

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA MAXSUS  
TA‘LIM VAZIRLIGI**

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

**KICHIK BIZNES  
VA XUSUSIY TADBIRKORLIK**

*Ma‘ruza matnlari*

**Toshkent -2011**

**Ergashxodjayeva Sh., Samadov A. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik: ma'ruza. O'zbekiston Respublikasi oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi. - T.: TDIU, 2011. -296 bet.**

Ushbu ma'ruzada kichik biznes va tadbirkorlikning mohiyati, iqtisodiyotda tutgan o'rnini, tadbirkorlikning turlari va shakllari, xorijiy mamlakatlarda hamda O'zbekistonda kichik biznes va tadbirkorlikning rivojlanishi, kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, rejalashtirish, tahlil etish, boshqarish, kichik biznes va tadbirkorlik subyektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzilmalari, kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining moliyaviy faoliyati, kredit bilan ta'minlash shakllari, kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini baholash, O'zbekistonda kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirish istiqbollari bayon etilgan.

Shuningdek, jahon iqtisodiyotining globallasuvi natijasida zamonaviy iqtisodiy jarayonlarning innovatsion yo'naltirilganligi sharoitida kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyatini rivojlantirish, mazkur faoliyatni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash tizimi samaradorligini oshirish, respublikamizda kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyati boshqaruv mexanizmini takomillashtirish va uning samaradorligini oshirish masalalari ham o'rin olgan.

**Taqrizchilar:**

Suyunov D.X.- iqtisod fanlari doktori, professor

Yusupov M.A.- iqtisod fanlari nomzodi, dotsent

©- Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, 2011.

## KIRISH

O‘zbekistonda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlarning hozirgi bosqichi kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish, unga keng iqtisodiy erkinlik berish bilan tavsiflanadi.

Shu jihatdan, hozirgi kunda respublikamizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishga alohida e‘tibor berilmoqda. Chunki, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasini rivojlantirish masalasiga davlatimiz iqtisodiy siyosatining strategik vazifasi sifatida qaralmoqda.

Kichik biznes kapital taqchilligi sharoitida ko‘p mablag‘ talab etmaydigan xo‘jalik faoliyati sifatida resurslar aylanmasining yuqori sur‘atlarini ta‘minlaydi, iqtisodiyotni qayta qurish, iqtisodiy nobarqarorlik va resurslar cheklanganligi sharoitida iste‘mol bozorini shakllantirish va uni to‘ldirish muammosini tez hamda tejamli tarzda hal etadi. Kichik korxonalar iste‘mol talabining o‘zgarishiga darhol moslashadi va shu yo‘l bilan iste‘mol bozoridagi zaruriy muvozanatni ta‘minlaydi. Hozirgi paytda ushbu soha nafaqat iqtisodiyotning o‘sinh sur‘atlarini jadal-lashtirishda, balki mamlakatimiz uchun nihoyatda muhim bo‘lgan bandlik va aholi daromadlarini oshirish masalalarini hal etishda ham yyetakchi o‘rin tutmoqda. Oxirgi yillarda respublikamizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik bilan shug‘ullanuvchi korxonalar soni yil sayin ortib borayotgani sohaning izchil rivojlanayotganligidan dalolat beradi.

Ma‘lumki, 2010-yilning 7-dekabr kuni O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilingan kunning 18 yilligiga bag‘ishlangan tantanali yig‘ilishda O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimov “Mamlakatimizni modernizatsiya qilish yo‘lini izchil davom ettirish – taraqqiyotimizning muhim omilidir” mavzusidagi ma‘ruzasida 2011-yilni mamlakatimizda “**Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yili**” deb e‘lon qildi.

Davlatimiz rahbari tomonidan “Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yili” bo‘yicha qabul qilinadigan davlat dasturida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda quyidagi ustuvor yo‘nalishlarga alohida e‘tibor qaratish zarurligi ko‘rsatib o‘tildi<sup>1</sup>.

**Birinchi** navbatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining huquq va manfaatlarini himoya qilish, ushbu soha rivoji uchun yanada keng yo‘l ochib berish maqsadida mavjud normativ-huquqiy bazani tanqidiy nuqtai nazardan qayta ko‘rib chiqish, yangi qonun hujjatlarini qabul qilish masalasi diqqat markazida bo‘lishi darkor.

**Ikkinchi** ustuvor yo‘nalish – kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati uchun yanada qulay muhit yaratishdan iborat.

Ma‘lumki, oxirgi yillarda tadbirkorlik sohasida o‘z ishini ochish uchun ruxsat olish, soliq, moliya va statistika organlariga hisobot topshirish masalalarini tartibga solish bo‘yicha ancha ishlar qilindi va qilinmoqda. Ayni paytda kichik biznes subyektlarining energiya, gaz, suv va quvur, issiqlik ta‘minoti va boshqa shu kabi

---

<sup>1</sup> “Mamlakatni modernizatsiya qilish yo‘lini izchil davom ettirish- taraqqiyotimizning muhim omilidir”. Prezident Islom Karimovning O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilinganining 18 yilligiga bag‘ishlangan tantanali yig‘ilishdagi ma‘ruzasi. // Xalq so‘zi, 2010-yil 8-dekabr.

muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlariga ulanishi yoki ularni qurishda ishtirok etishi uchun ruxsat olish tartib-qoidalarini soddalashtirish masalasi bo'yicha ham qo'shimcha chora-tadbirlar belgilanishi va ularning ijrosini qat'iy nazoratga olishga darkor.

**Uchinchi** muhim masala kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasi uchun soliq va boshqa to'lovlar borasida qulaylik va yengilliklar yaratish bilan bog'liqdir.

Albatta, so'nggi yillarda xo'jalik subyektlari uchun yagona soliq to'lovi stavkasini 2005-yildagi 13-foizdan 7 foizga tushirish yoki qariyb 2 barobar kamaytirish bo'yicha ko'rilgan chora-tadbirlar kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivoji uchun katta imkoniyatlar tug'dirmoqda. Shu borada 2011-yildan boshlab bu ko'rsatkichning 7 foizdan 6 foizga tushirilishi, hech shubhasiz, davlatimiz tomonidan ishbilarmon va tadbirkorlarga ko'rsatilgan yangi bir imtiyoz bo'lib qoladi.

**To'rtinchidan**, kichik biznes subyektlariga ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish va texnologik yangilash uchun o'rta va uzoq muddatga mo'ljallangan kreditlar berish tizimini yanada takomillashtirish, mavjud muammolarning yechimi bo'yicha amaliy chora-tadbirlar ishlab chiqish zarur.

**Beshinchidan**, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining tashqi iqtisodiy faoliyat sohasida ishtirok etishi, ularning eksport salohiyatini oshirish, mintaq va jahon bozorlariga chiqishini kengaytirish muammosini hal etishga jiddiy ahamiyat qaratish lozim.

**Oltinchidan**, sanoat sohasida yuqori texnologiyalarni talab etadigan zamonaviy ishlab chiqarish tarmoqlarini tashkil etishda, innovatsion va nanotexnologiyalar, farmakologiya va farmatsevtika, axborot kommunikatsiya tizimi, biotexnologiya, muqobil energetika turlaridan foydalanish sohasida, muxtasar aytganda, ilg'or ilmfan yutuqlariga asoslangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga keng yo'l ochib berish zarur.

Kichik biznes sohasining iqtisodiyotdagi ahamiyati uning iqtisodiyotda raqobat muhitini ta'minlash, yirik korxonalar uchun mahsulot va xizmatlar yetkazib berish, yangi ish o'rinlarini yaratish va ikkilamchi bandlikni ta'minlash, bozor tizimining moslashuvchanligini oshirish, ilmiy-texnikaviy inqilobni jadallashtirish, resurslarni ishlab chiqarishga safarbar etish; soliq tushumlari hajmining o'sishini ta'minlash, aholi daromadlari darajasini barqarorlashtirish kabi omillar bilan belgilanadi.

Respublikamiz Prezidenti Islom Karimov 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalashlarga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga alohida to'xtalib, "...kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni iqtisodiyotning tez o'zgarib turadigan bozor talablariga javob berishini ta'minlaydigan zamonaviy tuzilmalarni shakllantirishda, yangi ish o'rinlarini tashkil qilishda va aholi daromadlarini oshirishda qanchalik o'ta muhim rol o'ynashini, albatta, chuqur anglaymiz"<sup>2</sup>, - deb

---

<sup>2</sup> Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. Prezident Islom Karimovning 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalashlarga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi.// Xalq so'zi, 2011- yil 22- yanvar.

ta'kidlashi mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlantirishni yangi bosqichlarga ko'tarishni nazarda tutadi.

Mustaqillik yillarida kichik biznes subyektlarining mamlakatimizda yangi ish o'rinlarini tashkil qilish, aholining daromadlari va farovonligini oshirishning muhim omili sifatidagi natijalari salmoqli bo'lib bormoqda.

2009-yilda mamlakatimizda jami 940 mingdan ortiq yangi ish o'rinlari tashkil etilgan bo'lsa, shundan qariyb 400 mingi kichik biznes sohasiga to'g'ri kelgan. 2010-yilda esa 950 mingdan ortiq yangi ish o'rinlari yaratildi. Aynan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida yaratilgan ish o'rinlari fermer xo'jaliklari bilan birga hisoblaganda 600 ming kishidan ortiqni yoki 65 foizni tashkil etdi. 2010-yilda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida mamlakatimizning iqtisodiyotida band bo'lgan jami aholining 74,3 foizi faoliyat ko'rsatdi. Bu esa kichik biznes sohasining aholi bandligini ta'minlash va yangi ish o'rinlarini tashkil qilish muammosini hal etishda muhim o'rin egallashini ko'rsatmoqda.

Kichik biznes subyektlarining bandlikdagi ulushi 2000-yilda 49,7 foizni tashkil etgan bo'lsa, 2010-yilda bu ko'rsatkich 74,3 foizga yetdi yoki 2000-yilga nisbatan 24,6 foizga ko'paydi.

So'nggi yillarda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasiga davlat tomonidan katta e'tibor berilishi hamda qo'llab-quvvatlanishi natijasida uning mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotidagi ulushi yildan-yilga ortib bormoqda. Xususan, 2000-yilda yalpi ichki mahsulotning qariyb 31 foizi iqtisodiyotning faol rivojlanib borayotgan ushbu sektori ulushiga to'g'ri kelgan bo'lsa, 2008-yilda bu ko'rsatkich 48,2 foizni, 2009-yilda 50,1 foizni, 2010-yilda esa 52,5 foizni tashkil etdi yoki 2000-yilga nisbatan 21,5 foizga o'sdi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini 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 2005-yildagi 10,0 foizdan 2010-yilda 19,6 foizga, qishloq xojaligida tegishli ravishda 95,7 foizdan 97,9 foizga, savdoda 43,7 foizdan 50,5 foizga, yuk tashishida 24,6 foizdan 40 foizga, asosiy kapitalga investitsiyalar hajmida 24 foizdan 30 foizga, eksport hajmida esa 6 foizdan 13,6 foizga qadar oshdi.

Mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning bu qadar jadal rivojlanishida eng avvalo mazkur soha uchun belgilanayotgan soliq imtiyozlari yetarli darajadagi rag'batlantiruvchi rol o'ynayotganligi hisoblanadi. Xususan, 2010-yilda kichik biznes subyektlari uchun belgilangan yagona soliq to'lovi 8 foizdan 7 foizga pasaytirilgan bo'lsa, 2011-yilda esa bu ko'rsatkichni 6 foizga tushirish mo'ljallangan. 1996-2011-yillar mobaynida kichik biznes subyektlari uchun belgilangan soliq stavkalari 38 foizdan 6 foizga yoki 6,3 martaga qisqardi.

Mustaqillik yillarida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyaviy jihatdan qo'llab-quvvatlash tadbirlari ham kuchaytirildi. Xususan, 2009-yilda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun 1851,7 mlrd.so'm kredit ajratilgan bo'lsa, 2010-yilda esa bu ko'rsatkich 2690,2 mlrd. so'mni tashkil etdi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasiga yo'naltirilgan kreditlar miqdori 2001-2010-yillar mobaynida deyarli 20 martaga o'sgan.

2011-yilda tijorat banklari tomonidan iqtisodiyotning kichik biznes va xususiy

tadbirkorlik sohasini rivojlantirishga ajratiladigan kreditlar hajmini kamida 1,3 barobarga ko'paytirish belgilandi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda xorijiy investitsiyalar keng jalb etilmoqda. Xususan, Osiyo taraqqiyot banki, Islom taraqqiyot banki, Germaniya taraqqiyot banki, Xitoy Xalq Respublikasi Hukumati va boshqa xorijiy investorlar tomonidan kreditlar ajratildi. 2010-yilda xalqaro moliya institutlari tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga 146 mln. dollar hajmda kreditlar jalb etildi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning tashqi iqtisodiy faoliyatdagi o'rni ham asta-sekin kengayib bormoqda. Uning eksport xajmidagi ulushi 2010-yilda 13,6 foizni tashkil etib, bu ko'rsatkich 2000-yilga nisbatan 3,4 foizga oshgan.

2010-yilda kichik biznesning eksport hajmi 1723,6 million AQSH dollariga etdi. Ularning asosiy eksport mahsulotlarini qishloq xo'jaligi, to'qimachilik, ishlov beruvchi, elektrotexnik ishlab chiqarish mahsulotlari, xalq amaliy san'ati buyumlari tashkil etadi.

Lekin shu bilan birga, bu borada ayrim muammolarga ham duch kelinmoqdaki, buning asosiy sababi kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini boshlayotgan shaxslarning ishni nimadan boshlamoq kerakligi, uni qanday tashkil etish zarurligi va boshqarish sirlari haqida to'la tasavvurga ega emasligidadir. Shu jihatdan qaralganda, mazkur darslik yuqoridagi muammolarni samarali bartaraf etishga muhim hissa qo'shadi.

«Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik» fani bo'yicha respublikamiz va MDH mamlakatlarining yetakchi olimlari tomonidan ko'plab darslik va o'quv qo'llanmalar chop etilgan. Jumladan, Abdullaev A., Sotvoldiev A. va boshqa mualliflar tomonidan 2004-yilda «Kichik va o'rta biznes: tashkil etish, rejalashtirish, boshqarish» nomli o'quv qo'llanmasi nashr etilgan. Unda kichik va o'rta biznesni tashkil etish, rejalashtirish va boshqarish masalalari atroflicha yoritilgan. Bundan tashqari, qo'llanmada bugungi kunda tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishni maqsad qilib qo'ygan shaxslar uchun biznesga kirib borish bilan bog'liq atamalar izohi berilgan.

Yuldashev Sh.A. tomonidan 2003-yilda chop etilgan «Малый бизнес и предпринимательство» nomli o'quv qo'llanmada O'zbekistonda kichik biznesning shakllanishi va rivojlanishi, uning tashkiliy-huquqiy shakllar, kichik biznes infratuzilmasi, biznes-reja ishlab chiqish masalalari va kichik korxonalar faoliyatini iqtisodiy tahlil qilish usullari ko'rsatib berilgan.

Lapusta M.G. tahriri ostida 2003-yilda chop etilgan «Предпринимательство» nomli o'quv qo'llanmada tadbirkorlikning umumiy tavsifi va tashkiliy-huquqiy shakllari, tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, biznes-reja tuzish, moliyaviy faoliyatini tahlil qilish, soliqqa tortish va tadbirkorlik psixologiyasi masalalari keng yoritilgan.

Gorfinkel V.Ya., Polyak G.B. va Shvandar V.A.lar tomonidan 2002-yilda tayyorlangan «Предпринимательство» nomli o'quv qo'llanmada Rossiyada tadbirkorlikning shakllanishi va o'ziga xos xususiyatlari, uning zamonaviy shakllari, faoliyat turlari, moliyaviy faoliyatini boshqarish, tahlil qilish va soliqqa tortish masalalari keng yoritilgan.

Siropolis Nikolas N. tomonidan 2001-yilda chop etilgan «Управление малым бизнесом» nomli o'quv qo'llanmada kichik biznesning iqtisodiyotda tutgan o'rni, kichik biznesni tashkil etish va boshqarish masalalari atroflicha yoritilgan.

Gorfinkel V.Ya. va Shvandar V.A. tomonidan 2004-yilda nashr etilgan «Малый бизнес: организация, экономика, управление» nomli o'quv qo'llanmada Rossiya va xorij mamlakatlarida kichik biznesning rivojlanishi, uning iqtisodiyotda tutgan o'rni, kichik biznes faoliyatini tashkil etish, boshqarish va tahlil qilish masalalari keng yoritilgan.

Yuqorida qayd etilgan o'quv qo'llanmalardan farqli o'laroq, mazkur o'quv qo'llanma O'zbekiston Respublikasi oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi tomonidan tasdiqlangan «Kichik biznes va tadbirkorlik» fani o'quv dasturi asosida tayyorlangan.

Unda kichik biznes va tadbirkorlik bo'yicha xorij iqtisodchi-olimlari tomonidan ilgari surilgan nazariya va maktablarning vujudga kelishi va taraqqiy topishi, kichik biznes va tadbirkorlik tushunchalari, ularning iqtisodiyotda tutgan o'rni, respublikada kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari, kichik biznes va tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy asoslari va ularni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash masalalari keng yoritilgan. Shuningdek, ushbu o'quv qo'llanmada kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, rejalashtirish, boshqarish, uning moliyaviy holati va kredit bilan ta'minlash shakllari, bank, soliq, moliya muassasalari va audit tizimi bilan aloqalari, ularning soliqqa tortish mexanizmlari va imtiyozlari, tadbirkorlik etikasi va madaniyati, kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini baholash usullari, shuningdek, O'zbekistonda kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirish istiqbollari batafsil bayon etilgan.

Shuningdek, iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyatini rivojlantirish, respublikamizda kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyati boshqaruv mexanizmini takomillashtirish va uning samaradorligini oshirish masalalari ham o'rin olgan.

Darslik mualliflari kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi xodimlar, ishbilarmonlar va oliy o'quv yurtlari talabalarining darslikning mazmuni, tuzilishi yuzasidan bildirgan taklif, mulohaza va maslahatlarini bajonidil qabul qiladilar.

## **1-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNING MOHIYATI VA MAZMUNI**

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

Bozor munosabatlari sharoitida iqtisodiyotni rivojlantirishning asosiy omillaridan biri kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishdir.

Xo'sh, «tadbirkor», «tadbirkorlik» tushunchalari qanday mazmunga ega va nimani anglatadi?

Binobarin, tadbirkorlik faoliyati tizimining alohida tahlili dastlab G'arbda boshlangan bo'lsa-da, uning mohiyati va rivojlanishiga taalluqli ko'p qirrali bilimlar Sharqda tarkib topib, so'ngra G'arbda ilgari surilganiga yuqorida zikr etilgan dalillar guvohlik beradi. Ayniqsa, ular bu yo'nalishda shakllangan va hayotda o'z o'rniga ega bo'lgan ta'limotlarda o'z ifodasini topgan. Xususan, 3 ming yillik tarixga ega Zardushtiylik ta'limotining asosi bo'lmish "Avestoda"da musulmon olamining allomalari ta'limotlari, jumladan, "Naqshbandiya", "Yassaviya", "Kubroiya" ta'limotlarida mujassamlangan.

Ayniqsa, bu jihatdan "Naqshbandiya" ta'limotining ildizlari chuqur mazmunga ega. "Naqshbandiya"ning "Dil bo yoru, dast ba kor", ya'ni "diling Alloxda, qo'ling mehnatda bo'lsin", degan ta'limot asoschisi Xoja Baxouddin Naqshbandiy kimxobga naqsh bog'lashda tadbirkorlik mahoratini namoyish etib, halol mehnat bilan yashash zarurligini ibrat qilib ko'rsatgan<sup>3</sup>. Ayrim manbalar uning mato to'qiydigan do'konlari borligiga ham ishora qiladi<sup>4</sup>.

Ko'rinib turibdiki, Bahouddin Naqshbandiy mashhur G'arb iqtisodchi olimi xususan, Vilyam Pettidan 400 yil muqaddam mehnat insonlarning yashash manbai ekanligini chuqur anglagan va amalda o'z faoliyati doirasida isbot etgan. Ammo Vilyam Pettining "Boylikning otasi mehnat, onasi esa yerdir" degan ta'limoti jahon iqtisodiy nazariyasi fanida yangi bosqich sifatida e'tirof etilgani holda, Naqshbandiyaning undan avvalroq hamda chuqur iqtisodiy va ma'naviy mazmunga ega bo'lgan yuqorida qayd etilgan ta'limoti hozirgacha na G'arb va na mahalliy iqtisodiy adabiyotlarida munosib o'rin egallamagan.

Tadbirkorlik bo'yicha bilim va amaliy faoliyatlar zaminimizda hukmdor bo'lgan buyuk shaxslar Sohirqiron Amir Temurning "Tuzuklari"da, Mirzo Boburning "Boburnoma" asarida yorqin ifodasini topgan.

Buyuk sarkarda Amir Temur mamlakat osoyishtalgini va mo'l-ko'lligiga erkin tadbirkorlik faoliyatiga ustuvorlik berilishi orqali erishish mumkinligini chuqur idrok etgan va uning tamoyillari mashhur "Temur tuzuklari" asarida aniq bir tizimga keltirilgan bo'lib, unga ko'ra: "... mardlik va shijoat sohibi, a'zmi qat'iy, tadbirkor va xushyor bir kishi ming – minglab, tadbirsiz, loqayd kishilardan yaxshidir"<sup>5</sup>, - degan xulosani ilgari surgan.

Ta'kidlash joizki, Amir Temur nafaqat tinchlik davrida, balki urush holati jarayonida ham tadbirkorlik faoliyatini yuqori darajaga ko'targan va bu yo'nalishda

<sup>3</sup> Xamidxon Islomiy ifod xid ila tug'ilgan Orif Xoji Bahovuddin Naqshband. –T., 1993. 3-b.

<sup>4</sup> Abul Muhsin Muhammad Bokir Ibn Muhammad Bahoviddin Balogardon. T.: "Yozuvchi" nashriyoti, 1993. 14-b.

<sup>5</sup> Temur tuzuklari. –T.: G'afur G'ulom nashriyoti. 1991, 15-b.



amaliy ishlarni ham ro'yobga chiqargan. Ma'lumotlarga ko'ra, harbiy yurish chog'larida qo'shin ehtiyojlarini ta'minlaydigan turli xil kasbga ega tadbirkorlarni olib yurilgan va ularning muayyan qismi 3,5,7 yillik, deb nomlangan va oxirgi Xitoyga qarshi harbiy yurishlari paytida dehqonchilik bilan mashg'ul bo'lib, qo'shinni oziq-ovqat bilan ta'minlab turgan. Mahalliy aholini bunday og'ir vazifani bajarishda qo'llab-quvvatlab, talon-tarojliklardan muhofaza etishgan.

Hattoki, Amir Temur urush holatida turgan paytida ham bunyodkorlik ishlarini davom ettirgan ekan. Ma'lumotlarga qaraganda, 1401-yili Amir Temur navbatdagi harbiy yurishlaridan birida Qarobog' (hozirgi Qoraboh-Ozarbayjon)da qishlagan chog'ida mintaqa uchun nihoyatda zarur bo'lgan Nahri Barlos nomi berilgan kanalni bir oy ichida bitirib<sup>6</sup>, suv keltirgani obodonchilik va tadbirkorlikka asos solgan bo'lib, hozirgacha uning sahovatidan u yerliklar bahramand bo'lmoqdalar.

Ammo, qadim zamonlardan Markaziy Osiyo mintaqasida gurkirab yuksalib kelgan tadbirkorlik faoliyati chor istilosi davrida, mahalliy bozorni metropoliyadan keltirilgan oziq-ovqat va sanoat mollari egallashi munosabati bilan deyarli so'na boshlagan va mahalliy aholi turmush sharoitining pasayishi va o'ta qashshoqlashishiga olib kelgan. Oktyabr inqilobidan so'ng qayd etilganidek, yirik ishlab chiqarishga ustuvorlik berilishi O'zbekistonda ham kichik tadbirkorlik faoliyatining yemirilishiga olib keldi va vaziyatni yanada murakkablashtiradi. Bu sohada 1927- yilda 118 ming kishi band bo'lgan bo'lsa, 1932- yilga kelib, u 60 ming kishidan iborat bo'ldi.

Bunday vaziyatda Markaziy Osiyoning keng tafakkurga ega progressiv ziyolilari demokratik shoir va yozuvchilari (Muqimiy, Furqat) ayniqsa jadidchilar (Qodiriy, Behbudiy, CHo'lpon, Fitrat, Avloniy) va ular qatorida yirik davlat arbobi Fayzulla Xo'jaevning aholini qoloqlik va qashshoqlik girdobidan qutulishning asosiy yo'li mamlakatda ishlab chiqaruvchi kuchlar va tadbirkorlikni rivojlantirish ekanligi va unda faol ishtirok etishga undashi hamda uni rag'batlantirish uchun aniq sa'y-harakatlari respublikamiz iqtisodiy taraqqiyotining moddiy-texnika bazasini bunyod etish uchun kuchli zamin hozirlagan edi.

Buyruqbozlik iqtisodiyotiga asoslangan tizim barham topishi bilan mamlakatlarda bozor iqtisodiyoti va uning o'zagini tashkil etuvchi tadbirkorlik faoliyatining mazmuni va metodologik asoslari to'g'risidagi tafkkur kengaydi va nazariy bilimlar chuqurlashdi.

Tadbirkorlik tushunchalarining hozirgi ma'nosida XVII asr oxiri va XVIII asr boshlarida ilk bor ingliz iqtisodchisi Richard Kantilon qo'llagan edi. Uning fikricha, tadbirkor tavakkalchilik sharoitida faoliyat yurituvchi kishidir. Shu boisdan u er va mehnat omilini iqtisodiy farovonlikni belgilab beruvchi boylik manbai deb bilgan. Keyinchalik, XVIII asrning oxiri va XIX asrning boshida mashhur franiuz iqtisodchisi J.B. Sey (1767-1832) «Siyosiy iqtisod risolasi» kitobida (1803y.) tadbirkorlik faoliyatini ishlab chiqarishning uch mumtoz omillari yer, kapital, mehnatning yaxlitligi deb ta'riflagan edi.

U Angliya sanoatining muvaffaqiyatini «ingliz tadbirkorlari iste'dodi» ta'minlaganligini ta'kidlagan edi. J.B. Seyning asosiy tezisida mahsulot ishlab

---

<sup>6</sup> Nizomiddin Jomiy. Zafarnoma. –T.: O'zbekiston, 1996. 318-b.

chiqarishda tadbirkorlar asosiy faoliyat yuritadi deyiladi. J.B. Seyning fikricha, tadbirkor olgan daromad uning mehnati, ishlab chiqarishni tashkil etganligi, mahsulotni o'z vaqtida sotganligi uchun berilgan mukofotdir. Tadbirkor tavakkal qilib, biror-bir mahsulotni ishlab chiqarishni o'z bo'yniga oladi.

Qayd etish lozimki, iqtisodiyot fanining asoschilari tadbirkorlik shakliga kam e'tibor berganlar. Tadbirkorlik faoliyati ularning ilmiy-tadqiqot ishlarining tahlil obyekti bo'lmagan. Ingliz iqtisodchi olimlari A. Smit (1723-1790) va D. Rikardo (1772-1823) iqtisodiyotni o'z-o'zini muvofiqlashtiruvchi mexanizm deb qabul qilganlar. Ushbu mexanizmda ijodiy tadbirkorlikka o'rin yo'q edi. «Xalqlar boyligining mohiyati va sabablarini tadqiq etish» (1776-y.) kitobida A. Smit tadbirkor ta'rifiga alohida e'tibor bergan edi.

A. Smitning fikricha, tadbirkor kapital egasi. U muayyan tijorat g'oyasini amalga oshirib, daromad olish uchun tavakkalchilik bilan ish boshlaydi, chunki kapitalni biror-bir ishga sarflash doimo tavakkalchilik bilan bog'liqdir. Tadbirkorlikdan olingan daromad, A. Smitning fikricha, shaxsiy tavakkalchilik uchun olingan mukofot. Tadbirkor ishlab chiqarishni o'zi rejalashtiradi, tashkil etadi, ishlab chiqarish faoliyati natijalariga egalik qiladi. Bu ishlar, o'z navbatida, bozor tizimi bilan bog'liq.

Shu bois A. Smit bizlarni bozor tizimining markaziy mexanizmi raqobat mexanizmi bilan tanishtiradi. O'z manfaatini ko'zlab yurgan har bir kishi bozorda shu maqsad bilan yurgan kishilarga duch keladi. Natijada, bozordagi har bir harakat qiluvchi subyekt raqobatchi taklif etgan narxlarga rozi bo'ladi. Bunday raqobatda o'xshash tovarlarga me'yordan ortiq narx qo'ygan ishlab chiqaruvchi xaridorni yo'qotishi hech gap emas.

A. Smitning qayd qilishicha, bozor jamiyat sotib olishni xohlagan va kerakli miqdordagi tovarlarni ishlab chiqaradi. Shu bilan birga, A. Smit bozorning qudratli kuch ekanligini, u jamiyatni zarur tovarlar bilan doimo ta'minlashi va bu tizim o'z-o'zini muvofiqlashtirishini ko'rsatib berdi. Uning fikricha, o'z-o'ziga qo'yib berilgan bozor tizimi rivojlanadi va bunday tizimi bor xalqning boyligi ortaveradi.

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

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

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

Har bir omil ishlab chiqarishdan olinayotgan o'ziga xos foydani aks ettiradi: kapitaldan kapitalist qo'shimcha foiz oladi; yer renta beradi; kapitalistning ishbilarmonlik faoliyati daromad keltiradi; ishchining mehnati uni maosh bilan ta'minlaydi. Boshqacha qilib, J.B. Klark so'zi bilan aytganda: «Erkin raqobat

mehnatga mehnatdan kelgan narsani beradi, kapitalistlarga kapital yaratgan narsa tegadi, tadbirkorlar muvofiqlashtirish faoliyatidan kelgan narsani oladi»<sup>7</sup>. Tadbirkorlik faoliyatini u ana shunday tushungan.

Mashhur amerikalik iqtisodchi Y. Shumpeter (1883-1950) o`zining «Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi»<sup>8</sup> kitobida, tadbirkorni novator (yangilik bunyod qiluvchi odam) deb ta`riflagan. Olim tadbirkorlik faoliyatini kapitalistik iqtisodiyotning rivojlanishida, iqtisodiy o`shishni ta`minlashda katta rol o`ynaydigan yangiliklarni joriy etishdan iborat, deb biladi: «Vazifasi yangi kombinatsiyalarni joriy etishdan iborat bo`lgan xo`jalik subyektlarini biz tadbirkor deb ataymiz». Ushbu muammoga iqtisodiyot sohasida Nobel mukofotiga sazovor bo`lgan (1974) ingliz iqtisodchisi Fridrix Fon Xayn (1899-1984) boshqacha yondashgan. Uning fikricha, tadbirkorlik faoliyat bo`lmasdan, balki yangi iqtisodiy imkoniyatlarni izlab topish, xatti-harakatlarni ta`minlashdir<sup>9</sup>. Olim tadbirkorlikni faoliyat emas, deb talqin etadi.

Na xorijda, na bizda hali tadbirkorlikning umum tomonidan e`tirof etilgan ta`rifi mavjud emas. Amerikalik olim R. Xizrich, «Tadbirkorlik o`z qiymatiga ega bo`lgan qandaydir yangi narsani yaratish jarayoni, tadbirkor esa buning uchun barcha zarur vaqti va kunini sarflaydigan, barcha moliyaviy, psixologik va ijtimoiy xavf-xatarni o`ziga olib, evaziga mukofot sifatida pul va erishilgan yutug`idan qanoatlanuvchi shaxs»<sup>10</sup>, - deb ta`kidlaydi.

Ingliz professori A. Xoskin esa «ishni o`z hisobidan olib boruvchi, biznesni boshqarish bilan shaxsan shug`ullanuvchi va kerakli vositalar bilan ta`minlanish uchun shaxsiy javobgarlikka ega, qarorni mustaqil qabul qiluvchi shaxs yakka tartibdagi tadbirkor bo`ladi»<sup>11</sup>, - deb izohlaydi.

Bugungi kunda tadbirkorlik nazariyasini rivojlanti rishning to`rt bosqichi mavjud. XVIII asrdayoq vujudga kelgan birinchi bosqich tadbirkorlik xavf-xatarini o`ziga olish, boshqacha qilib aytganda, tavakkalchilik bilan bog`liq. Tadbirkorlikning ikkinchi bosqichi esa innovatsiya jarayoni bilan bog`liqdir.

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

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

Tadbirkorlik vujudga kelishining uchinchi bosqichi tadbirkorlikning alohida shaxsiy sifatlari: ijtimoiy va iqtisodiy vaziyatning o`zgarishida to`g`ri yo`l topa bilish qobiliyati, boshqaruv qarorlarini tanlash va qabul qilishda mustaqillik, boshqaruv qobiliyatlarining to`la namoyon bo`lishi bilan ta`riflanadi.

Tadbirkorlik nazariyasining rivojlanishidagi hozirgi bosqichni to`rtinchi bosqichga kiritish mumkin. Uning paydo bo`lishini tadbirkor harakatini tahlil qilishdagi boshqaruv aspektiga ko`chirish bilan bog`laydilar. Bu hozirgi vaqtda

<sup>7</sup> Кларк Ж.Б. Распределение богатства. -М., 1994. 40 стр.

<sup>8</sup> Шумпетер Я. Теория экономического развития. -М., 1982. 29 стр.

<sup>9</sup> Хайр Ф. Конкуренция как процедура открытия. «Мировая экономика и международные отношения» журналы, 1989. 112, - 36-38 стр.

<sup>10</sup> Хизрич Р., Питерс С. Предпринимательство. -М., 1991, 20 стр.

<sup>11</sup> Хоскин А. Курс предпринимательства. -М., 1993, 23 стр..

nazariyada tadbirkorlik muammolari tahlili ko`plab o`zaro bog`liq fanlar doirasida olib borilishini anglatadi.

Hozirgi zamon nazariy tadqiqotlarida nafaqat tadbirkorlikka ishlarni mustaqil olib borish usuli sifatida, balki firma ichidagi tadbirkorlikka yoki intrapreneerlikka e`tibor qaratiladi. «Intra-prener» atamasi amaliyotga amerikalik olim G. Pinsho tomonidan kiritilgan .

Intrapreneerlikning paydo bo`lishi ko`pgina yirik ishlab chiqarish tuzilmalari, ularda ishlab chiqarishni tashkil etishning tadbirkorlik shakliga o`tishi bilan bog`liq. Tadbirkorlik ishi ijod erkinligining mavjud bo`lishini ko`zda tutganligi sababli yaxlit ishlab chiqarish birikmalari bo`linmalari harakat qilish erkinligini oladilar, bu tadbirkorlikning asosida yotuvchi g`oyalarni amalga oshirish uchun zarur intrakapitalning mavjudligini nazarda tutadi.

Taniqli olimlarning olib borgan tadqiqotlari shuni ko`rsatadiki, tadbirkorning o`z faoliyati sohasida olib boradigan ishlari ko`p qirralidir. Bu bozor siyosatining o`zgarishi bilan yoki korxonaning ichki va tashqi omillari ta`sirida aniqlanadi. Lekin tadbirkorning asosiy maqsadi manfaat (foyda) ko`rish bilan bir qatorda, bozorda samarali faoliyat yuritishni ta`minlaydigan ishlarni amalga oshirishdir. Buning uchun tadbirkorlikni boshqarish va unga ko`mak beruvchi zamonaviy menejment usullariga asoslangan mexanizmni yaratish va undan unumli foydalanishni ta`minlash zarurdir. Bozor sharoitida tadbirkorlikni boshqarishda uning quyidagi xususiyatlarini e`tiborga olish kerak:

- tadbirkor har doim bozordagi talab va taklifni e`tiborga olib ish ko`radi;
- tadbirkor samaradorlikni ta`minlovchi sa`y-harakatlar qilib, ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish yo`llarini qidiradi;
- biznesning pirovard natijalariga javob beradigan shaxslar, o`z bizneslarini erkin shart-sharoitlarda olib borishiga yetarli imkoniyatlar yaratadilar;
- kichik korxonaning pirovard natijalari, ya`ni uning oladigan foyda yoki zarari faqat bozordagi oldi-sotdi jarayonida ma`lum bo`ladi;
- kichik biznes bilan shug`ullanuvchi tadbirkor o`z mablag`larini harakatga solib, bozorda qanday xavf-xatarga duch kelishi yoki yakuniy natija qanday bo`lishini aniq bilmaydi.

Shunday qilib, tadbirkorlik iqtisodiy faoliyatning alohida turi bo`lib, uning zamirida mustaqil tashabbus, javobgarlik, tadbirkorlik g`oyasiga asoslangan, foyda olishga yo`naltirilgan, maqsadga muvofiq faoliyat yotadi.

Tadbirkorlik iqtisodiy faollikning alohida turi bo`lib, uning boshlang`ich bosqichi, odatda, fikrlash faoliyati yoki uning natijasi bilan bog`langan bo`ladi, faqat u keyin moddiy shaklni oladi.

Tadbirkorlik yangilik kiritish, tovar ishlab chiqarish faoliyatini o`zgartirish yoki korxonani (shu jumladan, kichik korxonani) tashkil qilish sohasida ijodkorlikning mavjudligi bilan ta`riflanadi. Tadbirkorlik faoliyatining ijodkorlik jihatlari boshqaruvning yangi tizimida ishlab chiqarishni tashkil etishning yangi usullari yoki yangi texnologiyalarini tatbiq etishda o`z ifodasini topadi.

Tadbirkorning o`zi tadbirkorlik faoliyatining asosiy subyekti hisoblanadi. Ammo tadbirkor yagona subyekt emas, har qanday holda u ishlab chiqarilgan tovar yoki xizmatning iste`molchisi hamda har xil vaziyatlarda yordamchi yoki raqib

sifatida bo`luvchi davlat bilan o`zaro hamkorlik qilishga majbur. Iste`molchi ham, davlat, ham, yollanma (ishchi) xodim ham tadbirkorlik faoliyati subyektlari qatoriga kiradilar.

Tadbirkor va iste`molchining o`zaro munosabatlarida tadbirkor faol subyekt kategoriyasiga kiradi. Iste`molchi esa bunda passiv rol o`ynaydi. Bu o`zaro munosabatlarni tahlil qilishda iste`molchi tadbirkorlik jarayonining indikatori rolini bajaradi. Tadbirkor faoliyati predmetini tashkil etuvchi barcha narsa iste`molchining ijobiy bahosiga ega bo`lgan holdagina amalga oshirilishi mumkin. Bunda iste`molchi tomonidan tovarga baho beriladi va keyin u yoki bu tovarni xarid qilishga tayyorligi aniqlanadi. Tadbirkor o`z faoliyatini rejalashtirish va tashkil etishda iste`molchining kayfiyati, istagi, manfaatlarini hisobga olishi kerak.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkor uchun iste`molchining manfaatlariga muvofiq harakat qilishdan boshqa iste`molchiga ta`sir qilishning yo`li yo`qdir. Ammo bu tadbirkor iste`molchining manfaatlariga muvofiq harakat qilishi kerakligini bildirmaydi. Tadbirkorning o`zi iste`molchining talabini shakllantirishi, yangi iste`mol ehtiyojlarini yaratishi (agar xaridor uchun zarur bo`lgan yangi tovar yaratilsa) mumkin. Shundan kelib chiqqan holda tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishning ikki usulini keltirish mumkin:

- iste`molchi manfaatini aniqlash usuli;
- iste`molchiga yangi tovar yoki xizmatlarni «majburan qabul qildirish» usuli.

Shunday qilib, tadbirkorning asosiy maqsadi o`z iste`molchilariga ega bo`lish yo`lida tovarga ehtiyojni aniqlashdan iboratdir. Tadbirkor o`z iste`molchilarini shakllantirishda quyidagi asosiy omillarni hisobga olishi kerak:

- tovarning yangiligi va uning xaridor manfaatiga mos kelishi;
- tovar yoki xizmatlarning sifati;
- tovar yoki xizmatlarning narxi;
- tovarning universallik darajasi;
- tovarning tashqi ko`rinishi, uning xaridor talabiga mosligi;
- sotuvdan keyingi servis xizmatlaridan foydalanish imkoniyati;
- tovarning qabul qilingan umumiy yoki davlat standartlariga mosligi;
- tovarlar va xizmatlar reklamasining jozibaliligi, xaridor diqqatini o`ziga jalb etishi va hokazo.

Xulosa shundan iboratki, agar ijtimoiy ishlab chiqarish nuqtai nazaridan tadbirkor faol subyekt rovida bo`lsa, unda tadbirkorlik jarayonining o`zi, uning samaradorligi va mazmuni nuqtai nazaridan iste`molchi faol rol o`ynaydi va tadbirkor bu omilni inkor eta olmaydi.

Tadbirkorning 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 tuzilmasini 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 quyish 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.

Tadbirkorning ushbu ishbilarmonlik tamoyillari uning ijodkorligiga asoslanadi. Aynan ana shu ijodkorlik Y. Shumpeter fikriga asosan, tadbirkor boshqalar e'tibor bermagan va bilmagan ishlarga e'tibor berib, faoliyat yuritish imkonini beradi.

Ijodkorlik tadbirkorni ta'riflashda asosiy mezon bo'ladi, ammo u turli shakllarda namoyon bo'lishi mumkin. Tadbirkor boshqa ijodkor kishilar tomonidan amalga oshirilgan kashfiyotlar, topilmalardan qanday samarali foydalanish mumkinligini biladi. Shu bilan birga, u bu yangiliklardan xaridorning qiziqishini uyg'otuvchi yangi, ajoyib narsa ishlab chiqarish sohasida foydalanish yo'llarini topa oladi.

Ammo kashfiyot va yangilik faqat tovar turining yangi tarkibiy qismini yaratishda emas, balki tovar ishlab chiqarishni yangilash jarayoniga jalb etishni talab qilmaydigan oddiyroq shakllarda ham namoyon bo'ladi. Masalan, u tovar o'ramining yangilanishi, an'anaviy tovarga yangi xususiyat va sifatlar berish ko'rinishida namoyon bo'lishi mumkin.

Tadbirkor faoliyatining boshqa tomonlarida ham kashfiyotchilik elementlarini qo'llashi mumkin. Masalan, u ishlab chiqarishning, mahsulotni sotishni boshqarishning yangi shakllarini topadi, sheriklik munosabatlarini o'rnatadi, ishlab chiqarishning yangi texnologiyalaridan foydalanadi. Tadbirkorlikning yana bir muhim xususiyati ishlab chiqarish jarayonida yangi g'oyalarning amalga oshirilishi bozorda qanday qabul qilinishini oldindan ko'ra bilish qobiliyatida namoyon bo'ladi. SHu jihatdan yangilikni bozorda tatbiq etish va iste'molchining javobini bitta jarayonga birlashtira olish tadbirkor muvaffaqiyatining garovidir.

Ko'pgina tadqiqotchilar jamiyatda tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchilar soni ko'payib borayotganligini ta'kidlaydilar. Ma'lumotlarga ko'ra, mustaqil faoliyat yurituvchi aholining 8-10% qismi tadbirkorlik bilan shug'ullanishi mumkin. Tadbirkorlik har qanday boshqa kasb kabi ishbilarmonlik sifatlarini talab etadi.

Tadbirkor kishidan, avvalo, o'ziga va o'z qobiliyati ga ishonish talab etiladi. O'ziga, o'z kuchiga ishonmaydigan inson nafaqat tadbirkorlik, balki har qanday sohada ham ishni oxirigacha yyetkazishga qodir emas.

Tadbirkorning muvaffaqiyatini belgilovchi keyingi shart agressivlikdir. Bunda gap, birinchidan, tadbirkorga nimadadir birinchilikka ega bo'lish ishonchini beruvchi, ikkinchidan, tadbirkorning aniq maqsadga qaratilgan harakatlarni bajarishida tashabbusni tortib olishga harakat qiluvchi agressivlik haqida ketayapti. Shunday qilib, bu o'rindagi agressivlik amalda g'oyalar, loyiha va tashabbusni tortib olish va uni tez amalga oshirishni bildiradi. Bunday agressivlik atrofdegilarga (hammadan oldin raqiblarga) to'g'ridan-t o'g'ri zarar keltirmay di, u bevosita zarar keltirishi mumkin (agar birov qandaydir tovarni ishlab chiqarishda tashabbusni o'z qo'lga olsa, boshqa kishi bunday tovarni ishlab chiqara olmaydi, demak, tovar ishlab chiqarish bo'yicha tashabbusni birinchi bo'lib boshlagan tadbirkorning harakati u mo'ljallagan daromadni olishiga imkon bermaydi).

Tadbirkor ko'pgina hollarda o'z jamoasi bilan harakat qiladi, shuning uchun tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish jarayoniga samarali ta'sir etuvchi jamoani yaratgandagina, muvaffaqiyatga erishadi. Shu munosabat bilan tadbirkorning oldida murakkab muammolar turadi. Bular biznesning muvaffaqiyati uchun qanday ixtisosdagi mutaxassislar kerakligi, ular qanday sifatlarga ega bo'lishlari zarurligi, ularning tadbirkor shakllantirayotgan ruhiy muhitga kira olishlari mumkinligini aniqlash muammolaridir.

Har qanday faoliyatdan kutiladigan samara insonga, avvalo uning mehnat madaniyati darajasiga bog'liqdir. Masalan, yaponlar «iqtisodiy mo'jizalari» asosida nafaqat ilm, fan-texnika va texnologiya yutuqlari, balki mehnat madaniyatining o'zgarishi yotganligini ta'kidlaydilar. Yaponiya ekspertlarining fikriga ko'ra, buning uchun yapon jamiyatiga 30 yil kerak bo'lgan.

Mehnat madaniyati deganda ishlab chiqarishni tashkil etish darajasi, mehnatning yangi, samaraliroq usullarini qo'llash, hamkasblar va qo'l ostidagilar bilan muomalada samimiylik, yangi g'oyalar, texnologiyalarni izlash, mulkka va ishlab chiqarish munosabatlariga ehtiyotkorona yondashish tushuniladi.

Korxonada faoliyatini boshqarishda to'g'ri qaror qabul qilish tadbirkorning eng muhim sifatlaridandir. Boshqacha qilib aytganda, bu tadbirkorning o'z faoliyati, o'z biznesi sohasida javobgarlikni o'z zimmasiga olishidir. Haqiqatan ham tadbirkor, qaror qabul qilib, uni amalga oshirishda nafaqat o'z sheriklari oldida, balki o'zining kelajakdagi qarorining oqibati uchun javobgarlikni ham o'ziga oladi. Binobarin, javobgarlikni o'ziga olish jarayoni, ayni bir vaqtda, xavf-xatarni o'ziga olishni ham bildiradi. Shunday qilib, xavf-xatarni ko'ra bilish va uni bartaraf etish uchun tayyorlik ham tadbirkorga xos muhim sifatdir.

Tadbirkorlik niyatini amalga oshirish belgilangan darajada tadbirkorning motivlashuvi (manfaatdor bo'lishi)ga bog'liq. Tadbirkorlik nazariyasining asoschisi Y. Shumpeter uchta asosiy motivni ajratgan:

- birinchidan, hokimlik qilish, hukmronlik, ta'sir qilishga ehtiyoj;
- ikkinchidan, aniq harakatlarni bajarish orqali erishish ehtimoli 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. O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyati bir qator o'ziga xos alomat va xususiyatlar bilan birga bo'ladi. Mamlakatimizda tadbirkorlikni motivlashtirish xususiyatlari quyidagi alomatlariga ega:

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

Ko`rsatib o`tilgan istaklarni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun tadbirkor bir qator izchil harakatlarni amalga oshirishi kerak. Bu harakatlar tanlab olingan ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish shakllariga bog`liq. Shu munosabat bilan tadbirkor o`z faoliyatini tashkil etishning quyidagi ikki tarkibiy qismini tahlil qilishi kerak:

- bozor va unda vujudga keladigan vaziyat;
- ishlab chiqarish tuzilmasi.

Ish muhitini tahlil qilishda tadbirkor bu qismlar o`rtasida o`zaro aloqalar o`rnatishning samarali usulini topishi kerak. Ammo, bunga erishish qiyin, chunki birinchidan, ikkala tarkibiy qismning sifati turlicha. Bozor dinamik o`zgaruvchan mexanizmdan iborat. Unga doimo kuzatiladi gan talab, taklif, narx, raqobat sharoitlarining o`zgarishi xosdir. Shu bilan bir vaqtda ishlab chiqarish tuzilmasi konservativ, kam o`zgaruvchan. Ishlab chiqarish dasturlari kundalik o`zgarishlarni ko`zda tutmaydi. Ikkinchidan, bozor va ishlab chiqarish fazo va vaqtga bo`lingan. Fazoviy bo`linishga ko`ra, bozordagi o`zgarishlar ishlab chiqarish tuzilmasidagi xuddi shunday o`zgarishlarni keltirib chiqara olmaydi.

Bu holat vaqt bo`yicha bo`linish bilan ham chuqurlashadi, tadbirkor ishlab chiqarish dasturini shakllantiradi va uni bozordagi vaziyat haqidagi axborotlar bilan asoslaydi. Ammo dasturni bajarish ma`lum bir vaqtni talab etadi, shu vaqt ichida bozorda jiddiy o`zgarishlar ro`y berishi mumkin. Buning natijasida ishlab chiqarilgan tovar yoki xizmatlar bozorda kerak bo`lmay qolishi mumkin. Shuning uchun tadbirkor muhim qarorlarni qabul qilish uchun asos bo`lib xizmat qiluvchi marketing tadqiqotlari bozorda vaziyatning rivojlanish bashoratiga asoslanishi kerak.

Qaror qabul qilish, mas`uliyatni zimmasiga olish kabi vazifalar tadbirkorlikni boshqarish faoliyati bilan bog`laydi. Shuning uchun ham tadbirkorni menejerdan ajratish zarur. Bularning har biri o`ziga xos vazifalarni bajaradi. Bir tomondan tadbirkorlik faoliyatining mazmuni boshqarish faoliyatidan kengroq bo`lsa, boshqa tomondan har bir ishbilarmon ham menejment vazifalarini bajara olmaydi. Menejment asoslariga bag`ishlangan kitobda bu haqda yaxshi fikr bildirilgan: «Shaxsiy tavakkalchilik, moliyaviy imkoniyatga bo`lgan munosabat, tinimsiz mehnat qilish kabi xususiyatlarga ega tadbirkor yiriklashib borayotgan korxonani boshqara oladi, degan gap emas»<sup>1</sup>.

Menejning «shakllanmagan tuzilmani shakllantirish » qobiliyati ishi yurishib ketayotgan ishbilarmonga doimiy xos bo`lavermaydi. Shu sababli yirik korxonalar rahbariyati tarkibiga menejerlar kelmoqda.

Bugungi sharoitda «tadbirkor » tushunchasi «menejer» tushunchasiga juda yaqin turadi. Shu bilan birga, tadbirkor mulkdor bo`lsa, menejer boshqaruvchi dir. Amalda esa, aksariyat mulkdorlar menejer vazifasini bajaradi, qator menejerlar esa o`zlari boshqarib turgan ishlab chiqarish korxonalariga ega bo`lib qolmoqda.

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

**Tadbirkorlik** shaxsiy daromad, foyda olishga qaratilgan fuqarolarning mustaqil faoliyati. Bu faoliyat o`z nomidan, o`z mulkiy mas`uliyati va yuridik shaxsning yuridik mas`uliyati evaziga amalga oshiriladi. Tadbirkor qonun tomonidan 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.

Tadbirkorlik shaxsiy va ijtimoiy foydalarni ko'zlagan holda daromad olish uchun sarflanayotgan mablag' bilan bog'liq faoliyatdir. Tadbirkorlikka berilgan ushbu ta'rif batafsilligi bilan ajralib turadi. Bu ta'rifda tadbirkorlik faqat ma'lum faoliyat bilan shug'ullanish emas, balki bevosita faoliyat yuritishdan iboratligi ta'kidlangan. Tadbirkorlikka berilgan qator ta'riflarda eng muhim holat, ya'ni shaxsiy daromad bilan ijtimoiy foydaning yaxlitlik xususiyati ko'rsatilmagan.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, tadbirkorlikning muhim xususiyatlariga quyidagilar kiradi:

- xo'jalik faoliyati olib borayotgan subyektlarning mustaqilligi va erkinligi. Huquqiy me'yorlar chegarasida har bir tadbirkor u yoki bu masala yuzasidan mustaqil qaror qabul qilishi mumkin;

- iqtisodiy manfaatdorlik. Tadbirkorlikning asosiy maqsadi maksimal darajada daromad olishni ko'zlab, jamiyat taraqqiyotiga ham o'z hissasini qo'shishdir;

- xo'jalik tavakkalchiligi va mas'uliyat. Har qanday hisob-kitobda ham noaniqlik va tavakkalchilik bo'lishi mumkin.

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

Tadbirkorlikni shakllantirish uchun ijtimoiy, iqtisodiy, huquqiy va boshqa muayyan sharoitlar 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 infratuzilmasini 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 uskunalari, instrumentlar bilan ta'minlovchilar; tovarni xaridorga yetkazuvchi ulgurji va chakana savdogarlar; kasbiy, yuridik, buxgalteriya xizmatlari, vositachilik xizmatini ko'rsatuvchi firma va korxonalar; ishchi 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 shakllanishi ning 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 ahloqiy va diniy

me'yorlar jiddiy ta'sir ko'rsatadi. Ushbu me'yorlar xaridorlarning turmush tarziga va u orqali tovarlar 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 bo'lgan munosabatiga ta'sir etadi.

Tadbirkorlik faoliyatining shakllanishida ishbilarmon xodimlarni tayyorlash, 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, ishbilarmonlarni o'qitish uchun o'qituvchilarni tayyorlash va qayta tayyorlash ishlarini tashkil etish, tadbirkorlik sektori uchun xodimlarni tanlash bo'yicha maslahat markazlarini ochish kerak.

Har bir tadbirkorlik faoliyati tegishli huquqiy muhitda kechadi. Shuning uchun kerakli huquqiy sharoit yaratish katta ahamiyatga ega. Bu birinchi navbatda tadbirkorlik faoliyatini tartibga keltiruvchi farmonlar va tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay sharoit yaratib beruvchi qonunlarning mavjudligi, ya'ni korxonalarni ro'yxatdan o'tish jarayonining qisqa va oddiy bo'lishi; tadbirkorlikni davlat byurokratizmidan himoya qilish; soliq qonunchiligi ni takomillashtirish; O'zbekiston va chet el ishbilarmonlarining hamkorlik faoliyatini rivojlantirishdan iboratdir. SHu bilan birga bunga kichik tadbirkorlik ishlariga ko'maklashish hududiy markazlarini tashkillashtirish, statistika shakli va hisob-kitobini soddalashtirish kiradi. Tadbirkorlik faoliyatining huquqiy kafolati masalasi bilan bog'liq masalalarni hal etish ham muhim ahamiyat kasb etadi.

AQSHning tadbirkorlik sohasida ko'p yillar mobaynida qo'llab kelayotgan qonunlar tizimi bunga misol bo'la oladi. Ulardan bir nechasisga e'tibor beraylik (1.2.1-jadval)<sup>12</sup>.

Davlatning ishbilarmonlik faoliyatini tartibga solish kerakligini asoslab berar ekan, F. Kotler ushbu qonunlar paydo bo'lishining uch asosiy sababini ko'rsatib berdi:

-firmalarni bir-biridan himoya qilish zarurligi. «Tadbirkorlar bir ovozdan raqobatni maqtaydilar, lekin ularning manfaati raqobat bilan to'qnash kelganda uni bartaraf etishga harakat qiladilar».

Shundan kelib chiqib, «g'irrom raqobat» ning oldini olish bo'yicha qonunlar paydo bo'ldi: nohaq amaliyotdan iste'molchilarni himoyalash zarurligi. Shundan kelib chiqib, nazoratsiz qolib, sifatsiz tovar ishlab chiqarayotgan, reklamada yolg'on axborot berayotgan, o'rash va narx yordamida aldayotgan firmalarga qarshi qaratilgan qonunlar joriy etildi.

### 1.2.1-jadval

#### AQSHda tadbirkorlik sohasida uzoq yillar mobaynida amal qilayotgan qonunlar tizimi

Qonunlar	Qonunlarning asosiy mohiyati
----------	------------------------------

<sup>12</sup> Предпринимательство: Учебник. Для вузов /Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. Г.Б. Поляка, проф. И.А. Швандара. -М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2001. 18 стр.

1	2
Trestlarga qarshi Sherman qonuni (1890-y.)	a) monopoliya yoki monopoliyalashtirishni ta'qiqlash; b) shtatlararo yoki tashqi savdoni cheklashga qaratilgan turli xildagi shartnoma, kelishuv va birlashmalarni ta'qiqlash
Oziq-ovqat mahsulotlari va medicina preparatlarining sifatligi haqidagi qonun (1906-y.)	Shtatlararo savdo-sotiqqa qalbakilashtirilgan yoki marka yopishtirilmagan mahsulotlarni ishlab chiqarish, tashish, sotishni ta'qiqlash. Bu qonun 1938-yilda oziq-ovqat, dori-darmon va kosmetika vositalari haqidagi Federal qonuniga almashtirildi. 1958- va 1962-yillarda unga jiddiy o'zgartirishlar kiritildi
Federal savdo komissiyani ta'xis etish haqidagi qonun (1954-y.)	«Savdoda raqobatning vijdotsizlik uslubi noqonuniyligi» ni tekshiruvchi idora - komissiyani ta'xis etishni nazarda tutadi
Kleyton qonuni (1914-y.)	Amaliy faoliyatning ayrim turlarini ta'qiq etuvchi Sherman Qonuniga qo'shimcha kiritildi (narxlarni kamsitish turlarini aniqlash, shartnomaga hamkor harakatini cheklovchi moddani kiritish, sotishning cheklash tajribasini qo'llash, boshqa korporatsiyalar aksiyalariga o'z bo'lib qo'shma direktorat tashkil
Uiler Li qonuni (1938-y.)	Raqobatga zarar keltirish yoki keltirmaslikdan qat'iy nazar nopok, firib harakat va usullarni ta'qiqlash; oziq-ovqat, dori-darmon reklamasi ustidan Federal savdo komissiyasining nazoratini ta'xis etish
Tovarning aslligi uning o'rami va markasida aks etishi haqidagi qonun (1966-y.)	Keng iste'mol tovarlar o'rami va markalashiga qoida joriy etilishi o'ram ichida nima borligini, ishlab chiqargan shaxs nomi va o'ram ichidagi narsaning aniq miqdorini ko'rsatishni talab qiladi
Iste'mol tovarlarining xavfsiz bo'lishi haqidagi qonun (1972-y.)	Iste'mol tovarlarining xavfsiz bo'lishi bilan bog'liq muammolar bo'yicha komissiya ta'xis etilishi va unga iste'mol tovarlariga nisbatan xavfsizlik standartlarini qo'llash va ushbu standartlarga rioya etmasligi uchun
Qarzlarni vijdonan undirib olish haqidagi qonun (1978-y.)	Qarzlarni undirib olishda odamlarni qo'rqitish, ta'qib qilish, ayovsizlarcha munosabatda bo'lish, tuhmat qilish noqonuniv deb e'lon qilindi

### 1.3. Kichik biznes va tadbirkorlik muhiti hamda unga ta'sir etuvchi omillar

Har qanday tadbirkorlik ma'lum bir hududda: mamlakat, viloyat, shahar yoki qishloq miqyosida olib boriladi. Tadbirkorlik faoliyatini samarali olib borish uchun ma'lum bir ishchi muhiti bo'lishi kerak. Bunday muhit ayrim hududlar miqyosida mujassamlanib, o'zida ishbilarmonlikni amalga oshirishni mujassamlantirgan. Umumiy holda tadbirkorlik muhiti asosan quyidagi to'rt omil: huquqiy, siyosiy, ijtimoiy va iqtisodiy omillarning o'zaro bog'liqligi natijasida amalga oshiriladi.

Ular ijobiy yoki rag'batlantirish ko'rinishida ham shakllanishi mumkin. Ushbu holda mamlakat yoki mintaqadagi mavjud shart-sharoitlar tadbirkorlik faoliyatini olib borish uchun mos bo'ladi. Chunki, bunday muhit tadbirkorga amalga oshirayotgan

ishlarining natijalari qanday bo'lishini oldindan ko'ra bilishiga keng imkoniyat tug'diradi. Tadbirkorning o'z ishi natijalarini oldindan ko'ra bilishi tavakkallik tushunchasiga teskari holda ifoda etiladi. Agar tadbirkor ma'lum bir muhitda tavakkalchilik asosida faoliyat yuritayotgan bo'lsa, u holda u o'zgaruvchanlik, beqarorlik, tavakkalchilik bilan tavsiflanadi.

Bunday muhit yuqorida keltirilgan ijobiy muhitga to'g'ri kelmaydi. Amalda ko'p hollarda tadbirkorlik muhitining ma'lum bir omili tadbirkorning ish natijalariga asosiy ta'sir ko'rsatadi, deb bo'lmaydi. Chunki tadbirkorni ko'proq tadbirkorlik muhitini belgilovchi omillarning o'zaro bog'liqligi qiziqtiradi.

Yuqorida ta'kidlab o'tilgan omillardan huquqiy omillar asosiy omil hisoblanadi, chunki tadbirkorlik faoliyatini olib borish uchun tadbirkorlik muhitida amalga oshirilishi mumkin bo'lgan o'yinlar qoidasini ko'rsatib beradi. O'yinlar qoidasi tushunchasi ruxsat etilgan va amalga oshirilayotgan ish (harakat)larni o'z ichiga oladi. Ruxsat etilgan ish (harakat)larga nisbatan o'yin qoidalari turli shaklda namoyon bo'ladi. O'yin qoidalari nima qilish mumkin-u nima qilish mumkin emas tamoyili asosida ishlab chiqilishi mumkin.

Bu qoidalarda tadbirkorlik faoliyatini olib borish yo'lidagi barcha chegara yoki cheklovlar yaqqol ko'rsatib berilishi kerak. Umuman, huquqiy omil tadbirkorlik faoliyatini yuritish yo'lidagi barcha qonunlar (solliq, yer, mehnat munosabatlari) va yo'riqnomalar majmui bo'lib, tadbirkorlik faoliyatini tartibga soladi hamda tadbirkorning iqtisodiy jarayondagi boshqa subyektlar bilan munosabati ni mujassamlantiradi.

Huquqiy bazaning to'liq yoki bir me'yorda yuritilmasligi tadbirkorlik faolligi darajasiga katta salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Hozirgi kunda O'zbekiston Respublikasida amaliyotda tatbiq etilayotgan iqtisodiy islohotlarning asosini tashkil etayotgan bir butun huquqiy baza mavjuddir.

Huquqiy omilning tavsifiga «huquqiy madaniyat» tushunchasi ham kiradi. Buning ostida millatning qonunlarga to'liq rioya etishi, ya'ni insonlarning ongida qonunlar talabini bajarish kerak degan tushunchaning bo'lishi tushuniladi. Agar, barcha zarur qonunlar qabul qilinsa-yu, lekin ular amalga ishlamas yoki tatbiq etilmasa, bunday jamiyatni qonunlarga bo'ssunuvchan deb bo'lmaydi va buni tadbirkor o'z faoliyatini yuritishda e'tiborga olishi shartdir.

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

Har bir mamlakatda tadbirkorlikning rivojlanishiga undagi siyosiy tizimning barqarorligi katta ta'sir ko'rsatadi. Agar siyosiy tizim barqaror bo'lmasa, tadbirkorlar katta investitsiyalarni jalb etmasdan yuqori darajadagi foyda olish maqsadida kichik muddatga mo'ljallangan turli operatsiyalarni amalga oshirishga harakat qiladilar. Siyosiy ahvolning barqarorligi tadbirkorga o'z faoliyatini strategik jihatdan loyihalashtirish, ya'ni uzoq muddatga mo'ljallangan ishlarni amalga oshirish imkonini beradi.

Ijtimoiy omil boshqalarga nisbatan tarkibi jihatidan anchagina murakkab hisoblanadi. Shuning uchun ham uning tarkibi ko'pgina elementlardan tashkil topadi. Agar tadbirkor ularni e'tiborga olmasa, bu salbiy natijalarga olib kelishi mumkin. Quyidagilar bu omilning asosiy elementlari hisoblanadi:

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

Iqtisodiy omil bozordagi raqobatni va narx-navo holatini o'zida aks ettiradi. Narx-navo tizimi, o'z navbatida, narxlarning darajasi, ishlab chiqarish jarayoniga tadbirkor tomonidan jalb etilayotgan ishlab chiqarish omillari, ishchi kuchi, kredit stavkasi miqdori hamda soliq va majburiy to'lovlarni o'z ichiga oladi. Bunda bozordagi raqobat shart-sharoitlari sifat va miqdor jihatdan tahlil qilib chiqiladi.

Tadbirkorlikni davlat tomonidan ma'lum bir shart-sharoitlar yaratilgandagina amalga oshirish mumkin. Uning tarkib topishi avvalambor jamiyatdagi ma'lum bir vaziyatning vujudga kelishi bilan bog'liq bo'lib, undagi siyosiy va iqtisodiy vaziyat tadbirkorlik faoliyatini tarkib toptirishga yo'naltirilgan bo'ladi. Shuning uchun ham O'zbekiston Respublikasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash bo'yicha Prezidentimiz I.A. Karimov tashabbusi bilan zarur qonunlar, qarorlar, farmonlar va shu kabi huquqiy-me'yoriy hujjatlar qabul qilingan bo'lib, ular hayotga tatbiq etilmoqda. Shu bilan birga tadbirkorlik faoliyatini rag'batlantirish maqsadida ikkita fond: tadbirkorlikni rivojlantirish, kichik biznesni rivojlantirishga ko'maklashish fondlari tashkil etilgan.

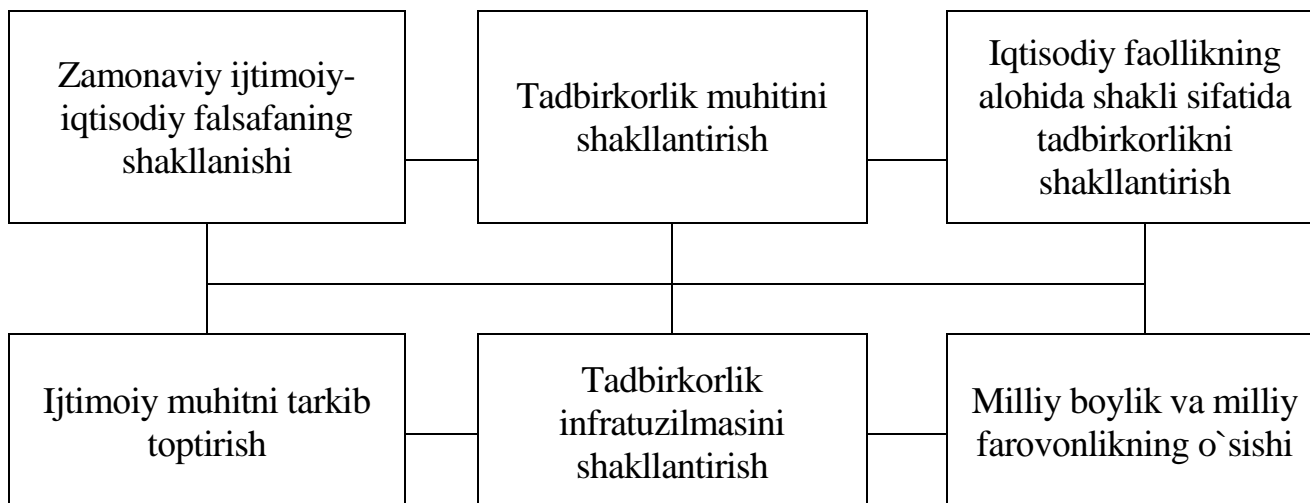
Tadbirkorlik faoliyatining kelajagi tadbirkorlik muhiti bilan belgilanadi, u esa jamiyatdagi ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatni aks ettiradi. Ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatga iqtisodiy mustaqillik, tadbirkorlar sinfi, iqtisodiy aloqalarda bozorning ustuvorligi, tadbirkorlik kapitalini mujassamlantirish sharoitining mavjudligi va zarur resurslardan foydalanish kiradi.

Tadbirkorlikning ijtimoiy mustaqillik darajasi bozorda vujudga kelayotgan mustaqil korxonalar va tashkilotlar soni bilan tavsiflanadi. Tadbirkorlik muhitini shakllantirish boshqariladigan jarayondir. Lekin boshqarish usullari ma'muriy yoki direktiv ko'rinishda bo'lishi mumkin emas. Ularning asosiy tadbirkorlik faoliyati subyektlariga ta'sir etiladigan choralardan emas, balki shunday subyektlarning tarkib topishi yo'lida qulay shart-sharoitlarni yaratishdan iborat bo'lishi kerak.

Tadbirkorlik muhitini tarkib toptirish ko'p jihatli jarayon bo'lib, u o'z ichiga quyidagilarni qamrab oladi:

- ijtimoiy, iqtisodiy va ijtimoiy-iqtisodiy falsafa hamda jamiyat a'zolari psixologiyasining ular bilan bog'liq bo'lgan o'zgarishi;
- tadbirkorlikni rag'batlantiruvchi milliy dastur qabul qilinishi.

Tadbirkorlikni rivojlantirishning asosiy maqsadi mamlakat iqtisodiy o'sishining qo'shimcha manbai sifatida ijtimoiy muammolarni bartaraf etishda katta rol o'ynaydi, bandlik muammolarini hal etish, milliy boylikni o'stirish va millatning farovonligi uchun xizmat qiladi. (1.3.1-rasm.)



### 1.3.1-rasm. Tadbirkorlik muhitining shakllanishi

Hozirgi sharoitlarda tadbirkorlik muhitini tarkib toptirish nafaqat milliy, balki xalqaro muammolardan hisoblanadi. Mavjud mamlakatlararo guruhlarda, masalan, Yevropa Ittifoqi miqyosida yagona tadbirkorlik muhiti vujudga kelmoqda. Bu tadbirkorlik faoliyatini yuritish Yevropa jamiyatiga kiruvchi barcha mamlakatlarda bir-biriga o`xshab ketadi.

Iqtisodiy faollik va mustaqillikning muhim shakli bo`lmish tadbirkorlik respublikamizda bandlikning aniq shakli va yangi ish joylarini barpo etish yo`lida eng rivojlangan davlatlar tomonidan qo`llab-quvvatlab kelinmoqda. Tadbirkorlikning davlat tomonidan qo`llab-quvvatlanishi bir necha yillar mobaynida maslahatlar berish, moliyaviy yordam ko`rsatish yoki soliqlar to`lashda tadbirkorlar uchun ma`lum imtiyozlar berilishida aks etmoqda.

Tadbirkorlik muhiti mamlakatning rivojlanish asosini tashkil etadi va ishbilarmon kishilarning faoliyat mazmunini belgilab beradi. Turli mamlakatlarda tadbirkorlik muhiti turlichadir. Rivojlangan mamlakatlarda bunday muhit o`zining qulayligi hamda iqtisodiy jarayonlarning yuqori darajada unumli tashkil etilishi bilan ajralib turadi.

Iqtisodiy jarayonlar qanchalik unumli bo`lsa, jamiyat moddiy va ma`naviy jihatdan shunchalik yuqori darajada bo`ladi. Iqtisodiy jarayonlarning samarasi amalda faoliyat yuritayotgan tadbirkorlarning soni va sifati hamda shu faoliyat bilan shug`ullanmo qchi bo`lgan kishilar soni bilan belgilanadi. Bu, o`z navbatida, tadbirkorlik ishiga yangi tadbirkor larni jalb etish, iqtisodiyotni erkinlashtirish va tadbirkorlik muhiti darajalariga bog`liqdir. Oxirgisi tadbirkorlik faoliyatiga davlatning aralashishi darajasiga bog`liq. Davlat shunday shart-sharoitlar yaratib berishi kerakki, unda tadbirkorlar va tadbirkorlikka ishtiyoqi bo`lganlarning qiziqishi, xohishi va intilishlari maksimal darajada o`z ifodasini topsin. Jahon tajribasi ham iqtisodiy jihatdan rivojlanishga erishgan mamlakatlarda tadbirkorlik uchun barcha qulayliklar yaratib berilganligini ko`rsatmoq da.

Biznesni samarali yuritish unga tashqi muhitdan aralashishni yoqtirmaydi. Biznesni yuritishda tashqaridan ozgina aralashuv bo`lsa, uning emirilishiga olib kelmasa ham tadbirkorlik tarkiblarining faoliyat yuritishiga salbiy ta`sir ko`rsatadi.

Shuning uchun ham davlat iqtisodiyot uchun zarur barcha shart-sharoitlarni yaratishi va tadbirkorlar uchun ko`proq erkinlik berishi kerak. Shunga asoslangan holda ish olib borayotgan O`zbekiston jahon iqtisodiyoti da munosib o`rnini topmoqda.

Shularni nazarda tutgan holda, O`zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimov shunday deb ta`kidlaydi: «Erkin tadbirkorlik uchun iqtisodiy va huquqiy shart-sharoit yaratish zarur. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni keng rivojlantirish uchun hamma yo`lni ochib berish kerak. Ularning xomashyo resurslaridan foydalanishlariga keng yo`l ochib berish, ular ishlab chiqarayotgan mahsulot mamlakatning o`zida ham, uning tashqarisida ham sotiladigan bozorni kafolatlovchi tizimni barpo etish darkor»<sup>13</sup>.

Yuqoridagilarni hisobga olib, tadbirkorlik muhitini yaratish bilan bog`liq omillar guruhlariga ajratilgan va shu asosda uning shakllanish va rivojlanish mexanizmi ning tashkiliy-iqtisodiy modeli yaratilgan. Tadbirkorlik muhitiga ta`sir etuvchi omillarni quyidagi guruhlariga bo`lish mumkin:

- aniq bir mahsulotga iste`molchilarning to`lov qobiliyati. Bunda bozordagi mavjud haqiqiy talab bilan kutilayotgan talab farqlanadi.

Agar, mahsulot (tovar) xususiyatlari bilan avvalgilaridan ajralib tursa, unga talab marketing usullari bilan aniqlanadi:

- tavakkalchilik va bozordagi xatarlarni o`z zimmasiga olib, mulk javobgarligi asosida ish yurita oladigan tadbirkorlar. Ular o`z mulki, bilim va sarmoyasidan samarali foydalana oluvchi yuqori malakali va

ma`lum bozor vaziyatlariga moslasha olish qobiliyatiga ega bo`lishlari kerak;

- sarmoyaga ega investorlar. Bunga jismoniy shaxslar yoki erkin sarmoyaga ega korxonalar, tashkilotlar hamda tadbirkorlar ham kiradi. Ular bir qancha toifani tashkil etadi: banklar, jamg`armalar, sug`urta kompaniyalari, davlat tashkilotlari, xorijiy investorlar va boshqalar;

- tadbirkorlik faoliyatini bir me`yorda olib borish imkonini beruvchi infratuzilmalar. Ular qatoriga moliya-kredit, audit, marketing, konsalting, axborot, sug`urta va shu kabi xizmatlar ko`rsatuvchi tashkilotlar kiradi;

- qaror qabul qilish tizimi. Bu tizim tarkibiga , avvalo, biznesning ishonchiligi va samarali bo`lishini baholash imkonini beruvchi mezonlar, usullar to`plami kiradi. Tadbirkor bu tizim orqali o`z ishi natijasini tekshirish imkoniga ega bo`lishi kerak.

Shu omillarning tizimli va o`zaro harakat qonuniyatlari tadbirkorlikni faollashtiradi va u xo`jalik mexanizmi orqali amalga oshiriladi. Natijada, ayrim hudud va tarmoqlarda yangi korxonalar, ishlab chiqarish, xizmat ko`rsatish va boshqa tadbirkorlik obyektlari vujudga keladi. Bunday faoliyatlar tadbirkorning bilimi, sarmoyalar, bozor talabi, davlat va boshqa tashkilotlarning o`zaro manfaatli harakati tufayli faollashadi va bozorga moslashadi.

Ishbilarmonlik muhitini tahlil qilish jarayonida tadbirkor har bir millatning an`analari, urf-odatlarini, qanday oziq-ovqatlarni iste`mol qilishi va qanday buyumlarni kiyishini inobatga olishi maqsadga muvofiqdir. Bundan tashqari xalqning to`lov qobiliyatini bilish ham katta ahamiyat kasb etadi. Ushbu omil iste`mol tovarlari ishlab chiqarishni tashkil etishda katta rol o`ynaydi. Tadbirkor shu omilni har

---

<sup>13</sup> Karimov I.A. O`zbekiston XXI asrga intilmoqda. -T.: O`zbekiston, 1999. 12-bet.

tomonlarni tahlil qilishda o'z mamlakatidagi bozor vaziyatini hamda ushbu mahsulotni kelajakda eksport qilish mumkin bo'lgan qo'shni mamlakatlarni bozorini ham ko'rib chiqishi kerak.

Har bir tadbirkor atrof- muhitga qo'shilish uchun ishni uning tahlilidan boshlashi lozim. Tadbirkorlik muhitini tahlil qilishda tadbirkor ma'lum bir chegarada kasbiy faoliyat yuritish uchun qanday iqtisodiy manfaatni amalga oshirishi mumkinligini belgilab olishi kerak. Iqtisodiy manfaatni amalga oshirish, avvalambor tadbirkorning o'z ishini tashkil qilish darajasiga bog'liq bo'ladi. O'z ishini tashkil qilish esa tadbirkorning ma'lum ishbilarmonlik muhitiga mustaqil kirishi bilan belgilanadi.

Tadbirkor ma'lum tadbirkorlik muhitiga kirishar ekan, diqqat-e'tiborini faqat o'z g'oyalarini amalga oshirishga emas, balki qanday qilib investorlarning mablag'larini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etishga ham qaratishi kerak. Tadbirkorning o'z ishini tashkil qilishidagi asosiy vazifa, avvalo, o'z g'oyalarini ma'lum bir muhitga tatbiq etish uchun zarur birlamchi kapitalni barpo etishdan iboratdir.

Tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish uchun ishlab chiqarish jarayonining mavjudligi talab qilinadi. Tadbirkor ishbilarmonlik g'oya va maqsadlariga to'g'ri keladigan hamda jalb etilgan kapitalning hajmidan kelib chiqqan holda yangi ishlab chiqarish tarkibini shakllantiradi. Agar tadbirkor o'z g'oyasining tashabbuskori va investori sifatida ishtirok etayotgan bo'lsa, faoliyatining tashkiliy-huquqiy shaklini, korxonaga uchun qo'shayotgan o'z hissasini oldindan belgilab olishi kerak. Shunday qilib, tadbirkorning o'z ishini tashkil qilish tamoyili jamiyat uchun yangi ishlab chiqarish tarkibini shakllantirish va unda o'zining qay darajada ishtirok etishini belgilab olishdan iboratdir.

O'z ishini to'g'ri tashkil qilish tadbirkorlikning asosiy omil-laridan hisoblanadi. Shuning uchun ham tadbirkor bu fenomenni hosil qiluvchi barcha qismlarni har tomonlarni e'tiborga olishi kerak. Tadbirkor faoliyatining bu jihatlarni o'rganishda uning faoliyati jarayonini kuzatish alohida ahamiyat kasb etadi. Bunda tadbirkorning asosiy harakatlari ketma-ketligi quyidagicha bo'lishi mumkin:

- birinchidan, biznes g'oyasini ishlab chiqish;
- ikkinchidan, ishbilarmonlik muhitini chuqur o'rganib chiqish;
- uchinchidan, tadbirkorning iqtisodiy manfaati bilan biznes g'oyasining o'zaro to'g'ri kelishi, tadbirkorlik g'oyasi bilan tadbirkorlik muhitining o'zaro muvofiqligi;
- to'rtinchidan, g'oyani amalga oshirish uchun zarur kapital hajmini belgilab olish;
- beshinchidan, biznes g'oyani amalga oshirish uchun zarur korxonaga yoki tashkilotni tarkib toptirish.

Har bir tadbirkorlik faoliyatining asosini ma'lum bir g'oya tashkil etadi. Bu g'oyalar oddiyligi bilan ajralib turadi: kimdir tovarni yangicha jildlash g'oyasini beradi, bozorda mavjud tovarga yangiliklar kiritadi va shu asosida unga talab darajasini oshirishga harakat qiladi va hokazo.

Ishbilarmonlik g'oyasi ko'pincha o'z professional faoliyatida mustaqillikka erishish va qo'shimcha foyda olish ishtiyoqida bo'lgan kishilarda paydo bo'ladi. Buning uchun kishi iqtisodiy jarayonlarni har tomonlarni tahlil qilib, undagi mavjud etishmovchiliklarni aniqlab, unga o'z faoliyatini yo'naltirishi lozim.



Agar tadbirkorda o'z biznesini tashkil qilish yuzasidan biror- bir g'oya mavjud bo'lsa, u holda u ishbilarmonlik muhitini o'z g'oyasi va iqtisodiy manfaati bilan mutanosiblik darajasini tahlil qilishi kerak. Avvalo, tadbirkor ma'lum muhitda aniq g'oyani amalga oshirish shaklini belgilab olishi kerak. Bunday shakllarning turi juda xilma-xildir. Tadbirkorlik vazifalari yakka holda va guruh bo'lib amalga oshirilishi mumkin. Qanday shakllarni tanlash g'oyaga hamda tadbirkorlik muhitiga bog'liqdir.

Tadbirkorlik muhiti va g'oyasini har tomonlama tahlil qilish shu g'oyani amalga oshirish uchun zarur kapital miqdorini belgilab olishga yordam beradi. Bunda tadbirkor bank yoki biznes-fondan kredit olishi uchun biznes-reja yoki texnik-iqtisodiy asosni (TIA) ishlab chiqishiga to'g'ri keladi.

Biznes-rejada tadbirkor ishbilarmonlik g'oyasiga tayangan holda tovar yoki xizmatlar ishlab chiqarish uchun zarur shart-sharoitlarni amalga oshirishning barcha xarajatlari qancha qiymatni tashkil etishini aks ettiradi. Ushbu holda gap birlamchi kapital hajmini belgilash, tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish uchun jalb qilinishi lozim bo'lgan moliyaviy resurslarni aniqlash haqida ketmoqda.

Tadbirkorlik g'oyasini ma'lum bir muhitda amalga oshirish mumkinligi aniqlanib, ishni tashkil etish bo'yicha zarur moliyaviy mablag'larni olish manbai tanlangandan keyin tadbirkor o'z faoliyatini uch yo'nalishga qaratmog'i lozim.

**Birinchi yo'nalish** ishlab chiqarish jarayonlari va tadbirkorlik tarkiblarini boshqarish. Tadbirkorlik faoliyatining ushbu yo'nalishi menejment tamoyillarining turi sifatida mustaqil rivojlanadi. Tadbirkor menejmentning asosiy tamoyillarini yaxshi o'zlashtirgan bo'lishi va zamonaviy menejer bo'lmog'i lozim.

Ishlab chiqarishni boshqarish tadbirkorning boshqa yo'nalishlaridan ajratilgan holda olib borilishi mumkin emas: u ishlab chiqarishni faqat iste'molchilar uchun tashkil etadi. Shuning uchun ham tadbirkor faoliyatining **ikkinchi yo'nalishi** bozorni har tomonlama o'rganishdir. Bozorda bo'layotgan jarayonlarni tahlil qilmay, tadbirkorlik faoliyatini samarali olib borish mushkul.

Sheriklar bilan bo'ladigan aloqalarni yaxshi yo'lga qo'yish tadbirkorlik faoliyatining **uchinchi yo'nalishidir**. Bunda tadbirkorlikni yanada rivojlantirish yo'lida sheriklik munosabatlarini yangi bosqichga ko'tarish va eski munosabatlardan voz kechish maqsadga muvofiqdir.

Yuqorida zikr etilgan ilmiy asoslar, tamoyillar O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga asos bo'ladi.

#### **1.4. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning maqsadi va vazifalari**

O'zbekistonda keng ko'lamli bozor o'zgarishlarini amalga oshirish jarayonida mulkdor shaxslar doirasi kengayib bormoqda. Mamlakatimiz Prezidenti I.A. Karimov ta'kidlaganidek, «... amalga oshirilayotgan islohotlarning asosiy, eng katta maqsadi, ustuvor yo'nalishi O'zbekistonda haqiqiy mulkdorlar sinfini shakllantirishdan iboratdir. Bizning qabul qilgan barcha farmonu qarorlarimiz, qonunlarimiz, hamma

ishimiz ana shu maqsadga qaratilgandir. Bu vazifalarni hal etmasdan kutilgan natijaga, hayotimizda, iqtisodiyotimizda istalgan o`zgarishlarga erishib bo`lmaydi»<sup>14</sup>.

Bozor islohotlarining hozirgi bosqichidagi g`oyat muhim vazifa, avvalo, ishlab chiqarish sohasidagi davlat korxonalarini xususiylashtirish va ular negizida vujudga kelayotgan tadbirkorlik tuzilmalarini aniq maqsad bilan qo`llab-quvvatlash orqali mulkdorlar sinfini shakllantirishdan iboratdir. Jamiyatimiz uchun yangi bo`lgan mana shu ijtimoiy tur uning faoliyat sohalari shakllarini o`rganishni nazariy ehtiyojlarigina emas, balki amaliy zaruriyatni ham shart qilib qo`ymoqda.

Bugungi kunda mamlakatimizda ishlab chiqarilayotgan yalpi ichki mahsulotning qariyb 80 foizi, sanoat mahsulotlarining 78 foizidan ortig`i, qishloq xo`jaligi va chakana savdo aylanmasining deyarli barcha mahsulotlari nodavlat sektori ulushiga to`g`ri kelmoqda.

O`rta sinf davlatning asosi va jamiyatning eng barqaror qismidir. Bu sinfni vujudga keltirish vazifasini hal qilish, turmush darajasini oshirish va har bir insonning tadbirkorlik imkoniyatlarini ochish muammosini hal etib beradi. Ushbu masalaning iqtisodiy jihati shundan iboratki, mulkdorlar real, ularning faoliyati esa samarali bo`lishi kerak. Umuman, korxonaning barcha ishlovchilarini rasman aksiyadorlarga aylantirish uncha qiyin emas. Lekin ular haqiqatda boshqaruvda qatnashmasalar, dividendlar ola olmasalar va hatto, o`z aksiyalarini korxonadan tashqariga sota olmasalar, ularni real mulkdorlar deb bo`lmaydi.

Aholi shunday vaziyatni ko`rar ekan, bunday korxonaning aksiyalarini erkin bozordan ham sotib olmaydi, chunki korxonalar bilan bevosita bog`langan odamlar uning ishiga ta`sir ko`rsata olmasalar va qonunga muvofiq o`zlariga tegishli daromadni ola olmasalar, bu ish tashqaridagi mayda investorlar uchun yanada mushkul kechadi. Xulosa aniq: mulkdorlar huquqlarini amalga oshirish va ularni himoya qilishning real mexanizmlari bo`lmog`i kerak. Busiz mulk nomigagina mavjud bo`ladi. Bu mol-mulkning esa egasi bo`lmaydi. Bunday vaziyat iqtisodiyot uchun ham juda xavflidir. Chunki bu hozirgi paytda mol-mulkdan amalda foydalangan yoki hatto, undan foydalanish imkoniyatiga ega kishilarning noqonuniy ravishda boyishi uchun keng imkoniyat yaratib beradi.

Haqiqiy mulkdor o`z tabiatiga ko`ra, oqilona ish olib borishi va o`ziga qarashli mulkni ko`paytirishga harakat qilishi kerak. Bordi-yu, shunday bo`lmasa, demak, mol-mulkni tasarruf qiluvchi subyekt yo o`zini mulkdor deb hisoblamaydi yoki o`zining huquqlarini zarur kafolatlarga ega emas deb hisoblaydi, yoki mol-mulk yangi egasiga saqlash va ko`paytirish tamoyillariga mutlaqo yordam bermaydigan shartlar bilan tekkan bo`ladi. Shu sababli, mulk huquqi qonun bilan himoyalangan bo`libgina qolmay, u jamiyatdagi barcha munosabatlar tizimi bilan amalda ta`minlangan bo`lishi kerak. Faoliyati o`ziga qarashli mulkni kengaytirilgan takror ishlab chiqarish, ishlab chiqarishni rivojlantirish va ana shu asosda yangi moddiy boyliklar yaratishga qaratilgan shaxslarni har tomonlama rag`batlantirish zarur. Mulkdorlar sinfi mavjud mol-mulk va daromadlar asosida, shu jumladan:

-jamg`armalarni qimmatli qog`ozlarga solish, shuningdek xususiylashtirilgan shaxslarga qarashli ko`chmas mulk va boshqa mol-mulklardan foydalanish yo`li bilan;

---

<sup>14</sup> Karimov I.A. Yangi qo`shilgan fikrlash va ishlash davr talabi. 5-tom. -T.: O`zbekiston, 1997., 335-bet.

-davlatga qarashli mol-mulkni (auksionlarda va tanlov asosida), shuningdek xususiylashtirilayotgan korxonalar aksiyalarini sotib olish orqali mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish natijasida;

-yuridik shaxs tashkil etmagan holda va korxonalar ochmagan holda yakka tartibdagi mehnat faoliyati va tadbirkorlikni rivojlantirish orqali shakllantiriladi.

Mulkdorlar ixtiyoridagi barcha obyektlarni daromad olish maqsadida foydalanilmaydigan obyektlar va ishlab chiqarish resurslariga ajratish mumkin.

Ular jumlasiga quyidagilar kiradi:

a) moddiy aktivlar;

b) moliyaviy aktivlar, shu jumladan: pul mablag`lari; qimmatli qog`ozlar;

v) nomoddiy aktivlar intellektual mulk obyektlari .

Ishlab chiqarish resurslaridan daromad olish va mulkni ko`paytirish uchun foydalaniladi. Biror- bir mol-mulkka ega shaxs mulkdordir.

**Mulkdor** moddiy va intellektual mulk obyektlariga ega, ularni tasarruf etish va ulardan o`z xohishiga qaratib, shu jumladan daromad olish maqsadida foydalanish huquqiga ega jismoniy shaxsdir.

Mulkdorlar sinfi uch guruhdan iborat:

- daromad keltirmaydigan va shaxsiy maqsadlarda foydalanishga mo`ljallangan mol-mulkka ega mulkdorlar;

- shaxsiy iste`molga mo`ljallangan mol-mulk bilan bir qatorda, qo`shimcha tadbirkorlik daromadi yoki kiritilgan sarmoyadan daromad olish uchun foydalaniladigan aktivlar (sarmoya)ga ega o`rta mulkdorlar;

-yirik xususiy korxonalar, firmalarga ega va ularning faoliyatidan katta daromad oladigan yirik mulkdorlar.

Ushbu guruhlarning shakllanishiga qanday omillar ta`sir etadi? Birinchi navbatda, psixologik xususiyatlar ta`sir ko`rsatadi. Odamni zo`rlab mulkdorga aylantirib bo`lmaydi. U bunga ruhan tayyor bo`lishi kerak. Bu esa juda qiyin narsa. Chunki odamlarga haddan tashqari uzoq vaqt mobaynida xususiy mulk va uning sohiblarini boshqalarga nisbatan tashabbuskor va tadbirkor bo`lganligi tufayli moddiy jihatdan yaxshiroq yashaganlarni yomon ko`rish va ularga ishonmaslik hissi singdirib kelindi.

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

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

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

-davlat ulushi;

-mehnat jamoasi ulushi;

-xorijiy sherik ulushi;

-fond birjalari va qimmatli qog'ozlar bozorlarida, shu jumladan, chet elda ham erkin sotish uchun ajratilgan ulush.

Davlat va mehnat jamoalariga qarashli aksiya paketlari hajmini Davlat mulk qo'mitasi belgilaydi. Fuqarolar yoki yuridik shaxslar tomonidan sotib olingan yoki bepul olingan har qanday aksiyalar ularning mulkdorlari tomonidan qonun doirasida hech bir cheklovsiz sotilishi mumkin. Aksiyalarning qo'shimcha (ikkilamchi) emissiyasi va ularni joylashtirish aksiyadorlik jamiyati tomonidan amaldagi qonunlarga muvofiq olib boriladi.

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

-aukçionda xususiylashtirilgan davlat korxonalarining mulkdorlariga aylangan jismoniy va yuridik shaxslarga ushbu korxonalar tasarrufida bo'lgan, sotib olingan mol-mulk tarkibiga kirmagan, davlatga qarashli binolar, inshootlar va qurilishlarni ijaraga olish haqida uzoq muddatli (10 yilgacha) shartnomalar tuzish huquqi beriladi. Ijara shartlari ilgari tuzilgan shartnomalarga nisbatan (agar shartnomaning o'zida boshqacha tartib belgilangan bo'lmasa) faqat taraflarning kelishuviga muvofiq o'zgartiriladi. Xususiylashtirilgan savdo va xizmat ko'rsatish sohasi obyektlarining mulkdorlari shu korxonalar egallab turgan yer uchastkalarini mulk qilib sotib olish huquqiga ega;

-korxonalar va tashkilotlar, shu jumladan, tugatilayotgan va tugatilgan korxonalar va tashkilotlarning mol-mulki Respublika ko'chmas mulk birjasi va uning filiallarida aukçion savdoda Davlat mulk qo'mitasi tomonidan tasdiqlangan Nizomga muvofiq sotiladi;

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

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

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

Erishilgan natijalar bilan birga, jiddiy yondashish va tez hal etishni talab qiladigan bir qancha muammolar ham mavjud:

- birinchidan, xususiylashtirishni amalga oshirishning past sur'atlari uning samaradorligini kamaytirmoqda. Jahon amaliyoti islohotlar bir vaqtda va muntazam amalga oshirilganida ijobiy samara berishini ko'rsatmoqda. Xususiylashtirish sustlashsa, odamlarning mos ravishda fikr yuritish jarayoni sekinlashadi, iqtisodiy xulq-atvorning eski stereotiplari uzoqroq saqlanib turadi;

- ikkinchidan, bir tarmoq (yoki soha)da xususiylashtirish amalga oshirilib, u bilan bog`liq boshqa sohada davlat mulki yoki uning monopoliyasi saqlanib qolishi xususiylashtirilgan korxonalarining manfaatlarini kamsitadi. Bu hol, avvalo, turli tarmoqlardagi narxlarning pariteti buzilishida namoyon bo`ladi. Masalan, agrar sektorda nisbatan tez amalga oshirilgan mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish qishloq xo`jaligi manfaatlariga zarar keltiradi. Chunki qishloq xo`jaligiga texnika, o`g`itlar, elektr energiyasi, yoqilg`i yetkazib beruvchi korxonalar ancha kech xususiylashtirildi va ular monopolistlar (yoki oligopolistlar) mavqeini saqlab qolib, o`z mahsulotlari narxini oshirdilar. Buning natijasida agrar sektor katta iqtisodiy qiyinchiliklarga duch keldi;

-uchinchidan, xususiylashtirishning pulli bo`lishi xususiylashtirilayotgan obyektlar bozoriga munosib baholanishini taqozo etadi. Biroq mol-mulkni baholashning ilmiy usullari va islohotlarning dastlabki bosqichida tegishli mutaxassislarning bo`lmaganligi ko`pdan-ko`p tartibbuzarliklarni keltirib chiqaradi. Buning natijasida, mulk tadbirkorlik faoliyati bilan shug`ullanishni istagan va shug`ullana oladigan kishilar qo`liga emas, balki tasodifiy kishilar qo`liga o`tib qoladi.

Umuman, keltirilgan muammolar murakkab bo`lishiga qaramay, O`zbekistonda mulkdorlar sinfini shakllantirish va tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay vaziyat vujudga keldi. Hozirgi vaqtda jamiyatimiz tarkibida real mulkka ega, uni qadrlayotgan va ularni o`z moddiy farovonliklari uchun asos qilib olayotgan kishilarning katta guruhi shakllandi. Ushbu ijtimoiy qatlamni yanada mustahkamlash davlatning iqtisodiy qudrati oshishi, demokratik qadriyatlar qaror topishiga olib keladi.

### **1.5. Kichik biznesni belgilovchi mezonlar**

Kichik biznesning mezonlarini belgilash zaruriyati kichik korxonalarining davlatning jiddiy yordamiga muhtojligidan kelib chiqadi, bu yordam adresli bo`lishi va korxonalar faoliyatining belgilangan tomonlarini yaxshilashga yo`naltirilishi kerak. Kichik korxonalarni alohida kategoriyalarga ajratish ular faoliyatini o`rganish va samaradorlik darajasini tahlil qilish, ularning iqtisodiyot umumiy tizimidagi o`rni va rolini aniqlash uchun zarur.

Bozor iqtisodiyotiga asoslangan barcha mamlakatlarda kichik korxonalarni belgilashda quyidagi mezonlardan foydalanadilar:

- miqdoriy ko`rsatkichlar: xodimlarning soni, sotish hajmi, asosiy kapitalning balans qiymati;

- sifat ko`rsatkichlari: ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning nisbatan kichik soni; cheklangan resurslar va quvvatlar, boshqa-ruvning kamroq rivojlangan tizimlari va boshqalar;

- yuqoridagi ko`rsatkichlarning birinchi va ikkinchi guruhlarini birlashtiruvchi kombinatsiyasi.

Har xil mamlakatlarda korxonalarni kattaliklariga ko`ra u yoki bu guruhga kirituvchi mezonlari qo`llaniladi. Yevropa Ittifoqining metodologiyasi bo`yicha kichik va o`rta korxonalar 1.5.1-jadvalda ko`rsatilgan mezonlar bilan belgilanadi.

**1.5.1-jadval****Yevropa Ittifoqi metodologiyasi bo'yicha kichik va o'rta korxonalar o'lchamini belgilash mezonlari**

Aniqlanadigan korxonalar	Xodimlar soni (kishi)	Yillik aylanma	Balans qiymati
Kichik	50 tagacha	4	2
O'rta	50-250 tagacha	16 mln.yevrogacha	8

Xorijiy mamlakatlarda 1 kishidan 20 kishigacha xodimi bo'lgan korxonalar hunarmandchilik korxonalariga, 20 dan 100 tagacha xodimi bo'lganlari kichik, 100 dan 500 gacha xodimi bo'lganlari o'rta korxonalariga kiritiladi.

AQSHda kichik biznes korxonalarini ikki tomonlama guruhlashdan foydalaniladi. Birinchi holda bu tushuncha ishchilar soni 500 kishigacha bo'lgan korxonalarini qamrab oladi. Ikkinchi holda esa korxonalar sohasi bo'yicha yillik tushumlar hajmi bo'yicha bo'linadilar: transport sohasida yillik tushumlar hajmi 3,5 mln. dollardan 20 mln. dollargacha, qurilishda 9 mln. dollardan 21 mln. dollargacha, ulgurji savdoda 15 mln. dollardan 35 mln. dollargacha, chakana savdoda 3,5 mln. dollardan 13,5 mln. dollargacha, xizmatlar sohasida 2,5 mln. dollardan 14,5 mln. dollargacha bo'lgan korxonalar kichik firmalar hisoblanadi.

Germaniyada ishlovchilar soni va yillik aylanma ko'rsatkichlaridan foydalaniladi. Kichik korxonalar ishlovchilar soni 10 kishigacha bo'lgan, o'rtachalarga esa ishlovchilar soni 50 kishigacha va yillik aylanmai 100 mln. yevrogacha bo'lgan korxonalar kiritiladi.

Fransiyada kichik va o'rta biznes tushunchasiga ishlovchilar soni 19 kishigacha bo'lgan mikrofirmalar, xodimlarning soni 20-299 kishigacha bo'lganlari kichik korxonalariga kiradi.

Janubiy Koreyada sanoatda va transportda 20 tagacha xodimi bo'lgan korxonalar kichik, 21 dan 200 kishigacha xodimi bo'lgan korxonalar o'rta korxonalar hisoblanadi. Savdo va xizmatlar sohasida 5 tagacha xodimi bo'lgan korxonalar kichik korxonalar, 6 tadan 20 tagacha xodimi bo'lgan korxonalar esa o'rta korxonalar hisoblanadi.

O'zbekistonda kichik korxonalarini, unda ishlovchi xodimlar soni bo'yicha guruhlariga ajratish qabul qilingan. Buni 1.5.2.-jadvaldan ko'rish mumkin.

**1.5.2-jadval****Faoliyat sohalari bo'yicha kichik korxonalar kategoriyasiga kiritiluvchi korxonalar**

Faoliyat sohalari	Xodimlarning yillik o'rtacha soni
Yyengil va oziq-ovqat sanoati, metallga ishlov berish, asbobsozlik, yog'ochni qayta ishlash, mebel va qurilish materiallari sanoatida	100 kishigacha

Mashinasozlik, metallurgiya, yoqilg`i-energetika va kimyo sanoati, qishloq xo`jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish va qayta ishlash, qurilish va boshqa sanoat-ishlab chiqarish sohalarida	50 kishigacha
Fan, ilmiy xizmat ko`rsatish, transport, aloqa, xizmat ko`rsatish sohalari (sug`urta kompaniyalaridan tashqari), savdo va umumiy ovqatlanish hamda boshqa noishlab chiqarish sohalarida	25 kishigacha

Yangi mezonlar korxonalarini ayrim kategoriyalarga bo`lishni tartibga solish imkoniyatini beradi. Bu soliqqa tortish bo`yicha imtiyozlarni belgilash, kichik biznesni qo`llab-quvvatlash bo`yicha aniq choralarni qabul qilish, respublika mintaqalarida kichik korxonalar tarmog`ini kengaytirish sohasida infratuzilmaviy tashkilotlar faoliyatini takomillashtirish uchun g`oyatda muhimdir.

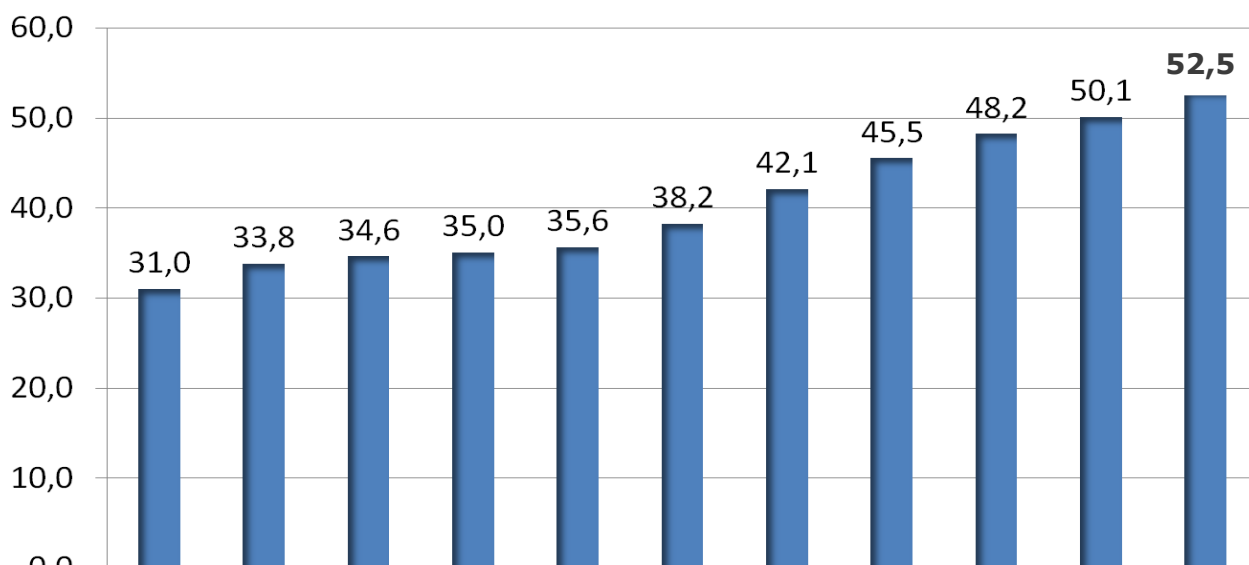
Xodimlarning soni kichik subyektlarining asosiy ko`rsat-kichidir. U firmaning barcha xodimlarini, shu jumladan, shart-nomalar bo`yicha va o`rindoshlik bo`yicha ishlovchilarni haqiqatdan ishlangan vaqtini hisobga olish bilan hamda vakilliklar, fi-liallar, korxonaning boshqa ajratilgan bo`linmalari xodim-larini hisobga olish bilan aniqlanadi.

Belgilangan sondan oshib ketgan holda kichik korxonalar oshib ketishga yo`l qo`yilgan davr va keyingi uch oy davomida imtiyozlardan mahrum bo`ladi.

### **1.6. O`zbekistonda kichik biznesning rivojlanishi va uning iqtisodiyotda tutgan o`rni**

Mamlakatimizda 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 rivojlantirish, rag`batlantirish va qo`llab-quvvatlashga alohida e`tibor qaratilmoqda.

Amalga oshirilgan chora-tadbirlar natijasida kichik biznes subyektlari yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 2010-yilda 52,5 foizga erishildi. Holbuki, 2000-yilda bu ko`rsatkich 31 foizni tashkil etgan edi. Bunday natija birinchi navbatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik davlat tomonidan doimiy qo`llab-quvvatlanayotgani samarasidir (1.6.1-rasm).



### **1.6.1-rasm. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning YaIMdagi ulushi, foizda**

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 2009-yildagi 16,9 foizdan 2010-yilda 19,6 foizga, qishloq xo`jaligida tegishli ravishda 97,8 dan 97,9 foizga, asosiy kapitalga investitsiyalar hajmida 23,1 dan 30,8 foizga,

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 2009-yildagi 16,9 foizdan 2010-yilda 19,6 foizga, qishloq xo`jaligida tegishli ravishda 97,8 dan 97,9 foizga, asosiy kapitalga investitsiyalar hajmida 23,1 dan 30,8 foizga, pullik xizmat ko`rsatish hajmida 48,5 foizdan 49,7 foizga oshdi, eksport hajmida 14,6 dan 13,6 foizga kamaydi (1.6.1-jadval).

#### **1.6.1-jadval**

#### **O`zbekistonda kichik biznesning iqtisodiyot asosiy tarmoqlarida ishlab chiqarilgan mahsulot (ish, xizmat)lar hajmidagi ulushi, foizda**

<b>Ko`rsatkichlar</b>	<b>2008- yil</b>	<b>2009- yil</b>	<b>2010- yil</b>
Sanoat	13,9	16,9	19,4
Qishloq xo`jaligi	97,8	97,9	97,9
Qurilish	48,3	41,6	52,3
Savdo	48,1	46,5	50,5
Asosiy kapitalga investitsiya	23,1	23,7	30,8
Pullik xizmat	48,5	48,7	49,7
Eksport	12,4	14,6	13,6
Import	35,7	42,5	36,6

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining viloyatlar kesimida soha va tarmoqlar ishlab chiqarish hajmidagi salmog`ini tahlil qilish natijalari shuni ko`rsatmoqdaki, mazkur sohaning viloyatlar kesimida notekis rivoj topayotganini ko`rishimiz mumkin (1.6.2-jadval).



## 1.6.2-jadval

**2010-yilda hududlar kesimida iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha  
kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ulushi**

(umumiy hajmga nisbatan foiz hisobida)

	<b>Yalpi ichki mahsulot</b>	<b>Sanoat mahsuloti</b>	<b>Qurilish ishlari</b>	<b>Chakana savdo aylanmasi</b>	<b>Aholiga pullik xizmat ko'rsatish</b>
<b>O'zbekiston Respublikasi</b>	<b>52,5</b>	<b>19,6</b>	<b>52,3</b>	<b>50,5</b>	<b>47,7</b>
Qoraqalpog'iston Respublikasi	63,6	23,0	64,8	45,1	44,2
viloyatlar:					
Andijon	54,7	8,4	94,0	50,9	61,5
Buxoro	64,1	17,9	53,4	48,2	65,5
Jizzax	77,3	34,8	92,6	51,9	46,8
Qashqadaryo	55,0	24,8	65,8	44,3	77,9
Navoiy	34,4	3,4	52,3	49,0	53,7
Namangan	76,0	33,9	85,5	50,5	63,9
Samarqand	73,6	38,6	86,2	62,3	61,3
Surxondaryo	71,7	16,4	79,0	41,2	63,0
Sirdaryo	77,4	34,2	80,6	59,8	53,8
Toshkent	54,7	17,3	61,0	43,2	52,4
Farg'ona	59,5	12,5	78,4	48,5	59,4
Xorazm	71,8	30,0	83,3	49,3	64,7
Toshkent sh.	49,9	39,0	45,8	55,2	32,3

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar hajmida xususiy sektorning ulushi ham ortib bormoqda (1.6.3-jadval).

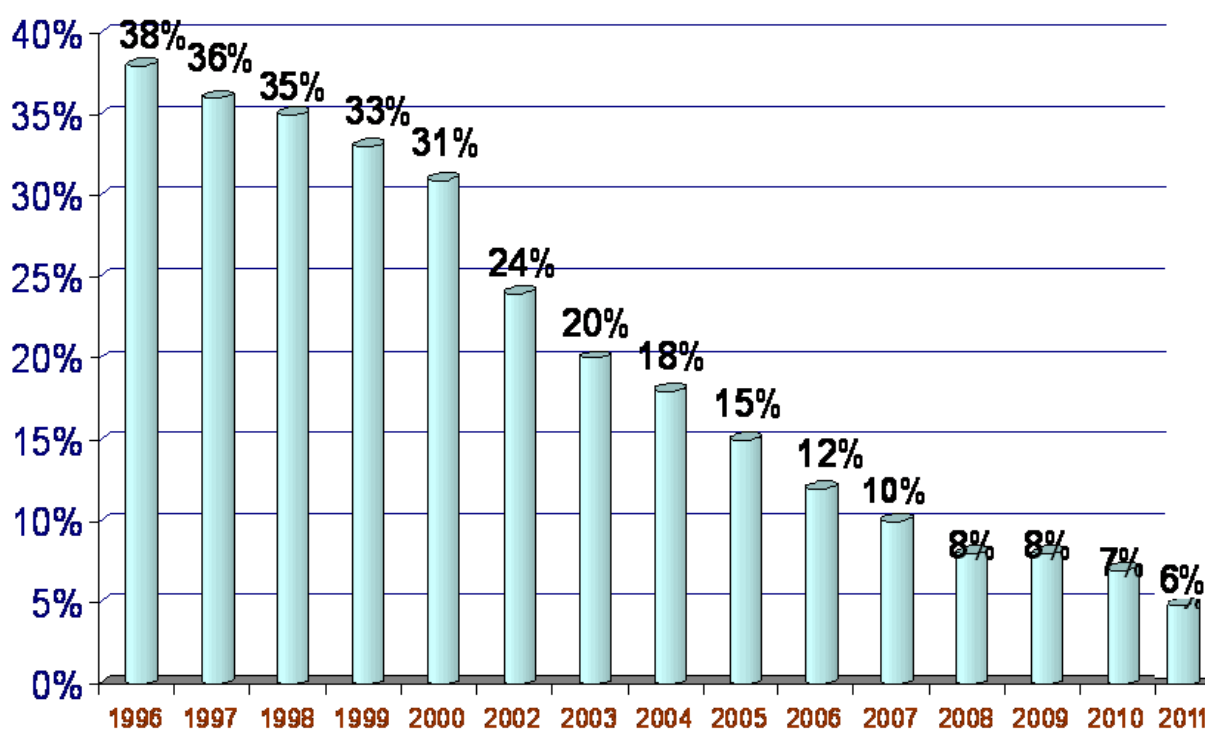
## 1.6.3-jadval

**2010 yilda kichik biznes subyektlari mahsuloti (ishlar, xizmatlar) hajmida  
xususiy tadbirkorlikning ulushi**

	<b>Kichik biznes subyektlari mahsuloti (ish, xizmat) hajmi, mlrd.so'm</b>	<b>Kichik biznes subyektlari mahsuloti (ish, xizmat) hajmida xususiy sektor ulushi, % hisobida</b>
Sanoat	6568,8	33,2
Qishloq xo'jaligi	15478,7	100,0
Qurilish	4278,5	71,6
Chakana savdo	10820,9	73,8
Pullik xizmatlar	3776,3	91,7
Yuk tashish, mln.tn	424,9	79,0

	<b>Kichik biznes subyektlari mahsuloti (ish, xizmat) hajmi, mlrd.so`m</b>	<b>Kichik biznes subyektlari mahsuloti (ish, xizmat) hajmida xususiy sektor ulushi, % hisobida</b>
Yo`lovchi tashish, mln.kishi	4683,5	92,9
Eksport, mln. AQSH doll.	1774,3	5,2
Import, mln. AQSH doll.	3223,7	16,8

Mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning bu qadar jadal rivojlanishida, avvalo mazkur soha uchun belgilanayotgan soliq imtiyozlari yetarli darajadagi rag`batlantiruvchi rol o`ynayotganligi hisoblanadi (1.6.2-rasm).



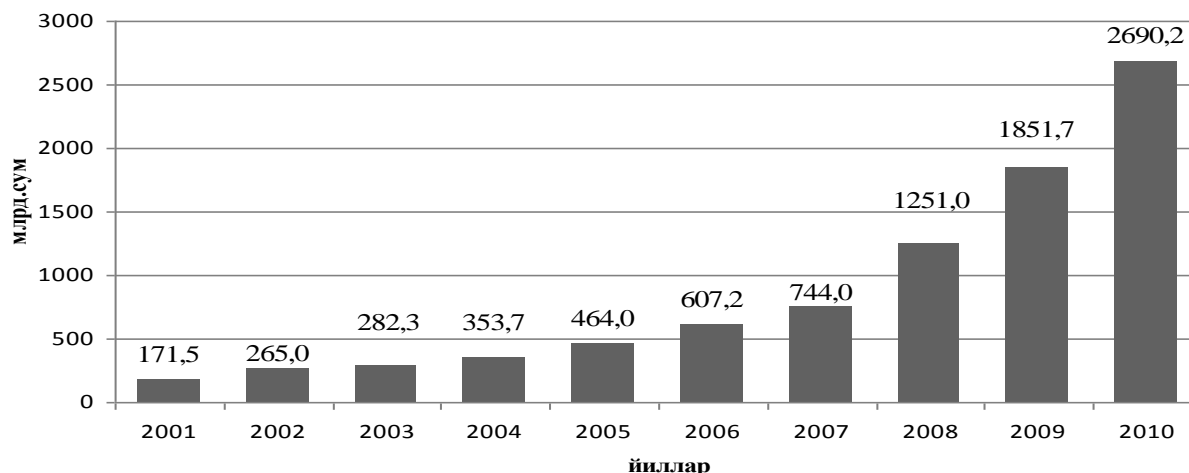
**1.6.2-rasm. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari uchun belgilangan soliq stavkalari**

Jumladan, bu borada 2011-yilda kichik sanoat korxonalarini uchun yagona soliq to`lovi 7 dan 6 foizga pasaytirildi, yakka tartibdagi tadbirkorlar uchun esa qayd etilgan soliq miqdori o`rtacha 1,3 barobar kamaytirildi.

Yuqoridagi ma`lumotlardan ko`rinadiki, 1996-2010-yillar mobaynida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik uchun belgilangan soliq stavkalari 38 dan 7 foizgacha, ya`ni 5,4 marta qisqargan.

Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarini moliyaviy jihatdan qo`llab-quvvatlash tadbirlari kuchaytirildi. Xususan, 2009-yil davomida kichik biznes va

xususiy tadbirkorlik subyektlariga 1 trln. 850 mlrd. soʻmdan ortiq kreditlar ajratildi (1.6.3-rasm).



### 1.6.3-rasm. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qoʻllab-quvvatlash uchun ajratilgan kreditlar miqdori

Bugungi kunda mamlakatimiz kichik biznes sohasiga oʻndan ortiq turdagi 8 mingga yaqin infratuzilma muassasalari xizmat koʻrsatib, faoliyat uchun zarur shart-sharoitlarni yaratib bermoqda. Buning natijasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining mamlakatimizda yangi ish oʻrinlarini tashkil etish, aholining daromadlari va farovonligini oshirishning muhim omili sifatidagi natijalari salmoqli boʻlib bormoqda (1.6.4-jadval).

### 1.6.4-jadval

#### Kichik biznes subyektlariga xizmat koʻrsatuvchi infratuzilmalar soni (2010-yil 1-yanvar holatiga)

Infratuzilma obyektining nomi	Soni
Tijorat banklari filiallari	1042
Minibanklar	2318
Axborot-maslahat markazlari	262
Konsalting markazlari	327
Auditor firmalari	113
Oʻquv markazlari	917
Baholash kompaniyalari	138
Tovar xomashyo birjasining savdo maydonchalari	204
Mikrokredit tashkilotlari	32
Kredit uyushmalari	103
Biznes-inkubatorlar	34
Sugʻurta tashkilotlari	32
Brokerlik idoralari	1424

Jadvaldan koʻrinadiki, mamlakatimizda 2009-yilda yaratilgan jami 940,5 mingdan ortiq yangi ish oʻrinlarining 391,8 mingtasi (41,7 foizi) kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasiga toʻgʻri kelmoqda. Bu oʻtgan yildagiga nisbatan 4,7

foizga ko`proq demakdir. Jami yangi ish o`rinlarining deyarli 21 foizi turli shakllardagi uy mehnatini yo`lga qo`yish, 7,5 foizi yangi obyektlarni ishga tushirish, mavjud ishlab chiqarishlarni qayta qurish va kengaytirish, deyarli 30 foizi ish joylarini ko`paytirishning qo`shimcha chora-tadbirlarini amalga oshirish hisobiga tashkil etilgan. Natijada kichik tadbirkorlikda band bo`lganlarning jami iqtisodiyotdagi band bo`lganlarga nisbatan ulushi 2008-yilda 73,1 foizni tashkil etgan bo`lsa, 2009-yilga kelib, 74,2 foizga etdi.

2011-yil 1-yanvariga ro`yxatga olingan kichik korxonalar va mikrofirmalar soni (fermer xo`jaliklarisiz) 231717 tani tashkil etmoqda. 2010-yilning o`zida 35050 ta kichik korxonalar va mikrofirmalar tashkil etilgan bo`lsa, shu yili turli sabablarga ko`ra 23187 ta kichik korxonalar va mikrofirmalar tugatilgan (1.6.5-jadval).

### 1.6.5-jadval

#### Kichik korxonalar va mikrofirmalar soni (fermer xo`jaliklarisiz)

	2011- yil 1- yanvariga ro`yxatga olingan	2010-yil yanvar-dekabrida	
		Tashkil topdi	Tugatildi
<b>O`zbekiston Respublikasi</b>	<b>231717</b>	<b>35050</b>	<b>23187</b>
Qoraqalpog`iston Respublikasi	10172	2047	1518
viloyatlar:			
Andijon	19281	2517	1430
Buxoro	14008	2264	3338
Jizzax	6728	1405	598
Qashqadaryo	44439	4147	3143
Navoiy	6179	899	756
Namangan	13225	2112	832
Samarqand	14865	2076	1634
Surxondaryo	11457	1776	1897
Sirdaryo	6074	1309	530
Toshkent	18210	2943	1011
Farg`ona	19162	2899	1477
Xorazm	11781	1823	840
Toshkent sh.	36136	6833	4183

Amalga oshirilgan tahlil natijalari shuni ko`rsatmoqdaki, jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini jadal rivojlantirish, iqtisodiy o`sishni ta`minlash, yangi ish o`rinlarini tashkil etish, aholining daromadlari va farovonligini oshirishning muhim omili sifatida amal qilmoqda.

### 1.7. O`zbekistonda kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish yo`nalishlari

O`zbekistonda ijtimoiy yo`naltirilgan bozor iqtisodiyotini barpo etishning asosiy maqsadlaridan biri mamlakatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik shakllarini ustuvor rivojlantirishdan iborat. Bu maqsadni amalga oshirish uchun iqtisodiy islohotlar o`tkazilmoqda, uning rolini oshirish uchun yirik institutsional asoslar yaratilmoqda. Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va uni kafolatlovchi huquqiy-me`yoriy hujjatlar, tadbirkorlarga ko`maklashuvchi nodavlat tashkilotlar, korxonalar shular jumlasiga kiradi. O`zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari majmuini tashkil etish muvaffaqiyatli bormoqda.

Kichik biznes faoliyati bilan shug`ullanuvchi korxonalar davlatga bog`liq bo`lmagan holda, ya`ni katta kapital mablag`larsiz o`zlari ish joylarini joriy etishlari, hozirgi davrda bizda vaqtinchalik mavjud tovarlar tanqisligini kamaytirishlari va, hattoki, bu tanqislikni butunlay yo`qotishlari mumkin. Kichik korxonalar texnologiya yangiliklarini joriy etishda ham g`oyat katta ahamiyatga ega.

Respublikamizda kichik korxonalar soni va ular ishlab chiqargan mahsulotlar hajmi yildan-yilga oshib bormoqda. Kichik korxonalar O`zbekiston Respublikasining «Korxonalar to`g`risida», «Mulk to`g`risida», «Erkin tadbirkorlik faoliyati kafolatlari to`g`risida»gi kabi qonunlari, Prezident farmonlari, Vazirlar Mahkamasining qarorlari va boshqa me`yoriy hujjatlar asosida tashkil etilmoqda.

Kichik korxonalar fan-texnika taraqqiyoti sharoitida sanoatning yetakchi sohaslarini yangi texnologiyalarga o`tishda tobora o`z o`rnini topib bormoqda. Ular yangi fikrlar va ishlab chiqarishni takomillashtirish, yangi axborot texnologiyalarini joriy etish bilan ish jarayonini ta`minlovchi tizimning asosiy bog`lovchilik sifatini namoyon etmoqda.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasining mamlakatimizni modernizatsiya qilish va yangilashning ishonchli tayanchi bo`lgan mulkdorlar sinfini, ya`ni o`rta sinfni shakllantirishdagi ulkan ahamiyatini hech narsa bilan qiyoslab bo`lmaydi.

O`zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisida 2011-yilda kichik biznesning yalpi ichki mahsulotdagi ulushini 54 foizga yetkazish vazifasi qo`yildi<sup>15</sup>.

2011-yilga mo`ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo`nalishlari sifatida quyidagilar belgilab olindi:

**Birinchidan**, mamlakatimizning barcha mintaqalarida biznesni rivojlantirish uchun yanada qulay ishchan muhit yaratish, tadbirkorlik, kichik va xususiy biznesga yanada keng erkinlik berish, byurokratik to`siq va g`ovlarni bartaraf etish bo`yicha zarur chora-tadbirlarni amalga oshirish lozim.

Shu munosabat bilan tadbirkorlik faoliyati muhitining qanday holatda ekani, buning uchun zarur shart-sharoitlarni yaratish va bu faoliyatning amaldagi rivojlanish

---

<sup>15</sup>Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqamiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma`ruzasi. //Xalq so`zi, 2011-yil 22-yanvar.

sur'atlari barcha darajadagi hokimliklar faoliyatini baholashning asosiy mezoniga aylanishi dardkor.

Bosh prokuratura kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining moliyaviy-xo'jalik faoliyatiga har qanday noqonuniy aralashuvni iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish bo'yicha davlat siyosatiga qarshi qaratilgan harakat sifatida ko'rib chiqish va huquqbuzarlarga nisbatan qonunchilikka muvofiq javobgarlik normalarini qo'llashni amalga oshirishi lozim.

**Ikkinchidan,** Vazirlar Mahkamasi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari faoliyatini tartibga soladigan qonun hujjatlarini tanqidiy tahlil qilish vazifasini amalga oshirishi zarur.

Eskirgan, sun'iy ravishda o'ylab chiqarilgan va ko'pincha hech kimga keragi bo'lmagan cheklov va taqiqlarni bartaraf etish, davlat va nazorat organlarining kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining moliya-xo'jalik faoliyatiga aralashuvini yanada keskin kamaytirish dardkor.

**Uchinchidan,** kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning kreditlar, xomashyo resurslari, shuningdek, davlat xaridlari tizimidan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish zarur.

2011-yilda Moliya vazirligi va Iqtisodiyot vazirligi tomonidan maxsus kvotalar ajratish orqali kichik biznesning davlat xaridlari tizimidan foydalanishini kengaytirish borasida alohida mexanizmni ishlab chiqish va amalda qo'llash, kichik biznes korxonalari tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarni xarid qilish, ko'rsatilayotgan ish va xizmatlarga doir davlat buyurtmalarini joylashtirish bo'yicha ochiq elektron tizimni bosqichma-bosqich joriy etish ko'zda tutilmoqda.

Markaziy bank tijorat banklari bilan birgalikda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlariga kreditlar ajratish, birinchi navbatda, investitsiya maqsadlari uchun uzoq muddatli kreditlar ajratish mexanizmlarini yanada takomillashtirish va ularning hajmini oshirish, boshlang'ich kapitalni shakllantirish, mikrokreditlar berish ko'lamini kengaytirish borasidagi ishlarni davom ettirishi lozim. 2011-yilda tijorat banklari tomonidan iqtisodiyotning ushbu sektoriga ajratiladigan kreditlar hajmini kamida 1,3 barobar ko'paytirish dardkor.

O'zbekiston banklar assotsiatsiyasi tijorat banklari bilan hamkorlikda Investitsiya loyihalari bo'yicha loyiha hujjatlari tayyorlashni moliyalashtirish jamg'armasini tashkil qilishi zarur. Bu esa kichik biznes subyektlarining biznes rejalarini tayyorlash sarf-xarajatlarini kamaytirish, ularning sifatini oshirish va kreditlar berish muddatlarini qisqartirish imkonini yaratadi.

**To'rtinchidan,** biz kichik biznesning eksport salohiyatini rivojlantirish uchun zarur tashkiliy, huquqiy, moliyaviy mexanizm va sharoitlarni tug'dirib berishimiz kerak.

Kichik korxonalar uchun tashqi savdo operatsiyalarini rasmiylashtirishdagi ortiqcha ichki proceduralarni bartaraf etish, kichik biznes sohasi mahsulotlarini eksport qilish borasida qo'shimcha preferençiyalar berish zarur.

Ma'lumki, har qanday kichik korxonalar ham o'z mahsulotlari bilan tashqi bozorga mustaqil ravishda chiqa olmaydi. Chunki buning uchun katta sarf-xarajalar kerak bo'ladi, xorijiy mamlakatlar bozorining holati va qonunchiligining o'ziga xos xususiyatlari haqida yetarlicha axborot va bilimlarga ega bo'lish talab etiladi.

Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiyalar va savdo vazirligi “O`zstandart” agentligi va Savdo-sanoat palatasi bilan birgalikda kichik biznes korxonalariga tashqi bozorlarda o`z mahsulotlarini sotishga ko`maklashadigan, marketing o`tkazish, sertifikat va ruxsatnomalar olishni ta`minlaydigan mexanizmni yaratish uchun barcha zarur ishlarni amalga oshirishi darkor.

O`zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov ta`kidlaganidek: “Aholi bandligini ta`minlash va yangi ish o`rinlarini tashkil qilish muammosini hal etish 2011-yil va yaqin istiqbolda mamlakatimizni muvaffaqiyatli va barqaror rivojlantirishning alohida ustuvor yo`nalishi va hech mubolag`asiz eng muhim shartidir”<sup>16</sup>.

2011-yilga mo`ljallab qabul qilingan va mamlakatimiz Parlamenti tomonidan ma`qullangan Respublika dasturida 950 mingdan ortiq yangi ish o`rnini asosan qishloq joylarda yaratish ko`zda tutilgan.

Bu ish joylarining 600 mingdan ziyodini yoki 60,2 foizini kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida yaratish mo`ljallanmoqda. 73 mingdan ortiq ish o`rni transport va muhandislik-kommunikatsiya infratuzilmasini jadal rivojlantirish loyihalarini amalga oshirish natijasida tashkil etiladi. Kisanachilikni, avvalo, mehnat shartnomalari bo`yicha korxonalar bilan kooperatsiya asosidagi kisanachilikni, shuningdek, oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish bandlikni ta`minlashning muhim yo`nalishi bo`lib qoladi va bu qariyb 220 ming kishini (23,2 %) ish bilan ta`minlash imkonini beradi.

Fikrimizcha, hozirgi paytda ushbu soha nafaqat iqtisodiyotning o`shish sur`atlarini jadallashtirishda, balki, mamlakatimiz uchun nihoyatda muhim bo`lgan bandlik va aholi daromadlarini oshirish masalalarini hal etishda ham yetakchi o`rin tutmoqda. Bunga asosan huquqiy bazani mustahkamlash, iqtisodiyotning mazkur sektori uchun barqaror qulaylik, imtiyoz va kreditlar tizimini shakllantirish masalalariga jiddiy e`tibor berilayotgani tufayli erishilmoqda.

Respublikamiz iqtisodiyotida ahamiyati tobora oshib borayotgan kichik biznes subyektlari xo`jalik yuritishning shaxsiy manfaatdorlik, tashabbuskorlik va mulkiy javobgarlik tamoyillariga tayanib, mulkchilikning turli shakllari teng huquqlilik va sog`lom raqobat asosida rivojlanib borishiga asoslanadi. O`z mulkiga, etishtirgan mahsulotiga sohiblik hissiga, ihtiyoridagi mol-mulk, moliyaviy va moddiy resurslarni mustaqil tasarruf etishiga ko`ra, bozor iqtisodiyoti tamoyillariga to`la mos tushadi. Uning mamlakatda bandlik muammosini hal etish, mo`l-ko`lchilikni ta`minlash hamda iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishdagi imkoniyatlari esa juda katta. Shularni inobatga olib, O`zbekistonda bu sohaning rivojlanishiga alohida e`tibor berilmoqda. Fikrimizcha, bunda kichik tadbirkorlikning quyidagi o`ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqilmoqda:

- bozordagi talabga tez moslasha borib, sifatli mahsulot ishlab chiqarish qobiliyati;

---

<sup>16</sup> Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqamiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma`ruzasi. //Xalq so`zi, 2011- yil 22- yanvar.

- nisbatan qisqa muddatlarda aholi ehtiyoji uchun zarur bo`lgan tovar va xizmatlarga bo`lgan talabni qondira olishi;
- dastlabki sarmoyasi nisbatan kichikroq hajmda ekanligi;
- tez orada yangi ishchi o`rinlari barpo etish hamda bandlik muammosini hal etishga ko`maklashish imkoniyati;
- tegishli vazifalarni amalga oshirishda biznes egasi (tadbirkor)ning bevosita ishtiroki.

Keyingi yillarda mamlakatimizda kichik tadbirkorlikni rivojlantirish borasida bir qator ishlar amalga oshirildi: ulgurji va chakana savdo tizimi isloh qilindi; kichik tadbirkorlik korxonalariga infratuzilma bo`linmalari tomonidan xizmat ko`rsatishning samarali tizimi yaratilmoqda; kichik tadbirkorlik subyektlarining qonuniy huquqlari va manfaatlarini muhofaza qilish hamda tadbirkorlik erkinligini kafolatlash tizimi shakllanmoqda; tadbirkorlarni Davlat ro`yxatiga olish va hisobga qo`yishning yengillashtirilgan va xabardor qilish tartibi joriy etildi; birja savdolari orqali tadbirkorlarning moddiy-texnik resurslarni erkin sotib olishiga qulay shart-sharoit yaratildi; mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalarining mahsulotlarini majburiy standartlashtirish va sertifikatlash jarayoni soddalashtirildi; soliq yukini pasaytirish va soddalashtirish choralari ko`rildi; statistika va soliq hisobotining qisqartirilgan shakli kiritildi; kichik tadbirkorlik subyektlarining tashqi iqtisodiy faoliyati erkinlashtirildi; ish boshlovchi tadbirkorlar uchun dastlabki sarmoyani shakllantirish va boshqa shakllardagi yangi moliyaviy qo`llab-quvvatlash tizimi joriy etildi va boshqalar.

Bugungi kunda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari mamlakatimiz iqtisodiyotining barcha jabhalarida, mashinasozlik mahsulotlari ishlab chiqarishda, xalq iste`moli mollari, qishloq xo`jaligi va oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarishda hamda boshqa sohalarda faoliyat yuritmoqda. Kichik korxonalar ishlab chiqargan mahsulotlar davlat korxonalarida ishlab chiqarilgan mahsulotlardan sifati jihatidan qolishmasligi, hatto, ayrim hollarda ulardan yuqori turishi bilan ajralib turadi. Respublikamizdagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari faoliyatining 60-70 foizi bevosita ishlab chiqarish bilan uzviy bog`liq, ular fermerlar, dehqonlar, sanoatchilar va qishloq xo`jaligi mahsulotlarini qayta ishlovchilar va hokazolardir.

O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2010-yil 28-iyulda qabul qilingan "Ta`lim muassasalarining bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etish borasidagi qo`shimcha chora - tadbirlar to`g`risida"gi PF-4232- son Farmoni "Barkamol avlod yili" Davlat dasturi doirasida belgilangan tadbirlarni, ya`ni kasb-hunar kollejlari, akademik litseylar va oliy ta`lim muassasalari bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga keng jalb etishni, o`z navbatida ularni ish bilan ta`minlagan kichik biznes subyektlarini rag`batlantirishni ko`zda tutadi.

Mazkur Farmonga ko`ra kichik tadbirkorlik subyektlari uchun imtiyoz va qulayliklardan foydalanish ko`lami kengaydi. Ya`ni mikrofirmalar va kichik korxonalar kasb-hunar kollejlari, akademik litseylar va oliy ta`lim muassasalari bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga keng jalb etishni, o`z navbatida ularni ish bilan ta`minlagan taqdirda, qonunchilikda belgilangan imtiyoz va yengilliklarni



saqlab qolgan holda, o'z xodimlari sonini belgilangan chegaraviy miqdordan 20 foizga oshirish imkoniyatiga ega bo'ldilar.

Tadbirkorlik subyektlari turlari O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2003-yil 11-oktyabrdagi "Kichik tadbirkorlik (biznes) subyektlariga tegishli bo'lgan korxonalar va tashkilotlar klassifikatsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi 1439-sonli qarori bilan belgilangan edi. Ushbu qarorga ko'ra mikrofirmalar mulkchilik shaklidan qa'tiy nazar, ishlab chiqarish sohasida yiliga o'rta hisobda 20 nafargacha, xizmat ko'rsatish sohasida 10 nafargacha, savdo sohasida 5 nafargacha, kichik korxonalar esa mulkchilik shaklidan qa'tiy nazar, ishlab chiqarish sohasida yiliga o'rta hisobda faoliyat yo'nalishiga ko'ra 50-100 kishigacha, savdo va xizmat ko'rsatish sohalarida 20-25 nafargacha ish bilan band xodimga ega bo'lgan yuridik shaxslar tushuniladi. Mazkur qaror kichik korxonalarni aniqlash mezon sifatida xalqaro amaliyotda keng qo'llanilayotgan ro'yxatdagi xodimlar soni ko'rsatkichini yagona va belgilovchi mezon sifatida ajratib berdi. Biroq, ushbu mezon fan va texnikaning yuksak taraqqiyoti sharoitida korxonaning haqiqiy ko'lami haqida aniq va to'g'ri ma'lumot bera olmasligi mumkin.

Raqamlarga murojaat qiladigan bo'lsak, 2010-yilning 1-iyul holatiga respublika bo'yicha 425,5 mingta kichik biznes subyektlari faoliyat yuritmoqda. Farmon bilan kiritilgan tartib asosida kelgusida mikrofirma va kichik korxonalar hamda ularda mehnat faoliyatini amalga oshiruvchi xodimlar soni o'sib, o'z navbatida, soliq imtiyozlaridan foydalanuvchilarning ham oshishiga olib keladi. Prezidentimiz tomonidan qabul qilingan Farmonning ijtimoiy va iqtisodiy ahamiyatiga e'tibor qaratadigan bo'lsak, eng asosiysi, ta'lim muassasalari, ya'ni, kasb-hunar kollejlari, akademik litseylar va oliy ta'lim muassasalari bitiruvchilarini bevosita o'z tanlagan kasblari bo'yicha ish o'rinlari bilan ta'minlash hisobiga yoshlarni ish bilan bandligi va aholining bandlik darajasi ta'minlanadi.

Ikkinchidan, ta'lim muassasalari tomonidan kadrlarni maqsadli tayyorlash tizimi takomillashadi, ularni tadbirkorlik subyektlari bilan shartnomaviy munosabatlari mustahkamlanib, amaliy tajribaga ega bo'lgan kadrlarni tayyorlash salohiyati kengayadi.

Uchinchidan, mikrofirmalar va kichik korxonalar bilim hamda malakga ega bo'lgan yosh kadrlar bilan ta'minlanib, qo'shimcha ish o'rinlari tashkil etiladi. Natijada mahsulot ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatish hajmlari oshadi, kichik biznesni mamlakat yalpi ichki mahsuloti hajmidagi ulushi ortadi.

Shuningdek, mazkur farmon bilan mikrofirma va kichik korxonalar uchun yaratilgan imkoniyatlar tufayli ularning mahsulot (ish, xizmat) sotishdan tushgan tushumlari oshishi hisobiga soliqqa tortiladigan baza yanada kengayadi. Bu esa, o'z navbatida davlat budjeti va davlat maqsadli jamg'armalariga tushadigan soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar hajmi ko'payishiga olib keladi.

Kichik korxonalar yirik kompaniyalarga nisbatan ular bozor sharoitiga tez moslashadi hamda ishlab chiqargan mahsulotlarini bozorda muvaffaqiyatli o'tishini ta'minlashda bir qancha ustunliklarga ega. Chunki kichik korxonalar o'z faoliyatini tor ishlab chiqarish dasturlari, ilg'or texnologiya, kam turkumli ilm-fan talab qiladigan mahsulotlar ishlab chiqarishga tezda moslaydi hamda bozor asoslarini tez o'zlashtirib boradi.

Mulkchilik shakllariga ko`ra kichik korxonalarining quyidagi turlarini ajratib ko`rsatish mumkin:

1. Davlat mulkiga asoslangan kichik korxonalar.
2. Jamoa mulkiga asoslangan kichik korxonalar.
3. Fuqarolarning mulkiga asoslangan yakka tartibda ishlaydigan kichik korxonalar.
4. Ijara korxonalar.
5. Kichik qo`shma korxonalar.

Kichik biznes korxonalarini faoliyatining tahlili ular qishloq xo`jaligi sohasida, ayniqsa jadal rivojlanayotganligini ko`rsatadi. 2009-yilda ular soni 100 mingdan oshib ketdi. Qishloq xo`jaligidagi ishlab chiqaruvchilarning asosiy hissasini fermer xo`jaliklari tashkil etadi, ularning soni 2000-yilga nisbatan 4 barobar oshdi. Bugungi kunda mamlakatimiz fermerlik xo`jaliklarida 1 milliondan ziyod kishi band bo`lib, 2010-yilgi paxta xomashyosining 99,4 foizi, g`allaning 81,5 foizdan ortig`i fermer xo`jaliklari tomonidan etishtirildi.

Respublikamizda kichik biznes korxonalarini sonining izchillik bilan ortishi, iqtisodiyotning barcha sektorlarida, jumladan, transport, aloqa, sog`liqni saqlash va boshqa xizmat ko`rsatish tarmoqlarida ham kuzatilmoqda.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tashqi iqtisodiy faoliyat sohasi ham asta-sekin rivojlanmoqda. Uning umumiy eksport hajmidagi ulushi 2010-yilda 13,6 foizni tashkil etdi. Kichik biznes korxonalarining asosiy eksporti qishloq xo`jaligi, to`qimachilik, ishlov beruvchi, elektrotexnika ishlab chiqarish mahsulotlari hamda xalq amaliy san`ati buyumlaridir.

Yuqoridagi tahlillar shuni ko`rsatadiki, so`nggi yillarda O`zbekiston Respublikasida xususiy tadbirkorlik, kichik biznes faoliyati bilan shug`ullanuvchi korxonalar iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida tashkil etilmoqda. Shu bilan kichik korxonalarining iqtisodiyotdagi o`rni va ahamiyati ortib bormoqda. Xususiy tadbirkorlik va kichik biznesning milliy iqtisodiyotni rivojlantirishdagi ahamiyati quyidagilar bilan tavsiflanadi:

- xususiy tadbirkorlik bozor iqtisodiyoti sharoitida zarur tezkorlikni ta`minlab, ishlab chiqarishdagi chuqur ixtisoslashuv va tarmoqlashgan kooperatsiyani yaratadi, bularsiz yuksak samaradorlikni ta`minlab bo`lmaydi;

- bozor uchun zarur raqobatchilik muhitini yaratadi hamda o`zgarib turadigan bozor talabiga moslab tezda ishlab chiqarish turini o`zgartirib olish qobiliyatiga ega ekanligi bilan ajralib turadi;

- iste`molchilik sohasida yuzaga keladigan bo`shliqni tezda to`ldirishga qodir bo`lib, eng zamonaviy mashina uskunalari va texnologiyadan foydalanib sarflangan sarmoyaning o`rnini juda tez qoplay oladi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning xususiyatlari (muomala kapitalining kichikligi, uning tez aylanuvchanligi, ishlab chiqarish vositalarini tezda almashtirish imkoniyatlari va b.) uning bir qancha afzalliklarga ega bo`lishi imkoniyatlarini yaratadi:

- izlanish, yangi mahsulotlarni maromiga yetkazish va o`zlashtirish, ularni talabning tez o`zgarib turishi xatarini hisobga olgan holda kichik uyushmalarda ishlab chiqarish;

-tezkor texnik servisning ishonchliligi va iste'molchilar bilan mustahkam aloqalar o'rnatish;

-ishlab chiqarishni moslashuvchan tarzda tashkil etish va mahsulot sotishni bozor talablari hamda bozor vaziyatlari o'zgarishlariga muvofiq olib borish;

-ortiqcha ish kuchini o'ziga singdirish;

-boshqarishning oddiyligi, katta ma'muriy apparatning yo'qligi, qurilish va loyiha quvvatlarini o'zlashtirishda qisqa muddat, kapital sarflarining tez o'zini oqlashi, kapital aylanmasida yuqori tezlik;

- xomashyo va mehnat resurslari, ishlab chiqarish chiqindilaridan to'liqroq va samaraliroq foydalanish.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik hamda u bilan bog'liq barcha narsalar zamonaviy ijtimoiy ishlab chiqarish tashkiliy tuzilmasini muhim va tarkibiy qismini tashkil etadi. Shuning uchun ham davlatimiz iqtisodiyotini rivojlantirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka muhim o'rin ajratilib, ularga davlat tomonidan madad berilmoqda.

Xususiy tadbirkorlik va kichik biznes fan-texnika rivojini jadallashtirish, sanoatning ilg'or tarmoqlarida yangi texnologiyalarga o'tish sharoitida o'z o'rnini topib bormoqda. Bunday tadbirkorlik yangi axborot texnologiyalari, yangi g'oyalar va ishlab chiqarishni modernizatsiyalash bilan ishlashni ta'minlovchi butun tizimning ajralmas qismini tashkil etadi. Bundan tashqari, kichik korxonalar tavakkalchilik xavfi yuqori bo'lgan sharoitlarda ishlab chiqarishning ma'qul shakllaridan hisoblanadi.

Kichik korxonalar texnologiya yangiliklarini joriy etishda ham g'oyat katta ahamiyatga ega. Yangi texnologik g'oyalarni yirik korxonalariga nisbatan tezroq qabul qiladigan kichik biznesda xatar kamroq va katta turkumdagi ishlab chiqarishga nisbatan ishni tezroq yo'lga qo'yish mumkin. Bu esa bizning sharoitda fan-texnika taraqqiyotini rivojlantirishga yordam berishi mumkin.

Iqtisodiyotning umumiy taraqqiyotini ta'minlash, tovar va xizmatlar etishmovchiligini bartaraf etishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik katta o'rin tutadi. Mehnat resurslari tez o'sayotgan va ishlab chiqarish joylashuvidagi o'ziga xoslik sharoitlarida O'zbekistonda kichik korxonalar tizimini vujudga keltirish quyidagi imkoniyatlarni yaratadi:

- erkin mehnat resurslari, yangi xo'jalik munosabatlarining joriy etilishi, yangi mulkchilik shakllarining paydo bo'lishi natijasida ishlab chiqarishda bo'shatiladigan shaxslarning ijtimoiy ishlab chiqarishga ko'proq jalb etish, mulkchilikning yangi shakllari paydo bo'lishi;

- aholining, birinchi navbatda, yoshlarning moddiy, ma'naviy va kasb darajasini ko'tarish;

-aholining sust harakatchanligini hisobga olgan holda sanoat ishlab chiqarishini aholi yashaydigan joylarga yaqinlashtirish hamda aholining xalq iste'moli mollariga ehtiyojlarini to'laroq qondirish;

-milliy va badiiy hunarmandchilikni tiklash, shuningdek kichik va o'rta shaharlar, qishloq aholi punktlarini rivojlantirishga yordam ko'rsatish, umuman, har bir mintaqa uchun g'oyat muhim iqtisodiyot samaradorligini oshirish.

Iqtisodiyotni rivojlantirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ijobiy ahamiyatini e'tirof etgan holda, uning ahamiyatini ortiqcha baholab yuborish ham to'g'ri emas. Xususiy tadbirkorlik faqat muayyan doiradagina faollik ko'rsata oladi, shu sababli kichik biznes faoliyatini rivojlantirish uchun zarur sharoitni yaratish zarur. Buning uchun bizningcha, moliya jamg'armalarini tashkil etish kerak. Bu jamg'armalar tadbirkorlar tijorat banklarida imtiyozli kreditlar olish uchun kafil bo'lishlari, subsidiyalar, shu jumladan qaytarib berilmaydigan subsidiyalarga (iqtisodiyotning alohida ustuvor sohalariidagi korxonalarini rivojlantirish uchun) manba bo'lib xizmat qilishlari lozim.

O'zbekistonda kichik korxonalarini moliyaviy qo'llab-quvvatlash tizimining takomillashtirilishi kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka xizmat ko'rsatadigan banklar, fondlar, investitsiyalar va sug'urta tashkilotlari faoliyatlarini rag'batlantirish yo'nalishida olib borilishi lozim. Xorijiy mamlakatlardagi kabi O'zbekiston Respublikasida ham agar korxonalar ustuvor davlat dasturida (yangi texnikani yaratish, uzoq hududlarni rivojlantirish va boshqalar) qatnashayotgan bo'lsa, imtiyozli qarzlarni olishi mumkin. Bunda foizning eng kam me'yori va qarzni uzishda uzoq muddat berilishi qarzni berishdagi asosiy shartlar hisoblanadi.

Kichik korxonalar faoliyatiga oldindan ko'rib bo'lmaydigan xilma-xil xatarli vaziyatlar katta ta'sir ko'rsatadi, kon'yunkturaning keskin o'zgarib ketishi, mijozlarning to'lovga qodir bo'lmay qolishi, tabiiy ofatlar ularni tang ahvolga tushirib qo'yadi. Shu sababli rivojlangan mamlakatlarda sug'urtalar tizimi yaxshi yo'lga qo'yilgan. Mamlakatimizda ham sug'urtalar barpo etilishi zarur. Bu tizim kichik korxonalarini rivojlantirishda (ayniqsa, tijorat xatarlari katta bo'lgan sohalarda) qulay sharoitlarni kafolatlashi, shaxsiy yoki qarzni olingan kapital bilan tavakkal qilib ish boshlagan tadbirkorlarga ishonch va zarur barqarorlikni yaratishi kerak.

Iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish respublikamizda o'tkazilayotgan iqtisodiy islohotlarning asosiy yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Bu esa iqtisodiy raqobatning rivojlanishi, iste'mol bozorini tovar va xizmat turlari bilan to'ldirish, shuningdek xususiy tadbirkorlar ning keng qatlamini yaratishni taqozo etadi. Bularni hisobga olib, bugungi kunda respublikada quyidagi masalalarni hal etish lozim:

-aholining keng tabaqalarini bozor faoliyatiga olib kirish, ulardagi boqimandachilik, iste'molchilik psixologiyasini bartaraf etish, aholida xususiy tadbirkorlik, kichik biznes faoliyati bilan faol shug'ullanish istagini uyg'otish;

-qishloq xo'jaligidagi iqtisodiy munosabatlarni tubdan yangilash, dehqon va fermer xo'jaliklari faoliyatini yanada rivojlantirish hamda ular sonini imkon qadar oshirish, hududlarda kichik korxonalar tashkil etish yo'li bilan vaqtincha ishsiz yurgan kishilarni qo'shimcha ish joylari bilan ta'minlash;

-mintaqada bozor munosabatlari va infratuzilmani jadallashtirish, iqtisodiy raqobatni rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratish;

-respublika aholisining ortib borayotgan talab va ehtiyojlarini to'laroq qondirishga xizmat qiluvchi ijtimoiy va iqtisodiy sharoitlarni barpo etish;

-ko'rsatiladigan xizmatlar turi va miqyosini keskin oshirish, bank, auditorlik, konsalting hamda turli vositachilik faoliyatlarini hozirgi zamon fan va texnikasi yutuqlari asosida yuksak saviyada tashkil etishni ta'minlash;

-korxonalarni boshqarish samaradorligini oshirish, ularning iqtisodiy jihatdan mustaqil bo`lishlarini ta'minlash uchun shart-sharoitlar yaratib berish;

-joylarda ishlab chiqariladigan mahsulotlar turlari va hajmini bozor talablariga ko`ra osonlik bilan moslashtira oladigan iste'mol bozorini tovar bilan to`ldirib, eksport uchun mol chiqara oladigan kichik korxonalarni joriy etish.

Ma'lumki, respublikada mehnatga layoqatli aholining 65,3 foizi qishloqlarda yashaydi. Bu qishloq joylarda tadbirkorlikning rivoji uchun juda katta imkoniyatlar mavjudligini ko`rsatadi. Shu bilan bir qatorda, qishloq xo`jaligi ishlab chiqarishida band bo`lgan ortiqcha ishchi kuchlarini xizmat ko`rsatish, qayta ishlash va shu kabi yo`nalishlarga qayta taqsimlash kerak. Qishloqda tadbirkorlik, uning kichik biznes shakllarini rivojlantirish bilan bog`liq turli boshqaruv pog`onalarida tashkiliy-iqtisodiy masalalarni hal etish ustuvor masalalar qatoriga kiradi.

Bu maqsadlarni amalga oshirish uchun mamlakatimiz miqyosida quyidagi masalalarni hal etish lozim:

-bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlash uchun raqobatbardosh kadrlar tayyorlash va ularning malakasini oshirish;

-hududlarda haqiqiy tadbirkorlik muhitini yaratish;

-kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini moliyaviy qo`llab-quvvatlash;

-kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini huquqiy bazasini mustahkamlash;

-kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini texnologik jihozlar bilan ta'minlashni qo`llab-quvvatlash;

-islohotlar natijalarini reklama va axborot xizmati vositalari orqali keng ommaga yetkazish.

Tadbirkorlik faoliyati rivojlanishida soliq va savdo sohasidagi davlat siyosati muhim rol o`ynaydi. Tadqiqotlarning ko`rsatishicha shu sohadagi cheklovlar kichik biznes rivojidagi ko`pgina muammolarning yuzaga kelishiga sabab bo`ladi. So`rov o`tkazilgan tadbirkorlarning 75 foizi moliya-kredit tizimini takomillashtirish, 52,5 foiz soliq va 69 foizi moddiy-texnika resurslari bilan savdo qilishni yaxshilash lozimligi to`g`risida fikr bildirganlar. Shuning uchun islohotlarning hozirgi bosqichida bu sohalarda tadbirkorlikka to`siq bo`layotgan omillarni tahlil qilish va ularni bozor talablari doirasida baholash muhim ahamiyatga ega.

### **1.8. Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishni davlat tomonidan qo`llab-quvvatlashning xorij tajribasi**

Ko`pgina xorijiy mamlakatlarda kichik biznesning vujudga kelishi va muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi davlat yordami vositasida ta'minlanadi. Ularda bu ishda juda katta ijobiy tajriba to`plangan bo`lib, undan bizning sharoitlarimiz va xususiyatlarimizni hisobga olgan holda foydalanish mumkin.

Ko`pgina mamlakatlarda kichik korxonalar faoliyatini tartibga solishga umumiy yondashishlar va asosiy yo`nalishlar xosdir. Ularga quyidagilar kiradi:

- kichik biznesni qo`llab-quvvatlashga yo`naltirilgan maxsus qonunlarni qabul qilish;

- korxonalar faoliyatining umumiy va xususiy tomonlarini (masalan, kichik firmalarda boshqaruv usullarini) takomillashtirishni, biznes bilan shug`ullanishni

istayottanlarga moliyaviy yordam ko`rsatishni, kichik biznesni rivojlantirishni ko`zda tutuvchi ma'lum maqsadga qaratilgan davlat rejalarini ishlab chiqish;

- kichik biznesni qo`llab-quvvatlashning tarkibiy-tashkiliy xizmatlarini tashkil qilish;

- kichik bizneslarga davlatning moliyaviy yordam ko`rsatishi (Italiyada kichik firmalar ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlarini moliyalashtirishga katta mablag`lar ajratiladi);

- kichik biznesni kafolatlash va imtiyozli kreditlashtirish firmalarini tashkil qilish (Angliyada kichik korxonalarni moliyalashtirishni ta'minlovchi maxsus firmalar bor, buning ustiga davlat qarzlarning 70% ni kafolatlaydi);

- kichik korxonalar faoliyatini imtiyozli soliqqa tortishni keng tarqatish (masalan, Fransiyada har yili 10000 ga yaqin korxonalar to`liq yoki qisman soliq to`lashdan ozod qilinadilar).

Kichik biznesni qo`llab-quvvatlash sohasidagi ba'zi bir mamlakatlar tajribasining qisqacha bayonini keltiramiz.

**AQSH.** AQSH 1953-yildayoq butun mamlakat bo`yicha vakillarning keng tarmog`iga ega kichik biznes ishlari bo`yicha ma'muriyat tashkil qilingan edi, unda 4 ming xodimlar xizmat qiladi. Bu tashkilot faoliyatining asosiy yo`nalishi shaxsiy ishni ochish va olib borishda yordam berish, kichik biznesga kreditlar va kafolatlangan qarzlarni berishdan iborat.

O`sha yili iqtisodiyotning monopolistik sektorini davlat tomonidan tartibga solishning huquqiy asoslarini tashkil qiluvchi kichik biznes to`g`risidagi qonun qabul qilingan. 1986-yilda kichik korxonalariga yangi texnologiyalar, ilmiy-texnik va tajriba konstruktorlik tashkilotlarining ishlanmalarini topshirish imkoniyatini ta'minlovchi qonun qabul qilingan.

Kichik korxonalariga ko`pchilik yarim hukumat tashkilotlari yordam ko`rsatadilar: xizmatlar savdosi sohasidagi siyosat bo`yicha qo`mita, Prezident xuzuridagi xususiy tadbirkorlik muammolari bo`yicha maxsus komissiya, sanoat raqobatbardoshligi masalalari bo`yicha komissiya va boshqalar.

Ko`p sonli jamoatchilik tashkilotlari – savdo palatasi, sanoatchilarning milliy assotsiatsiyasi, savdo, qishloq xo`jaligidagi har xil assotsiatsiyalar, klublar, guruhlar va hokazolar kichik biznesni qo`llab-quvvatlashga yordam ko`rsatadilar. AQSHda kichik korxonalar soliq imtiyozlaridan foydalanmaydi, ammo subsidiyalar, dotatsiyalar, moliyaviy kafolatlar bilan qo`llab-quvvatlanadilar.

**Yaponiya.** Yaponiyada kichik korxonalarni qo`llab-quvvatlashda kichik biznes bo`yicha boshqarma, KO`Kni rivojlantirish bo`yicha davlat korporatsiyasi, moliyalashtirish bo`yicha milliy korporatsiya, KO`K assotsiatsiyalarining butun yapon federatsiyasi, KO`K butun yapon markazi va boshqalar faoliyat yuritadilar. Bulardan tashqari unga yaqin maxsus banklar KO`Kni kreditlashga xizmat qiladi.

Davlat qo`llab-quvvatlashi o`z ichiga quyidagilarni oladi: imtiyozli soliqqa tortish, jadallashtirilgan amortizatsiya, imtiyozli kredit-lashtirish, xodimlarni o`qitishda yordam, bankrotlik hoida yordam ko`rsatish, KO`Kning texnik darajasi o`shishini rag`batlantirish.

Prefekturalarda harakat qiluvchi 500dan ortiq savdo-sanoat palatalari va ularning filiallari kichik korxonalariga maslahat, moliya, ta'lim yordamini ko`rsatadilar.

Kichik biznesni qo'llab-quvvatlashning maxsus fondi, xalq fondi hamda moliyaviy korporatsiya davlatning KO'Kni qo'llab-quvvatlashning moliyaviy bazasini tashkil qiladilar.

**Xitoy.** Xitoyda olib borilayotgan soliq va moliya siyosati, tashqi savdo, investitsion siyosat sohasida islohotlarning chuqurlashuvi kichik korxonalarining tez rivojlanishiga yordam bergan. Ayniqsa, qishloq xo'jaligi, posyolka sanoati deb nomlangan kichik va xususiy ishlab chiqarish tez rivojlangan. Qurilish materiallari ishlab chiqarishning 70%, tayyor kiyim-kechaklarning 40 %, qishloq xo'jaligi mahsulotlarining 80 %i kichik biznesning ulushiga to'g'ri keladi. Xitoy qishloqlari yalpi ijtimoiy mahsulotining 60 % posyolka korxonalarining ulushiga to'g'ri keladi. Posyolka korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi va arzon ish kuchining mavjudligi ularni xorijiy investitsiyalarni jalb qiluvchi obyektga aylantirgan.

**Janubiy Koreya.** 1995-yilda KO'K mahsuloti eksportining salmog'i mamlakat umumiy eksport hajmining 30%ni tashkil qilgan va 50 mlrd. AQSH dollariga etgan. Bunga katta bank kreditlari yordam bergan.

Kredit-pul siyosati shunday qurilganki, tijorat banklari o'z qarzlarning 30% ini KO'Kga berishga majburlar. Mamlakatdagi kichik biznes federatsiyasi, KO'K banki, texnologiyalarni sug'urta qilish federatsiyasi, savdo va sanoat vazirligi KO'Kning rivojlanishiga yordam beradi.

Sanoatni rivojlantirish siyosatining ajralmas qismi sifatida KO'K ning rivojlanishini qo'llab-quvvatlash siyosati sohasida yirik qonunchilik bazasi tashkil qilingan: KO'K ni rag'batlantirish haqidagi dekret (1966-y.), KO'Kning sub-kontraktli ishlarini rag'batlantirish haqidagi qonun (1978-y.), faqat KO'K ishlab chiqaradigan tovarlar ro'yxati (1982-y.), KO'K o'zaro yordam fondi haqidagi qoidalar (1984-y.), KO'K boshqaruv barqarorligi va boshqalar. Yordam, birinchi navbatda, yuqori eksport salohiyatiga ega bo'lgan korxonalariga ko'rsatiladi.

**Gollandiya.** Bu mamlakatda KO'K ni qo'llab-quvvatlash uchun ko'pgina tashkilotlar mavjud:

- KO'K uchun golland kengashi;
- KO'K masalalari bo'yicha tadqiqotlar va konsalting;
- KO'K uchun siyosatning qirollik federatsiyasi;
- ijtimoiy biznes tashkilotlari tarmoq xususiyatlari bo'yicha ish beruvchilar va xodimlarning hamkorligini ta'minlaydilar;
- savdo palatasi konsalting xizmatlari ko'rsatadi;
- KO'K instituti ishchi-xizmatchilarni o'qitish, maslahat berish bilan shug'ullanadi;
- o'qish vaqtida shaxsiy korxonalarini ochgan talabalarga yordam ko'rsatish uchun «Mini-korxonalar fondi» tashkil qilingan;
- ikkita oliy o'quv yurti KO'K uchun mutaxassislarni tayyorlaydi;
- kechqurunlari qatnash mumkin bo'lgan ko'pgina turli xil kurslar ishlaydi. Bularda ishni endi boshlovchilar shaxsiy ishni ochish, biznes-rejalar tuzish, maslahatlar va axborotlar olish maqsadida o'qishlari mumkin.

**Fransiya.** Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashning asosiy maqsadi – bandlikning ko'payishi va raqobatbardoshlikning o'sishidir. Buning uchun quyidagilar qilinadi: to'g'ridan-to'g'ri yordam, axborotlarga kirish, ma'muriy to'siqlarni kamaytirish,

solliqlarni kamaytirish va boshqalar. Fransiyada KO`K ni qo`llab-quvvatlash bo`yicha har xil tashkilotlar tashkil qilingan:

- KO`K konfederatsiyasi;
- savdo palatasi;
- hunarmandlik ishlari bo`yicha palata;
- qishloq xo`jaligi palatasi;
- investitsion xavf-xatarni sug`urtalashning frantsuz jamiyati;
- biznesni tashkil qilish markazi va boshqalar.

Yuqorida ko`rsatib o`tilgan mamlakatlarda qo`llaniladigan kichik biznesni qo`llab-quvvatlash mexanizmlari faqat umumiy ko`rinishda bayon qilingan. Yordamning ayrim yo`nalishlarini aniqroq o`rganish va O`zbekiston iqtisodiyoti sharoitlarida ulardan foydalanish imkoniyatlarini belgilash kichik biznesni rivojlantirish uchun shubhasiz foyda keltirgan bo`lar edi.

### **Qisqa xulosalar**

Tadbirkorlik deganda yuridik va jismoniy shaxslar tomonidan mahsulot ishlab chiqarish (xizmatlar ko`rsatish) yo`li bilan tavakkal qilib, o`z mulkiy javobgarligi asosida amalga oshiriladigan tashabbuskorlik faoliyati tushuniladi.

Tadbirkorlikning shakllanishi va rivojlanishi uchun iqtisodiy, siyosiy, ijtimoiy va huquqiy shart-sharoitlar yaratilgan bo`lishi lozim.

Tadbirkorlik ijtimoiy munosabatlar namoyon bo`lishining shakllaridan biri sifatida faqat jamiyatning salohiyatini oshirishga ko`maklashib qolmay, balki har qanday insonning qobiliyati va mahoratini namoyon etish uchun qulay zamin yaratadi, milliy boyliklarning ko`paytirish va jahon integratsiyalashuvi jarayonida milliy ruhni saqlab qolishga yordam beradi. Shuning uchun tadbirkorlikni rivojlantirish va uning huquqiy bazasini mustahkamlashga davlat tomonidan katta e`tibor berilmoqda.

### **Nazorat va muhokama uchun savollar**

1. Tadbirkorlikning kelib chiqish tarixi va mohiyati to`g`risida gapirib bering.
2. O`zbekistonda tadbirkorlik faoliyatining rivojlanishi to`g`risida nimalar deya olasiz?
3. Kichik biznesni rivojlantirishning qanday afzalliklari mavjud?
4. Tadbirkorlik faoliyatining huquqiy asosini ta`minlovchi qanday qonunlarni bilasiz? Izohlang.
5. Tadbirkorlik muhitiga qanday omillar ta`sir etadi?
6. Tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning maqsad va vazifalari nimalardan iborat?
7. Mulkchilik shakllariga ko`ra korxonalarining necha turi mavjud?
8. O`zbekistonda tadbirkorlik faoliyatini qo`llab-quvvatlash va rivojlantirish yo`nalishlarini ko`rsatib bering.
9. Davlatning kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirish borasida qanday siyosati amalga oshiriladi?

### **Adabiyotlar**



1. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi: 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. –T.: O'zbekiston, 2011.– 48 b.

2. Karimov I.A. Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi: O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining qo'shma majlisidagi ma'ruzasi. -T.: O'zbekiston, 2010. – 56 b.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2010-yil 28-iyuldagi "Ta'lim muassasalarining bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar"to'g'risidagi Farmoni. //Xalq so'zi, 2010-yil, 29- iyul.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimovning 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi "Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi" mavzusidagi ma'ruzasini o'rganish bo'yicha O'quv-uslubiy majmua. –T.: Iqtisodiyot, 2011. – 377 b.

5. Boltabayev M.R., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva Sh.J., G'oyipnazarov B.K., Samadov A.N., Xodjaev R.S. Kichik biznes va tadbirkorlik. –T.: ADIB NASHRIYOTI, 2011. – 283 b.

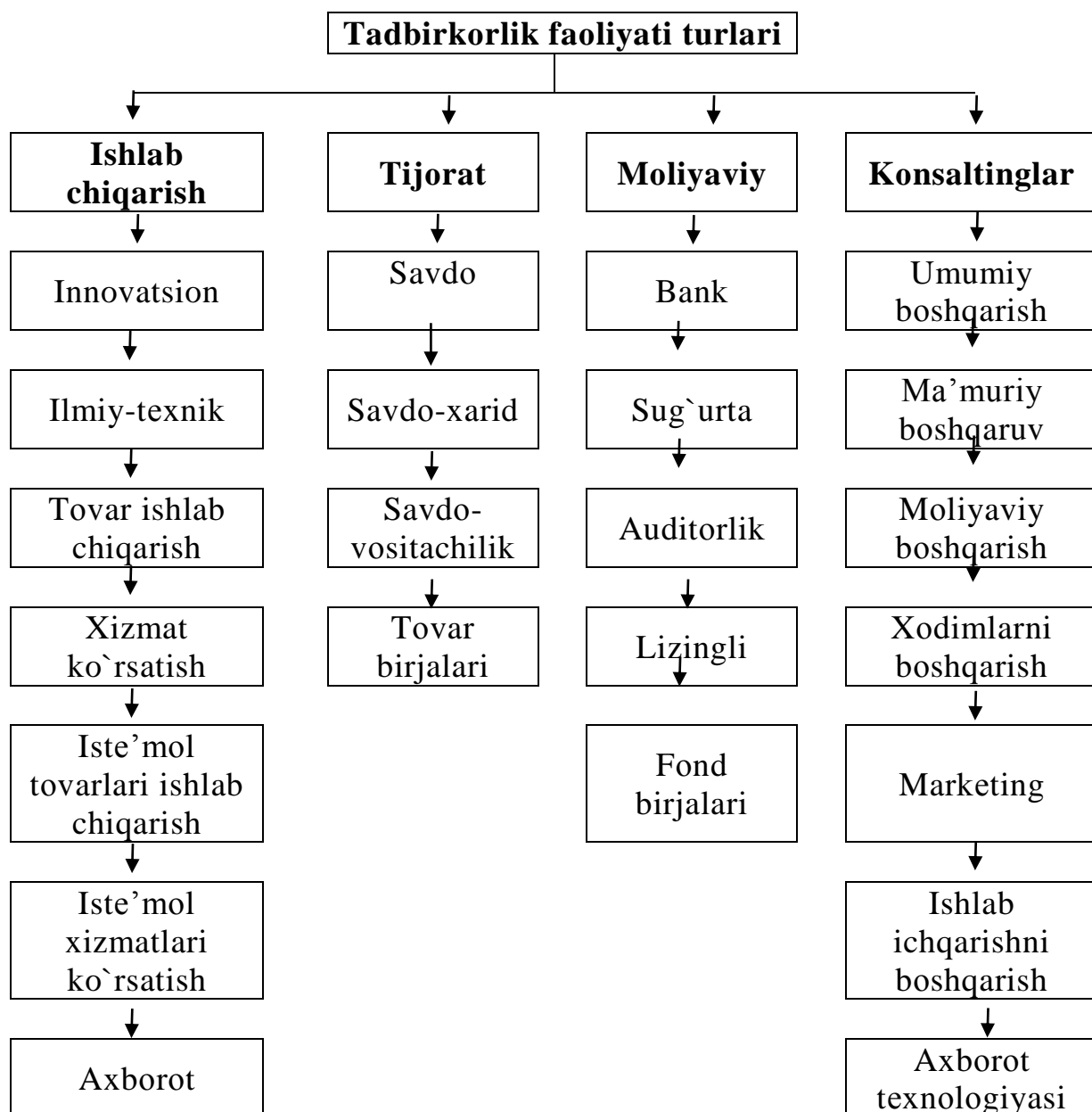
6. Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. -T.: TDIU, 2010. – 260 b.

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

### 2.1. Tadbirkorlik faoliyatining turlari

Tadbirkorlik faoliyati turlari xilma-xildir. Faoliyat maqsadi, turi va yo`nalishlariga qarab tadbirkorlik faoliyatining ishlab chiqarish, tijorat, moliyaviy va konsalting turlarini ajratish mumkin.

Qayd etilgan ushbu tadbirkorlik faoliyatining har bir turi kichik turlarga bo`linadi. Mavjud tadbirkorlik faoliyati turlarini quyidagicha ifoda etish mumkin (2.1.1-rasm).



2.1.1-rasm. Tadbirkorlik faoliyati turlarining tarkibi

**Ishlab chiqarish tadbirkorligi.** Ishlab chiqarish tadbirkorligini tadbirkorlik faoliyatining asosiy turi desak xato bo`lmaydi. Zero, bunday tadbirkorlik faoliyati

tufayli mahsulot, tovarlar ishlab chiqariladi, xizmat ko`rsatiladi, ma'lum ma'naviy qadriyatlar yuzaga keladi.

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

Moliyaviy 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 ilgarigi turlariga nisbatan kamroq samara beradi. Bu ko`rsatkich 5-10%ni tashkil etadi. Keyingi vaqtda O`zbekistonda tadbirkorlik faoliyatining konsalting (maslahat) turi rivojlanmoqda. Bu tadbirkorlik turi ko`p yo`nalishlardan iborat bo`lib, kelajakda yaxshi rivojlanib ketishiga jahon iqtisodiyoti taraqqiyoti guvohlik beradi.

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

Innovatsion, ilmiy-texnik faoliyat, tovarlarni bevosita ishlab chiqarish, xizmat ko`rsatish va shu sohadagi axborot bilan ishlash faoliyati ishlab chiqarish tadbirkorligiga kiradi. Ishlab chiqarish bilan shug`ullanmoqchi bo`lgan har bir ishbilanmon 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 potentsial iste'molchilari, xaridorlari, ulgurji va chakana savdo bilan shug`ullanuvchi tashkilotlar bilan aloqa qiladi.

Muzokaralar ishbilanmon va bo`lajak xaridorlar o`rtasida shartnoma tuzilishi bilan yakunlanadi. Tuzilgan shartnoma tadbirkorlikdagi tavakkalchilikning oldini olish imkonini beradi.

Shu ishlar amalga oshmasa, tadbirkor faqat og`zaki va`dalar asosida ishlab chiqarish faoliyatini boshlaydi. Barqaror bozor sharoitida rivojlangan mamlakatlarda og`zaki kelishuvlar ishonchli kafolat bo`lib, zarur hollarda shartnoma, bitim shaklida rasmiylashtiriladi. Biroq mamlakatimizda bozor iqtisodiyoti endi shakllanayotgan davrda og`zaki bitimlarning kafolati past va tavakkalchilik kuchlidir.

Tadbirkorlik faoliyatining keyingi bosqichi ishlab chiqarish omillarini sotib olish yoki ijaraga olishdir.

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

Asosiy ishlab chiqarish fondlari (mehnat qurollari) inshootlar, uzatuvchi moslamalar, quvvatli mashina va jihozlar, ishchi mashina va jihozlar, o`lchov

uskunalari, laboratoriya jihozlari, hisoblash texnikasi, transport vositalari, ishlab chiqarish inventarlari va boshqa asbob-uskunalardan iborat. Asosiy ishlab chiqarish fondlariga sex zavod va laboratoriya binolari kiradi.

Korxonada hududi atrofidagi devorlar, ko`priklar, neft quduqlari, ko`mir koni qatlamlari va shunga o`xshash boshqa qurilmalar inshoot jumlasiga kiradi. Uzatuvchi moslamalarga quvvatli kabellar, elektr uzatkich liniyalari, turli uzatkich quvurlari, neft va gaz uzatkich quvurlari kiradi. Quvvatli mashinalarga turli dvigatellar, turbinalar, bug` qozonlari va boshqalar kiradi. Asosiy ishlab chiqarish fondlarining muhim elementi ishchi mashina va uskunalari hisoblanadi. Ularga yordamchi uexlarning barcha texnologik moslamalari, mashina va uskunalari kiradi. Asosiy fondlarning bu qismi shartli ravishda aktiv qismi deb hisoblanadi, chunki shu mashina va uskunalarda mahsulotlarning asosiy qismi tayyorlanadi. Transport vositalari tarkibiga avtomobil, temir yo`l, havo yo`llari va boshqa transportlarning barcha turlari kiradi.

Aylanma ishlab chiqarish fondlarini (mehnat predmetlari) xomashyo, asosiy va yordamchi materiallar, yonilg`i va energetik resurslar, idish va idish moslamalar, chidamsiz va qisqa muddatda ishlatiladigan asboblari va ishlab chiqarish moslamalari, ta`mirlash uchun zarur ehtiyot va butlash qismlari tashkil etadi. Sotib olinadigan butlash moslamalar, yarim tayyor mahsulotlar, tugallanmagan ishlab chiqarish, o`zi tayyorlagan yarim tayyor mahsulot, kelajakdaagi xarajatlar ham aylanma ishlab chiqarish fondlarini tashkil etadi.

Qayta ishlov berilmagan sanoat mahsulotlari (ruda, neft, ko`mir, gaz va boshqalar), qishloq xo`jaligi mahsulotlari (paxta, jun, teri va boshqalar) xomashyoni tashkil etadi. Materiallar esa ma`lum qayta ishlash jarayonidan o`tib tayyor mahsulot ishlab chiqarishga mo`ljallangan mehnat mahsulotidir. Asosiy materiallar bo`lajak tayyor mahsulot (temir, yog`och, mato)ning asosini tashkil etadi, yordamchi materiallar (bo`yoq, tugma va boshqalar) asosiy materiallar uchun ishlatiladi yoki (moylash materiallari) ishlab chiqarish jarayoniga yordamlashadi.

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

Kelajakdagi xarajatlarga alohida to`xtalish lozim. Bu xarajatlar yangi mahsulotlarni tayyorlashdagi xarajatlar bo`lib, keyinchalik ishlab chiqarish xarajatlari jumlasiga kiritiladi. Ishchi kuchini tadbirkor e`lon, mehnat birjasi, ishga joylash agentligi, tanish-bilishlar orqali topadi. Ishga olishda nomzodning ma`lumoti, mutaxassisligi, ish tajribasi, shaxsiy xususiyatlari hisobga olinadi. So`ngra tadbirkor moddiy, moliyaviy, mehnat resurslari, tayyorlanadigan mahsulotlarni sotish bozori haqida axborot to`playdi.

**Moliyaviy mablag`ga bo`lgan talab va uning hisobi.** Tadbirkorlik bitimini tuzish moliyaviy xarajatlar bilan bog`liq. Ishlab chiqarish va tadbirkorlik faoliyati uchun zarur pul miqdorini (Pp) quyidagi formula asosida hisoblash mumkin:

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

Bu yerda:

Pi - yollanma ishchilarga maosh to`lash uchun zarur pul mablag`lari;

Pm - sotib olinadigan material, xomashyo, yarim tayyor mahsulot, butlash qismlar, yonilg`i, energiya uchun to`lovlar;

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

Pa - axborot uchun sarflangan mablag`lar;

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

Ishlab chiqarish faoliyati bilan shug`ullanish uchun tadbirkor boshlang`ich kapitalga ega bo`lishi kerak. Har qanday kishining bunga imkoni bo`lmasligi mumkin. Ushbu holatda ishbilarmon tijorat banki yoki mablag`i bor shaxsga kredit olish uchun murojaat qiladi. Buning boshqa yo`li ham bor tadbirkor ishlab chiqarish omillari (bino, uskuna, xomashyo, material, axborot va boshqalar)ni kreditga ham olishi mumkin. Tadbirkor kredit bergan shaxsga olingan pul mablag`i yoki kreditga olingan ishlab chiqarish omillarining qiymatini qo`shimcha foizlar bilan qaytarishi kerak.

Mablag`larni imtiyozli asosda davlat tuzilmalari ajratishi mumkin. Buning uchun O`zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishga yordam berish maqsadida maxsus jamg`armalar tuzilib, kredit berishga imtiyozlar yaratilgan. Ishlab chiqarish va tadbirkorlik faoliyatida bilvosita ishtirokchi bo`lib, unda moliya va soliq organlari ishtirok etadi. Ular tadbirkorlik faoliyati hisobidan mahalliy budjetga majburiy to`lovlar, ajratmalar va jarimalar o`tkazish bilan shug`ullanadilar.

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

Tadbirkor foydasi yalpi va sof foydaga bo`linadi. Ishlab chiqarish va sotishga ketgan xarajatlardan keyin qolgan tushum yalpi foyda deyiladi. Yalpi foydadan soliqlar to`lanadi. Yalpi foyda hisobidan soliqlar, jarima va boshqa to`lovlar to`langandan keyin qolgan pul sof foyda hisoblanadi. Tadbirkorning umumiy moliyaviy bahosini rentabellik ko`rsatkichi belgilaydi. U sof foydaning jami xarajatlarga nisbati shaklida aniqlanadi.

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

tavakkalchilik mavjud. Yangi va eng yangi texnologiyalarni joriy etish bilan shug'ullanuvchi fan- texnika firmalari venchur firmalar deyiladi. Ularning daromadi kafolatlanmagan bo'lib, faoliyati tavakkal kapital bilan bog'liq.

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

Venchur biznesi dastlab AQSHda yuzaga kelib, keyinchalik keng rivojlanib ketdi. Har bir kichik innovatsion biznesning moddiy va moliyaviy imkoniyati fan-texnika bazasi jihatdan cheklangan bo'lib, davlat ko'magiga muhtojdir. AQSHda kichik innovatsion biznesga davlat tomonidan yordam ko'rsatish dasturi ishlab chiqilgan. Dasturga asosan kichik biznes bevosita federal budjetidan moliyalashtiriladi, vazirlik va muassasalar doimiy ravishda ular bilan shartnoma tuzadilar. AQSHda venchur biznesida tuzilgan kompaniyalarning aksiyalari imtiyozli narxlarda innovatsion firmalarga sotilib, olingan mablag'lardan g'oyalarni joriy etish uchun foydalaniladi.

O'zbekistonda ham venchur biznesi rivojlanishiga barcha imkoniyatlar yaratilgan. Birinchi navbatda, bu qimmatbaho qog'ozlar bozori mavjudligidir. Keyinchalik, intellektual mulk bozoriga xorijiy firmalar kirib keldi. O'zbekiston ishbilarmonlari ham o'z navbatida Venchur biznesiga katta qiziqish bilan qaramoqdalar.

Bular Venchur biznesi mamlakatimizda endi rivojlanayotganligidan dalolat berib, kelajakda innovatsion biznes rivojlanib ketishiga turtki bo'ladi.

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

**Tovar birjasi** tovar namunalari xaridor tomonidan oldindan ko'zdan kechirilmagan va tovarlarni minimal partiyasi belgilangan ulgurji tovar bozori turi. Tovar birjasida o'zaro kelishilgan va rioya qilingan qoidalar asosida savdo operatsiyalarini amalga oshirish uchun tijorat vositalari va ularning xizmatchilari o'z xohishlari bilan birlashadi. Ushbu birjaning maqsadi erkin raqobatning boshqarish mexanizmini tashkil etish va shu orqali talab va taklifni hisobga olgan holda haqiqiy bozor narxlarini aniqlashdir. Tovar birjasi standartlar bo'yicha sotiladigan tovarlar (don, ko'mir, metall, neft, yog'och)ning doimo faoliyat yurituvchi ulgurji savdo bozoridir. Shunga o'xshash birjalar barcha iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda faoliyat yuritib kelmoqda. Misol sifatida London (rangli metall), Liverpool (paxta), Singapur (kauchuk) va boshqa tovar birjalarini ko'rsatish mumkin.

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

Tovar birjalari quyidagi asosiy vazifalarni bajaradi:

- savdo bitimlarini tuzishga vositachilik xizmati ko'rsatadi;
- tovar savdosini tartibga soladi, savdo jarayonlarini boshqaradi va savdo mojarolarini hal etadi;

- narxlar to'g'risida, shuningdek ishlab chiqarish va narxlarga ta'sir qiluvchi turli omillar haqida axborotlar yig'adi va e'lon qiladi.

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

Respublika tovar-xomashyo birjasi 1994-yili ochiq hissadorlik jamiyati shaklida tashkil etildi. U sanoat, qishloq xo'jaligi, oziq-ovqat tovarlari va xomashyo mahsulotlarini erkin ulgurji savdosini uyushtiradi. Birja savdolarida brokerlar orqali xarid qilingan mahsulotlar respublikadan tashqariga litsenziyasiz va bojxona to'lovisiz chiqariladi. Tovar-xomashyo birjasining bo'linmalari barcha viloyatlarda va Qoraqalpo g'iston Respublikasida tashkil etilgan.

Tovar-xomashyo birjasi xorijiy davlatlar (Angliya, Polsha, Turkiya) hamda MDH mamlakatlari (Rossiya, Tojikiston, Turkmaniston)ning tovar xomashyo birjalari, Kiyev, Belarus universal birjalari bilan birjalararo aloqalarni yo'lga qo'ygan.

«O'zulgurjibirjasavdo» respublika tovar resurslari bozorini shakllantirishda zarur infratuzilmani yaratish maqsadida 1994-yili O'zbekiston shartnomalar va savdo bo'yicha davlat aksiyadorlik uyushmasi negizida tashkil etilgan. Ilgari xalq xo'jaligi ta'minotini respublika moddiy-texnika ta'minoti idorasi boshqargan. O'zbekistonda o'tkazilayotgan chuqur iqtisodiy islohotlar moddiy -texnika ta'minoti tizimini ham tubdan o'zgartirdi.

«O'zulgurjibirjasavdo» xo'jalik mexanizmini rejaviy moddiy - texnika ta'minoti tizimidan erkin xo'jalik aloqalariga o'tishi, davlat ehtiyojlari uchun mahsulot yetkazib berish, ishlab chiqaruvchilar bilan shartnomalar tuzish yo'li orqali amalga oshirishni ta'minlaydi. Moddiy-texnika ta'minoti va sotish bozor usullari bo'yicha oldi-sotdi, ulgurji savdo, yarmarka, birja va kimoshdi savdolari yo'li bilan amalga oshiriladi.

Ta'minotchi va iste'molchilar o'rtasida bevosita o'zaro manfaatli aloqalar moddiy-texnika ta'minoti ning yetakchi shakli bo'lib qoldi. «O'zulgurjibirjasavdo» uyushmasi respublikada ishlab chiqarish vositalari bozorini vujudga keltirish, tovar resurslarini oldi-sotdisini uyushtirish, korxonalar, muassasalar va tadbirkorlarga xizmat ko'rsatishni kengaytirish hamda rivojlantirishga ko'maklashadi.

Uyushma tarkibida 13 ta respublika aksiyadorlik ulgurji vositachilik firmasi, «Sanoatanjomkartonsavdo» aksiyadorlik ishlab chiqarish savdo birlashmasi, respublika viloyatlari va Qoraqalpo g'istondagi 14 ta hududiy tijorat-vositachilik aksiyadorlik kompaniyalari, aksiyadorlik transport ekspeditsiya agentligi, aksiyadorlik tovar xomashyo birjasi, «Trastbank » aksiyadorlik birja banki, doimiy ishlaydigan yarmarka va kimoshdi bozorlari direksiyai mavjud.

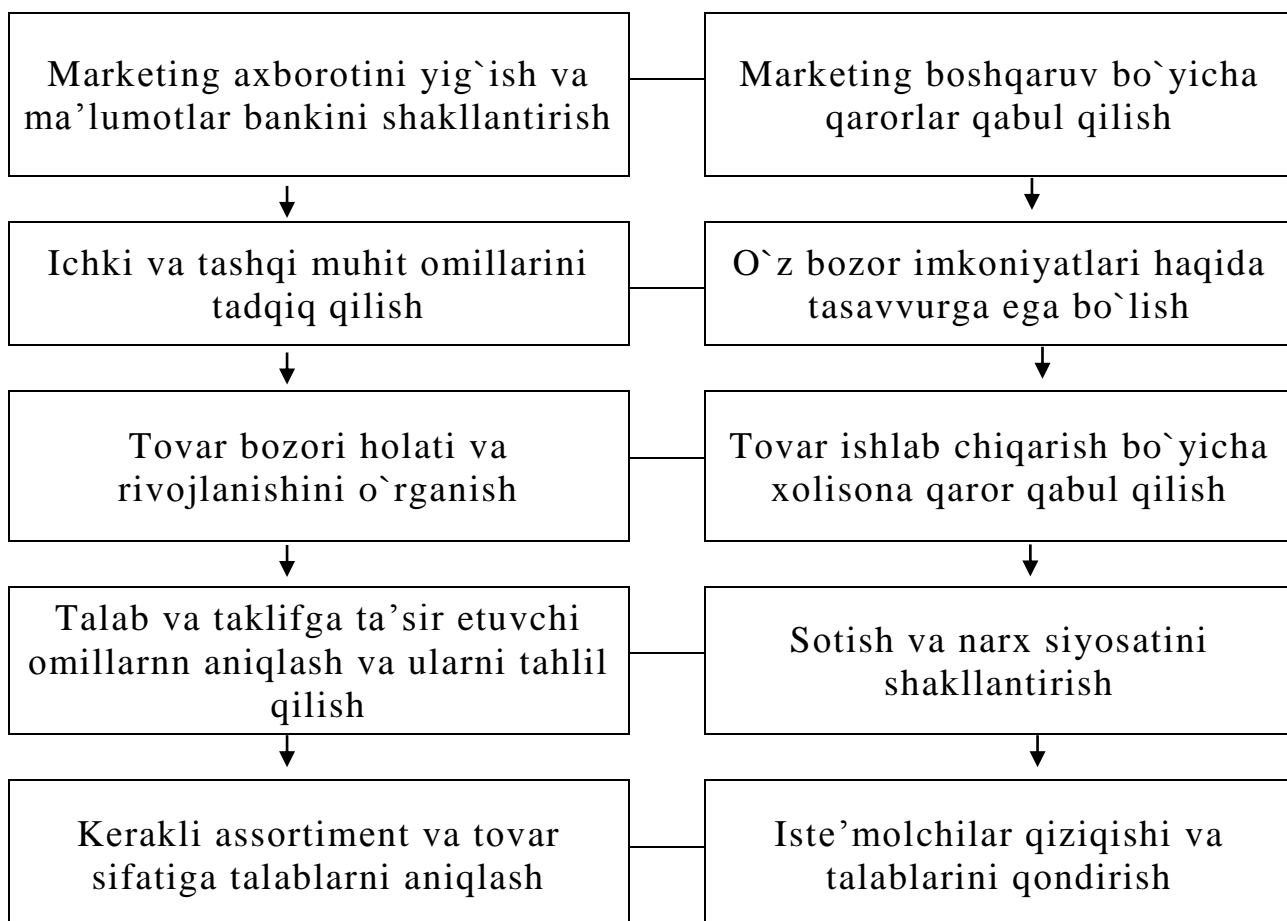
**Tovar olib-sotish va xizmat ko'rsatish bo'yicha operatsiyalar.** Tijorat tadbirkorligining asosiy mazmunini tovar olib-sotish va xizmatlar ko'rsatish tashkil etadi. Tijorat tadbirkorlik faoliyati umumiy shaklda ishlab chiqarish tadbirkorligi faoliyatiga o'xshab ketadi. Tijorat tadbirkorligida iste'molchiga moddiy resurslar o'niga tayyor tovarlar sotiladi. Tijorat tadbirkorligida mahsulot ishlab chiqarish

o`rnini tayyor tovar egallaydi. Tijorat bitimi tuzishdan oldin bozor tahlilini o`tkazish zarur.

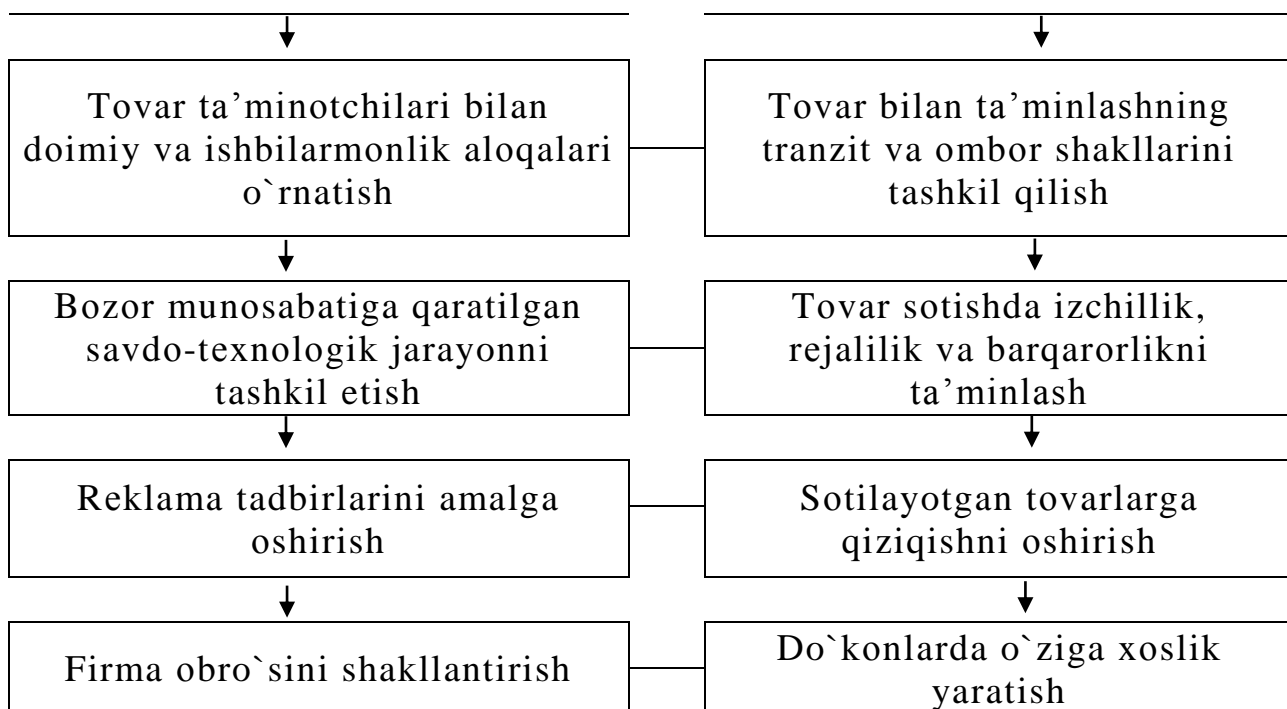
Umumiy ko`rinishda marketing-tijorat korxonalarini va firmalari xo`jalik faoliyatining barcha tomonlarini boshqarish va tashkil etish tizimidir. Marketing yordamida savdo korxonasi hayotiy faoliyati amalga oshiriladi, ya'ni bozor o`rganiladi, tovar iste'molchiga etkaziladi, moliyaviy ta'minot va foyda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

Savdo sohasida marketingni amalga oshirishning eng muhim sharti uni rejalashtirishdir. Marketing rejasi natura va qiymat ifodasidagi sotish hajmini belgilaydi. Tovarlar talabga qarab farqlanadi. Birinchi guruhga bozorni hali egallamagan tovarlar kiradi, ikkinchi guruhni esa keng talabga ega an'anaviy tovarlar tashkil etadi.

Marketing tuzilmasi tezkor boshqarish ishlari bilan birga bozorni o`rganish, rejalashtirish, maqsadlarni amalga oshirish, bashorat qilish va ularni nazorat qilishni o`z ichiga oladi. Savdo firmasidagi marketing faoliyatining model-dasturini quyidagicha tasvirlash mumkin (2.1.2-rasm). Agar bozorning dastlabki tahlili va bashorati tijorat bitimini tuzish foydasiga hal bo'layotgan bo'lsa, tijoratchi shu bitim aks etilgan biznes-rejani va bo'lajak xarajat va kutilayotgan natijalarni ishlab chiqishi lozim.







### 2.1.2-rasm. Savdo firmasida marketing faoliyatining model dasturi

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

- savdo-vositachi xizmatlarni bajarish uchun ishchilarni yollash (tovarni sotib olish, tashish, sotish, reklama ishini olib borish, kerakli xizmatlarni rasmiylashtirish);
- tovarni caqlash va sotish uchun kerak bo'lgan omborxonalar, baza, savdo do'konlarini sotib olish yoki ijaraga olish;
- tovarni keyinchalik sotish uchun sotib olish;
- amalga oshiriladigan ishni moliyalashtirish uchun pul mablag'larini kreditga olish va keyinchalik kredit va uning foizini qaytarish;
- vositachilik faoliyati ko'rsatayotgan boshqa tashkilot yoki shaxslarning xizmatlaridan foydalanish va ularga pul to'lash;
- bitimda ko'rsatilgan ishni rejalashtirish, rasmiylashtirish va tartiblashtirish uchun zarur bo'lgan axborotni to'plash yoki sotib olish;
- tovarni xaridorga sotish;
- bitimni rasmiylashtirish, barcha soliq va to'lovlarni to'lash.

Tijorat bitimining barcha muhim tadbirlari muddat jihatidan o'zaro bog'liqdir. Bitim yakunida biznes-reja va harakatlarning yiriklashtirilgan muvofiqlashtiruvchi rejasi ishlab chiqiladi. Agar bitim yirik bo'lib, ko'p muddatga cho'zilsa, ishni bajarish uchun reja jadvalini tuzish tavsiya etiladi.

**Moliyaviy tadbirkorlik.** Tijorat banklari va fond birjalari moliyaviy tadbirkorlik uchun faoliyat ko'rsatuvchi maqom bo'lib xizmat qiladi. Ushbu bozor institutlarining mohiyati nimada?

**Tijorat banki** aksiyadorlik turidagi moliyaviy-kredit muassasasi bo'lib, asosan pul omonatlarini (depozitlarni) qabul qiluvchi va mijoz ko'rsatmasi bilan boshqa hisob-kitob operatsiyalarni amalga oshiruvchi tijorat tashkilotlariga pulli xizmat

ko`rsatadi. Tijorat banklarining daromad manbai depozit (jalb etilgan) va ssuda mablag`lari o`rtasidagi farqlardan shakllanadi.

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

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

1996-yil 25-aprelda qabul qilingan O`zbekiston Respublikasining «Banklar va bank faoliyati to`g`risida»gi qonunida tijorat banklari faoliyatining barcha huquqiy asoslari aniq belgilab berilgan. 1996-yilning birinchi choragida tijorat banklari vakillik hisob raqamlarini Markaziy bank hisob-kitoblar markaziga o`tkazish to`liq tugallandi va kliring markazlari tugatildi. Bu hudud ichidagi banklar o`rtasida operatsiyalarning sanoqli soatlarda o`tkazilishiga imkon beradi.

Hozirgi kunda O`zbekiston Respublikasida bir qancha tijorat aksionerlik banklari faoliyat yuritmoqda. Tijorat banklari milliy iqtisodiyotning turli soha va tarmoqlari, korxonalar va tashkilotlari, xo`jalik va tadbirkorlik subyektlarini kreditlash, moliyalash va ularga hisob-kitob xizmati ko`rsatishni amalga oshiradi. Banklar faoliyati to`la mustaqildir. O`z resurslari etmay qolganda ular boshqa banklardan yoki Markaziy bankdan kredit olishi mumkin.

**Fond birjasi.** Moliyaviy tadbirkorlikning elementlaridan yana biri fond birjasidir. Kapitalning ko`payishi, aktivlarning haqiqiy narxini aniqlashga qaratilgan qimmatbaho qog`ozlar bozoriga fond birjasi deyiladi. Fond birjasining faoliyat tamoyili talab va taklifni tezkor tartiblashtirishdan iboratdir. Fond birjalarida qimmatbaho qog`ozlarning kopirovkasi o`tkaziladi. Bunga muvofiq birjaning kopirovka bo`limi mutaxassislari birja orqali o`tayotgan barcha qimmatbah o qog`ozlarning xarid kursi va sotuv kurslarini muntazam ravishda baholab boradilar. Joriy kurslar esa doimo chiroqli tabloda yozilib, maxsus byulletenda chop etiladi.

Joriy kurslarga binoan shu vaqt shu birjada ma`lum aksiyalarni sotish yoki sotib olish narxlari aniqlanadi. Bu narxlar maxsus formula yordamida chiqarilsa, ular birja faolligining indeksini aniqlash uchun asos bo`ladi. Birja faolligi iqtisodiyotda sodir bo`layotgan ahvolni o`ziga xos ravishda aks ettiradi.

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

Hozirgi vaqtda O`zbekistonda ham fond birjalari o`z faoliyatini amalga oshirib kelmoqda. «**Toshkent**» respublika fond birjasi erkin sotuvga chiqarilgan aksiyalar savdosi bilan shug`ullanuvchi yopiq aksiyadorlik jamiyati, 1994-yil aprelda «Toshkent» respublika universal tovar-fond birjasi tarkibidagi fond bo`limi asosida tashkil etildi.

Birja qimmatli qog'ozlarning bir maromda muomalada bo'lishini ta'minlaydi, ularning bozor bahosini belgilaydi va ularga doir ma'lumotlarni tarqatadi. Birjaning 81 brokerlik idorasi bo'lib, ularda jami 240 broker ishlaydi.

Respublikaning qimmatli qog'ozlar bozorini shakllantirish borasida hukumat tomonidan bir qancha tadbirlar ko'rildi. Bunday bozorlar respublikada ilgaridan ma'lum bo'lib, 1920-1930-yillarda veksellar, depozitli sertifikatlar, obligatsiyalar muomalada bo'lgan. 1995-yildan esa bunday qimmatli qog'ozlar «Toshkent» respublika fond birjasi orqali sotila boshladi.

Respublika fond bozoriga Markaziy bank tomonidan veksellar bilan birga depozit va jamg'arma sertifikatleri chiqarildi. Qimmatli qog'ozlar bozorini kengaytirish maqsadida fond do'konlari tarmog'i vujudga keltirildi. Ularning soni 55 taga yetdi.

1995-yilda «Toshkent» fond birjasi Yevropa-Osiyo fond birjalari federatsiyasi a'zoligiga qabul qilindi.

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

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

Germaniyaning mashhur «Porsche» avtomobil firmasi 1991-yilga kelib, tanazzulga uchrash arafasida edi. Korxonalar rahbarlari ahvolni tuzatish uchun Yaponiyaning «Sin gidzyutsu» (bu «Yangi texnologiya» ma'nosini bildiradi) konsalting firmasiga murojaat etishdi. Firma «Touota»ning malakali mutaxassislarini yig'ib, ishga kirishdi. Chet ellik maslahatchilar sharoitni o'rganib chiqib, «Porsche» zavodida konveyer ish usulini joriy etdi. Ishlab chiqarishning barcha bo'g'inlarida xarajatlar keskin ravishda kamaytirildi. Konveyer tizimi o'zgartirilmasada mahalliy tajriba va an'analari hisobga olinmadi. Faqat yapon maslahatchilari taklif qilgan tizim ishlay boshladi.

Yaponiya texnologiyasi joriy etishdan uch yildan keyin «Porsche»da birinchi real natijalar yuzaga keldi: kompaniya kam xarajat qilib, ko'proq avtomobil ishlab chiqara boshladi. 19 %ga kamaytirilgan ishchilar tezroq va sifatliroq ishni bajara boshladi. Yapon maslahatchilarining tavsiyalari tufayli yig'uv konveyer uzunligi qisqardi, ko'p miqdordagi yordamchi omborxonalariga hojat qolmadi, natijada zavod hududi 30 %ga qisqardi. Ishlab chiqarishdagi kamchiliklar ikki barobar kamaydi.

Avtomobil ʻ yigʻish tezligi 40 %ga oshdi. Bu ishlarni oʻsha eski jihozlarda, shu zavodda ishlab kelgan ishchi va muhandislar amalga oshirdi. Ular ixtiro sohasida ham faollashib, har oyda ishlab chiqarishni yaxshilashga qaratilgan ikki yarim mingdan ortiq yangi takliflar bermoqda.

Konsalting xizmatlari bir martali maslahat ham boʻlishi mumkin. Lekin ular konsalting loyiha shaklida boʻlib, quyidagi asosiy bosqichlarni qamrab oladi:

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

Loyihaning hajmiga koʻra, yakuniy bosqich bir necha kundan bir necha oygacha choʻzilishi mumkin. Baʼzida mijozlar bilan ish olib borish koʻp yillar davom etadi.

**Maslahat uslublari.** Maslahat uslublari turli xil boʻlishi mumkin. Maslahatning uch turi ekspertli, jarayon va oʻrgatuvchi maslahatlar keng qoʻllaniladi.

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

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

**Oʻrgatuvchi maslahatida** mutaxassislarning asosiy maqsadi gʻoyalarning yuzaga kelishi, yechimlar qabul qilish uchun asos tayyorlashdir. SHu maqsadda mijozlar uchun maʼruzalar oʻqiladi, seminarlar oʻtkaziladi, oʻquv qoʻllanmalari ishlab chiqiladi. Umuman, mijozlar zarur nazariy va amaliy axborotlar bilan taʼminlanadi. Amalda esa yuqoridagi har bir maslahat turlari sof holda qoʻllanilmaydi, ular kombinatsiyalashgan shaklda uchraydi.

Sanoati rivojlangan mamlakatlarda konsalting xizmati koʻp yillar mobaynida bozor iqtisodiyoti infratuzilmasining muhim elementlaridan hisoblanadi. Konsalting xizmati statistikada maxsus tarmoq deb tan olingan. AQSH da ushbu tarmoqda 700 ming kishi band boʻlib, uning bir yillik xizmat hajmi 50 mlrd. dollarni tashkil etadi.

Har bir rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda maslahatchilar fikrisiz iqtisodiyot va boshqaruvga oid jiddiy qarorlar qabul qilinmaydi.

Oʻzbekistonda hozirgi vaqtda xususiy konsalting firmalar soni juda kam (qiyoslash uchun Gollandiyada ularning soni 2000 dan oshiqdir).

Xususiy firmalardan tashqari maslahatli xizmatlarni davlat, oʻquv, axborot, ilmiy tekshirish muassasalari tijorat asosida bajaradi. Mamlakatimizda hozirgi iqtisodiy sharoitni yaxshi biladigan, yuqori salohiyatga ega, yuqori intellektual, bozor iqtisodiyoti mexanizmini tushunadigan malakali maslahatchilar soni yildan-yilga koʻpayib bormoqda. Ular chet el konsalting firmalarining vakillari bilan hamkorlikda milliy iqtisodiyotni rivojlantirishda katta ish olib bormoqda. Aytish lozimki, chet el konsalting firmalarining xizmati juda qimmat. Masalan, chet el konsalting firmasi xodimining bir kunlik oʻrtacha ish haqi 300 dollarni tashkil etadi.

Konsalting xizmatlari turli xil boʻlishi mumkin. Menejment boʻyicha Yevropa maslahatchilar maʼlumot koʻrsatkichida 84 turdagi konsalting xizmatlari koʻrsatilgan.

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

**Maslahat loyahasini amalga oshirishni tashkil etish.** Mijoz firma bilan aloqa o'rnatgandan keyin taklif ishlab chiqarishga kirishiladi. Taklif ishlab chiqish loyihani muhokama qilishdan boshlanadi. Bundan oldin mijoz-firma haqida batafsil axborot olishi lozim. Maslahatchi firma nima bilan shug'ullanishi, nimalarni ishlab chiqarishi, ishchilar soni, malakasi, boshqaruv xodimlar soni, ish hajmi, xarajat va daromad miqdori, firmaning moliyaviy ahvoli, shartnomalarning bor-yo'qligi, hamkorlarning ishonchligini bilishi kerak. Undan keyin shart-sharoit, uning o'zgarish dinamikasi va muammolari aniqlanadi. So'ng bajarilishi zarur ishlarning reja-grafigi tuzilib, tegishli yuridik qog'ozlar rasmiylashtiriladi. Ishning bajarilishiga alohida e'tibor berish lozim. Maslahatchining obro'si ishning o'z vaqtida yoki muddatdan oldin bajarilishi bilan belgilanadi.

Ishning qanday shaklda tugatilishini ham aniqlab olish zarur, ya'ni ish yoki xizmat muayyan natijaga erishishdan iborat ekanligini belgilash lozim. Bularning barchasi ishning reja grafigida aks etilishi kerak. Buyurtmani bajarish jarayonida buyurtmachi firmaning psixologiyasini o'rganishi kerak. Ishning bajarilish jarayonida mijozning qiziqishi susayishi mumkin, shu sababli qiziqishni susaytirmaslik uchun chora-tadbirlar ishlab chiqish kerak. Buning uchun qiziqishning eng yuqori pallasida biror-bir kichik tadbirni amalga oshirish kerak.

Bu tadbir mijoz-firma rahbariyatiga qaratilgan muayyan takliflar, maslahatchining taklifini majlisda muhokama qilish, ba'zi takliflarni bajarish haqidagi qarorni tayyorlashdan iborat bo'lishi mumkin. Oxirida loyiha yoki ba'zi takliflarni amalga oshirish haqida yozma hisobot rasmiylashtiriladi. Oldindan kelishilgan maslahat turlari bundan mustasno emas.

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

Mijozlarni jalb etish usullari turli-tumandir. Bunga o'z imkoniyatlarini targ'ibot qilish, reklama qilish, vositachilar yordamida mijozlarni jalb etish, firma haqida ijobiy fikr bildirgan oldingi mijozlar takliflaridan foydalanish kiradi.

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

Albatta, maslahatchi firmaning obro'sini belgilab beruvchi omil o'tmishda muvaffaqiyatli yuritilgan faoliyatdir. Yirik, hatto o'rtamiyona firmalarning ijobiy tavsiyasi eng yaxshi reklamadir.

Umuman firmaga maslahatchilar kerakmi? O'zbekiston iqtisodiyotini ba'zi korxonalar ida tubdan islohotlar olib borilayotgan davrda ko'plab muammolar yuzaga

kelmoqda. Shu muammolarni oqilona hal etish uchun maslahatchilar salohiyati oshib borishi aniq. Shu bilan birga moliyaviy imkoniyat cheklanganligi tufayli maslahatchilarni firmaning ba'zi muammolarini hal etish uchun taklif etish maqsadga muvofiqdir. Muammolarni hal etishni korxonaning strategik rivojlanish muammosini echishdan boshlash kerak, so'ngra marketing, innovatsion imkoniyat va boshqa muammolarni hal etishga o'tish kerak.

## 2.2. Tadbirkorlik faoliyatining shakllari

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

- yakka tartibdagi tadbirkorlik;
- xususiy tadbirkorlik;
- jamo'a 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 tadbirkorlar odatda mayda ishlab chiqarish bilan shug'ullanadilar. Yakka tartibdagi tadbirkorlik o'z navbatida ikki turga bo'linadi: shaxsiy tadbirkorlik; birgalikdagi tadbirkorlik.

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

Ushbu qonunning 16-moddasiga binoan birgalikdagi tadbirkorlikka quyidagilar kiradi:

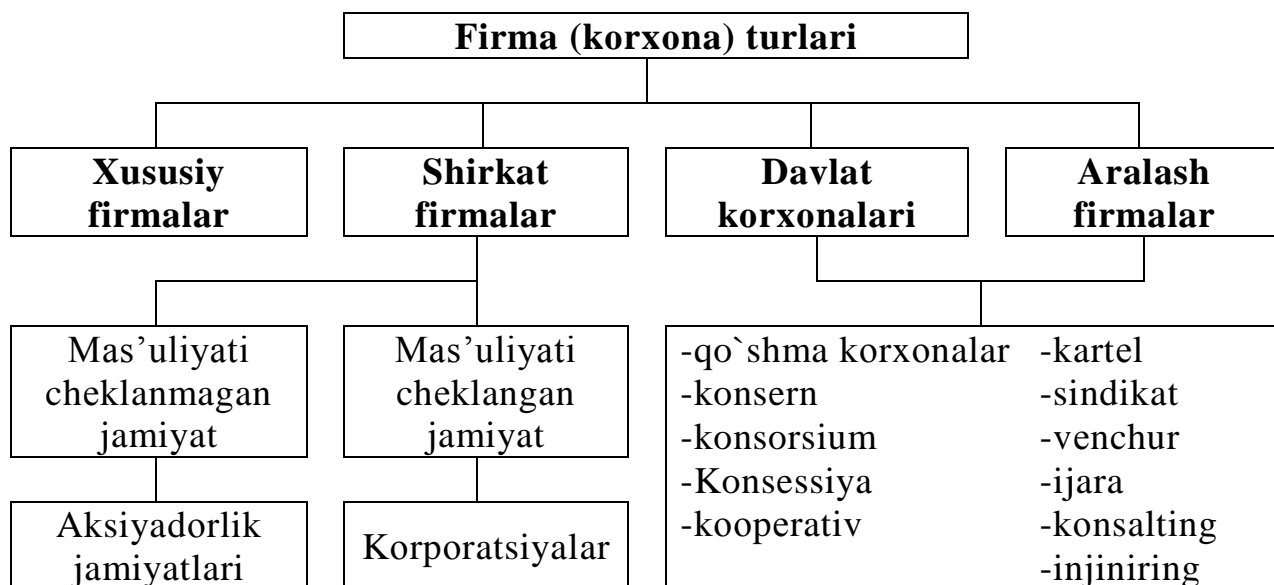
- er-xotinning umumiy mol-mulki negizida amalga oshiriladigan oilaviy tadbirkorlik;
- dehqon xo'jaligining umumiy birgalikdagi mulki negizida amalga oshiriladigan dehqon xo'jaligi;
- o'zlariga umumiy ulushi mulk huquqida tegishli bo'lgan umumiy mulk negizida yakka tartibdagi tadbirkorlikni amalga oshiradigan 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 reestrda 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. Xususiy tadbirkorlikning yakka tartibda faoliyat yuritayotgan tadbirkorlikdan farqi shundaki, bu yerda faoliyat yurituvchilar o'z faoliyatini yollanma ishchi kuchi yordamida olib boradilar. Ular yuridik shaxs sifatida ish ko'radilar va o'z korxonalarini davlat ro'yxatidan o'tkazishga majburlar.

**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. Jamoa tadbirkorligi faoliyati firmalar faoliyatida o'z ifodasini topadi. Firma muayyan turdagi mahsulot ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishga ixtisoslashgan, bozordagi talab va taklifga qarab ish tutadigan, iqtisodiy jihatdan erkin va mustaqil korxonadir. Firmalarning turlari juda ko'p, ularni quyidagicha tasvirlash mumkin (2.2.1-rasm).



**2.2.1-rasm. Firma (korxon) larning turlari**

**Xususiy firma** deganda ayrim shaxs yoki oilaga tegishli, yakka xususiy mulkka asoslanib faoliyat yuritadigan korxon tushuniladi.

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

Shirkat firmalarining ikki turi mavjud:

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

Mas'uliyati cheklanmagan jamiyatlar ikki yoki undan ko'proq kishilarning mulki asosida yuzaga keladi. Sheriklarning dastlabki mulki firmaning ustav kapitali deyiladi. Bu kapitalga har bir sherik o'z hissasini qo'shadi. Ular ustav fondiga qancha pul qo'ysa, shu hissaga binoan foyda olishadi. Bordi-yu firma sinisa, sheriklar zararni hamjihatlikda ko'taradi, ya'ni bir sherik boshqasining javobgarligini ham zimmasiga oladi.

Shirkat a'zolari o`rtasida tuzilgan bitim shirkatning huquqiy asosi hisoblanadi. Bu bitim quyidagi bandlarni o`z ichiga oladi:

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

Shirkatga davlat, kooperativ, jamoa va boshqa tashkilotlar, shuningdek xorijiy tashkilotlar va fuqarolar ham qonun yo`l qo`ygan hollarda a`zo bo`lishi mumkin.

Mas`uliyati cheklangan shirkat firmalarning ustav fondi faqat ta'sischilar mablag` (aksiya)lari hisobiga barpo etiladi. Jamiyat qatnashchilari qo`shgan ulushlari doirasida javobgar bo`ladi. Shirkat o`z faoliyati uchun ustav fondi miqdorida javobgar hisoblanadi.

Mas`uliyati cheklangan shirkat firmalar nomiga «limited» so`zi qo`shiladi, bu inglizcha so`z bo`lib, «cheklangan» ma`nosini bildiradi.

Mas`uliyati cheklangan firmaning bir qator turlari mavjud. Ularning eng keng tarqalgan shakli aksiyadorlik jamiyatlari va korporatsiyalardir. Aksiyadorlik jamiyatlarini tuzish va faoliyatini tashkil qilish tartibi O`zbekiston Respublikasining «Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to`g`risida»gi qonunda ifodalangan. Ushbu qonunning 2-moddasiga muvofiq:

**Aksiyadorlik jamiyati** jismoniy shaxslar kapitallarining birlashuvi bo`lib, u aksiyalar chiqarish yo`li bilan tashkil etiladi.

Jamiyat jamlangan kapitaliga qarab maxsus qimmatli qog`oz aksiya chiqaradi. Aksiyani sotib olganlar hissadorlarga aylanadi va foydadan o`z hissasi dividendni olib turadilar. Aksiyadorlik jamiyati o`z majburiyatlari bo`yicha o`ziga tegishli butun mol-mulk bilan javobgar hisoblanadi. Aksiyadorlar jamiyati majburiyatlari bo`yicha javobgar emas va uning faoliyati bilan bog`liq zararlar uchun faqat o`zlariga tegishli aksiyalar qiymati doirasida javobgar hisoblanadi.

Aksiyadorlik jamiyatining ustav fondi aksiyadorlar sotib olgan aksiyalarning nominal qiymatlaridan tashkil topadi. Jamiyat chiqaradigan barcha aksiyalarning nominal qiymati bir xil bo`lishi lozim. Aksiya bo`linmas hisoblanadi.

Aksiyadorlik jamiyatini ta`sis etishda uning jami aksiyalari ta'sischilar orasida tarqatilishi kerak.

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

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



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

Aksiyadorlik shaklidagi tadbirkorlikning quyidagi afzalliklari bor:

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

- vaqtincha bekor turgan sarmoyalar markazlashuviga erishiladi;

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

- davlat mulkini xususiylashtirish imkoniyatlari kengayadi;

- moliyaviy barqarorlikka erishiladi;

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

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

Aksiyadorlik jamiyati ochiq va yopiq turda bo'lishi mumkin.

**Ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyati** aksiyadorlari o'zlariga tegishli aksiyalarni boshqa aksiyadorlarning roziligisiz erkin tasarruf eta oladigan jamiyat. U chiqaradigan aksiyalariga ochiq obuna o'tkazish va ularni erkin sotish huquqiga ega. Ta'sisчилarning eng kam soni ham cheklanmagan. **Ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyati (AJ) uchun ustav fondining eng kichik miqdori AJ ro'yxatidan o'tkazilgan sanada qonun hujjatlarida belgilangan eng kam ish haqi summasining ikki yuz barobari** miqdoriga teng bo'lishi kerak.

**Yopiq turdagi aksiyadorlik jamiyati** aksiyalari nomlangan (egasi yozilgan) va ular faqat AJ ta'sisчилari o'rtasida taqsimlangan jamiyatdir. Uning aksiyalari qimmatli qog'ozlar bozorida muomalada bo'lishi jamiyat Nizomiga binoan man etilgan yoki cheklangan bo'ladi. **Yopiq turdagi AJ uchun ustav fondining eng kam miqdori AJ ro'yxatidan o'tkazilgan sanada qonun hujjatlarida belgilangan eng kam ish haqi summasining kamida yuz barobari miqdoriga teng bo'lishi kerak.**

Ochiq turdagi AJni boshqa turdagi jamiyatlarga aylantirish mumkin emas. Yopiq turdagi AJ esa o'z aksiyalariga ochiq obuna o'tkazish yoki ularni fond bozorida sotish uchun chiqarish yo'li bilan ochiq turdagi AJga aylanishi mumkin. Boshqa turdagi jamoaga korxonalar va shirkat xo'jaligi o'z aksiyalarini chiqarish yo'li bilan ikkala turdagi aksiyadorlik jamiyatlarga ham aylantirilishi mumkin.

Ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyati har yili ommaviy axborot vositalarida:

- yillik hisobot;

- buxgalterlik balansi;

- foyda va zararlar schyoti;

- jamiyat aksiyalari emissiyalari prospekti;

- umumiy majlisni o'tkazish sanasi va joyini ma'lum qilib turishi shart.

Aksiyadorlik jamiyatini tashkil etish uchun quyidagilar zarur:

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

-aksiyalarga obuna o'tkazish;

-ta'ris konferençiyasini o'tkazish;

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

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

- oddiy yo'l bilan, ya'ni bunda fuqarolar yopiq yoki ochiq AJ larining obyektlarini aukçion orqali yoki konkurs yo'li bilan sotib olishadi;

-davlat korxonasi mehnat jamoasi tomonidan yopiq AJ ni tashkil etadi va ma'lum yuridik shaxs tomonidan korxonaga sotib olinadi;

-davlat yoki ijara korxonalarini ochiq AJ lariga aylantiriladi.

Barcha jamoa korxonalarini uchun quyidagi umumiy jihatlar mavjud:

-nizom kapitalining tegishli qismlar yoki aksiyalarga majburiy bo'linishi;

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

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

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

Aksiyadorlik jamiyatlarini tashkil etish jarayonlari «Mulki davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish», «Hissadorlik jamiyatlari », «Korxonalar to'g'risida », «Qimmatli qog'ozlar bozori va fond birjalari » to'g'risidagi qonunlar va boshqa me'yoriy hujjatlar asosida boshqariladi.

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

Korporatsiya investitsiya kapitalining markazlashuvini, ilm-fan taraqqiyotini, mahsulotning raqobatbardosh bo'lishi va uzoq hayotiy davrini ta'minlaydi. Korporatsiyalar tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi aksioner jamiyatlarining xohish-ixtiori bilan paydo bo'ladi. Har bir korxonaga faoliyatini yuritish uchun o'z holicha turli vazifalarni, ya'ni:

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

-mahsulot sifatini oshirish va ishlab chiqariladigan mahsulotni yangilash;

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

Bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchi bir qancha korxonalar birlashib, barcha uchun umumiy korxonalar faoliyatini ta'minlovchi vazifalarni bajaradigan bir idora, muassasa tuzishni rejalashtirgan. Natijada shunday birlashma yuzaga kelganki, unda korxonalar o'z mulki va iqtisodiy mustaqilligini saqlagan holda umumiy vazifalarni

bajarishdan ozod bo`lib, mazkur vazifalarni bajarish uchun umumiy idora-muassasaga haq to`langan.

O`z tarkibidagi aksiyadorlik jamiyatlari nazorat paketlarini egallash bilan korporatsiyalar xolding kompaniyalariga aylanadi.

Xolding iborasi inglizcha «xolding» so`zidan olingan bo`lib, ega ma`nosini beradi. **Xolding kompaniya** mulk egalari tomonidan bir qancha mustaqil aksiyadorlik jamiyatlari faoliyatini nazorat qilish maqsadida tashkil etilgan hissadorlik jamiyatidir. Xolding kompaniyasi tarkibiga kiruvchi aksiyadorlik jamiyatlari «aksiyalarining nazorat paketi» kompaniyaning ixtiyorida bo`ladi. Bundan maqsad aksiyadorlik jamiyatlari faoliyatlari ustidan nazorat o`rnatish va dividendlar ko`rinishida foyda olishdir.

Xolding kompaniyalarning mohiyati shundaki, ular biror-bir ishlab chiqarish vazifalarini bajarmaydi. Ularning vazifasi sof boshqaruvchilik, ya`ni ishonchli mulk egasi sifatida ularga o`z aksiyalari yoki aksiyalar nazorat paketini beruvchi kompaniyalarning faoliyatiga umumiy xo`jalik rahbarligini bajarishdan iboratdir. O`zbekiston Respublikasida xolding kompaniyalarning huquqiy maqomi Vazirlar Mahkamasining 1995-yil 12-oktyabrdagi 398-sonli qarori bilan tasdiqlangan Nizom (xoldinglar to`g`risidagi Nizom) asosida belgilanadi. Bu Nizomga muvofiq, aktivlari tarkibiga boshqa korxonalarining aksiyalar nazorat paketi kiruvchi ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyati xolding hisoblanadi.

Xolding birlashgan korxonalar, ya`ni xolding aktivlari tarkibiga kiruvchi, aksiyalar paketini nazorat qiluvchi korxonalar shu`ba korxonalar deb ataladi. Ular mustaqil yuridik shaxs hisoblanadi. Shu`ba korxonalar, ko`pincha, korxonaning rivojlanib borishi davomida bosh korxonalar (xolding kompaniyasi) tomonidan tashkil etiladi.

Xoldinglar davlatga qarashli yoki xususiy bo`lishi mumkin. Davlat xoldingida aksiyalar nazorat paketi davlat mulkiga, shu`ba korxonalar aksiyalari esa bosh xolding kompaniyasining mulkiga aylanadi. Shu`ba korxonalar o`z majburiyatlari bo`yicha o`zlariga tegishli mulk, shu jumladan, asosiy korxonalar, ya`ni xoldingga tegishli aksiyalar nazorat paketining qiymati bilan ham javob beradi. Xolding shu`ba korxonalar qarzi bo`yicha uning ta`sis shartnomasida aytilgan shartlarda javobgar bo`ladi.

Xolding kompaniyalari ikki turda bo`lishi mumkin:

- moliyaviy xolding;
- aralash xolding.

Moliyaviy xolding faqat maxsus nazorat va boshqaruv maqsadlarida tuziladi. Sarmoyasining 50 foizidan ko`pini boshqa emitentlarning qimmatli qog`ozlari va boshqa moliyaviy aktivlar tashkil etadigan xolding moliyaviy xolding hisoblanadi. Moliyaviy xoldinglar aktivlari tarkibiga faqat qimmatli qog`ozlar va boshqa moliyaviy aktivlar, shuningdek xoldingni boshqarish apparati faoliyatini ta`minlash uchun bevosita zarur mol-mulk kirishi mumkin.

Moliyaviy xoldinglar faqat investitsiya faoliyati bilan shug`ullanish huquqiga ega, faoliyatining boshqa turlari bilan shug`ullanishga ruxsat berilmaydi. Ular shu`ba korxonalarining ishlab chiqarish va tijorat faoliyatlariga aralashish huquqiga ega emas. Moliyaviy xolding vakillari faqat shu`ba korxonalarining aksiyadorlari

yig`ilishlarida qatnashishi mumkin. Ularga kuzatuv kengashi, boshqaruv va shu`ba korxonalarini boshqaradigan boshqa organlarga kirishga ruxsat berilmaydi.

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

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

O`zbekiston Respublikasi qonunchiligiga binoan xolding kompaniyalari quyidagi yo`llar bilan tashkil etiladi:

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

-yuridik jihatdan mustaqil korxonalarining aksiya paketlarini birlashtirish yo`li bilan;

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

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

-nizom loyihasi;

-xoldingni tuzishga xohish haqida bayonnoma yoki ta`sischilar shartnomasi;

-tuziladigan xoldingga kiritish uchun tavsiya etilayotgan korxonalar ro`yxati;

-shu korxonalaridan har qaysisining xo`jalik faoliyati turlari va hajmi haqidagi ma`lumotlar topshiriladi.

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

**Davlat korxonalari** davlat mulki bo`lgan va uning nazorati ostida ishlovchi korxonalar bo`lib, ular ishlab chiqarishdagi davlat sektorini tashkil etadi, eng muhim va mas`uliyatli vazifalar (mudofaa, aloqa, energetika, transport va boshqalar)ni bajaradi.

Qo`shma (aralash) korxonalar xususiy, davlat va jamoa mulkining aralash mablag`lariga tayanadi. Aralash firmalar milliy va xorijiy kapitalga tayangan hissadorlik qoidasiga binoan tashkil topadi, foydasi shunga qarab taqsimlanadi.

Qo`shma korxonalar tuzishga hamkorlarni nima majbur qiladi? AQSH olimlari quyidagi omillarni keltiradilar:

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

-aniq geografik bozorga o`tish;

-yangi faoliyat sohasiga o`tish;

-ishlab chiqarish sohasining bazasi yoki xomashyo manbaini qo`lga kiritish;

-ishlayotgan ishlab chiqarish liniyalarining kengaygan ligi;

tovar yoki xizmatlarni sotishning yangi tarmoqlari paydo bo`lganligi;

-mavjud marketingning samaradorligi oshganligi;

-takrorlanib turuvchi yoki mavsumiy beqarorlikni bartaraf etish imkoniyati;

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

Qo`shma korxonalar o`zaro manfaatdorlik negizida, hukumatlararo shartnomalar asosida tashkil qilinib, ilmiy-ishlab chiqarish, ilmiy-texnik va boshqa vazifalarni echishga qaratilgan. Ular sanoat, qishloq xo`jaligi, qurilish, transport, savdo, fan va iqtisodiyotning boshqa sohalarida tarkib topishi mumkin.

Qo`shma korxonalar, asosan, chet el texnikasi va texnologiyasi asosida barpo etilib, mahalliy xomashyo va ishchi kuchi hisobiga ishlaydi. Korxonalar mustaqil balansiga ega bo`ladi va xo`jalik hisobi asosida faoliyat yuritadi. Respublikamizda AQSH, Italiya, Turkiya, Fransiya, Germaniya, Angliya, Koreya, Yaponiya kabi qator davlatlar kompaniyalari bilan hamkorlikda qo`shma korxonalar qurilib, ishga tushirilgan.

**Konsern** ishlab chiqarish diversifikatsiyasi, ya'ni korxonalarning faoliyat sohalari va ishlab chiqaradigan mahsulotlari turining kengayishi, yangilanib turishi asosida tarkib topadigan yirik ko`p tarmoqli korporatsiya. Konsern tarkibiga sanoat, transport, savdo, bank kabi tarmoqlarga tegishli, ayrim hollarda, dunyoning ko`pgina mamlakatlarida joylashgan o`nlab va yuzlab korxonalar ixtiyoriy asoslarda kiradi.

Konsern tarkibiga kirgan korxonalar va tashkilotlar orasida o`zaro korporatsiyalangan turg`un aloqalar mavjud bo`lib, ular konsern rivoji yo`lida umumiy moliyaviy resurslar va yagona ilmiy-texnik imkoniyatlardan mushtarak foydalanadilar.

**Konsorsium** aniq iqtisodiy loyihalarni amalga oshirishni maqsad qilgan korxonalarning muvaqqat birlashmasidir. Konsorsium a`zolarining huquq va majburiyatlari konsorsium to`g`risidagi bitimda belgilab qo`yiladi. Konsorsium ishtirokchilari qo`yilgan vazifani bajarish uchun badallari hisobidan yagona moliyaviy va moddiy fondlar barpo etadilar, budget mablag`lari va davlat bankidan kreditlar oladilar. Vazifa bajarilgach, konsorsium tarqaladi. Konsorsiumlarga boshqaruv bo`yicha qo`mitalar, direktorlar kengashi kabilar boshchilik qiladi. Konsorsiumlar aviaçiya, kosmos, kompyuterlar, aloqa kabi yuksak texnologik va katta miqdordagi sarmoyali sohalarda keng tarqalgan.

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

**Kooperativ** kooperatsiyaning birlamchi bo`g`ini. **Kooperatsiya esa:**

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

- guruh mulkchiligiga asoslangan xo`jalik yuritish shakli;

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

**Kooperativ** yuridik shaxs huquqiga ega, xo`jalik yurituvchi subyekt. U jamoa mulki huquqidagi mulkka egalik qiladi, undan foydalanadi va tasarruf etadi.

**Kartel** monopolistik birlashma shakli. Bir tarmoqdagi mustaqil korxonalar narxlar, bozor, ishlab chiqarishning umumiy hajmida har bir ishtirokchining hissasi, ish kuchi yollash, patentlar va boshqa masalalarda o'zaro bitim tuziladi. Bu tuzilmaning maqsadi monopol foyda olishdir.

**Sindikatsiya** monopolistik birlashmaning bir turi. Ular bir tarmoq korxonalari huquqiy va ishlab chiqarish mustaqilligini saqlab qolgan holda:

- buyurtmalarni taqsimlash;
- xomashyo sotib olish;
- ishlab chiqarilgan mahsulotni sotish uchun tijorat faoliyatini birlashtirib, yagona idora tuzadi.

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

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

Bu vazifalarni ular davlat va yirik firmalar buyurtmasiga binoan shartnoma-bitimlar asosida bajaradi. Venchur korxonalar texnikaning yangi yo'nalishlarida faollik ko'rsatadi va bu bilan fan-texnika taraqqiyotiga o'z hissasini qo'shadi.

**Ijara korxonasi** mol-mulkni yollash bo'yicha mulk egasi bilan tadbirkor o'rtasidagi iqtisodiy munosabat. Ijara shartnomasiga asosan bir tomon (ijaraga beruvchi) ikkinchi tomonga (ijarachi) ma'lum to'lov evaziga va ma'lum shartga ko'ra mol-mulkini vaqtincha foydalanish uchun beradi.

Ijara haqi mulk egasi mol-mulkining qiymati va keltiradigan daromadga bog'liq bo'lib, o'zaro kelishuv bilan belgilanadi. Yer, uy-joy, savdo-sanoat binolari, sanoat va savdo korxonalari, mashina va uskunalarni ijara berish va olish jahondagi ko'pgina mamlakatlar uchun xosdir.

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

**Konsalting** ishlab chiqarishga ish yuzasidan xizmat ko'rsatish sohasida ixtisoslashgan firmalarning o'z mijozlariga maslahat xizmati ko'rsatish va texnik loyihalar ni ekspertiza qilish bilan bog'liq iqtisodiy faoliyatdir.

Konsalting firmalarining asosiy vazifalari quyidagilardir:

- tadbirkorlik tashabbuslarini amalga oshirish uchun sheriklar tanlash;
- maslahatchilik tashkilotlarining taraqqiy topishi va xorijiy investitsiyalarni jalb etishga ko'maklashish;
- yagona axborot-so'rovnomasi fondini yaratish va yagona reklama strategiyasi (yo'nalishi)ni amalga oshirish yo'li bilan ularning a'zolari faoliyatini umummaqsadlar yo'lida jamlash va hokazo.

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

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

- marketing bo`yicha izlanishlar o`tkazish;
- xususiylashtirish, aksiyadorlashtirish dasturlarini ishlab chiqish;
- tashqi iqtisodiy faoliyat bo`yicha maslahat berish;
- reklama strategiyasini ishlab chiqish, reklama materiallarini tayyorlash va ularni tarqatish;
- huquq, moliya va boshqaruv masalalari bo`yicha maslahatlar berish;
- intellektual mulkni himoya qilish masalasi bo`yicha maslahatlar berish;
- ishchi xizmatchilarni tayyorlash va malakasini oshirish;
- tadbirkorlik va kichik biznesni taraqqiy toptirishga xizmat qiluvchi tadbirlarni o`tkazish;
- firma ish uslubini ishlab chiqish;
- xavfsizlik texnikasi, ishlab chiqarish sanitariyasi, madaniyat, atrof-muhitni himoya qilish masalalari bo`yicha maslahatlar berish;
- investitsiyalarni jalb qilish, imtiyozli kredit olish, zaruriy resurs va kapitallarni sotib olish bo`yicha maslahatlar berish va h.k.

**Injiniring korxonasi** muxandislik-maslahat xizmatlarni tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda amalga oshiradi. Bunday korxonalar (firma):

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

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

### **Qisqa xulosalar**

O`zbekistonda tadbirkorlik faoliyatining ishlab chiqarish, tijorat, moliya va maslahat tadbirkorligi kabi turlari keng rivoj topmoqda. Mamlakatimizda tadbirkorlikning yakka tartibdagi, xususiy, jamoa va aralash shakllari faoliyat yuritadi. Jamoa tadbirkorligi firmalar faoliyatida o`z ifodasini topadi. Firma muayyan turdagi mahsulot ishlab chiqarish va xizmat ko`rsatishga ixtisoslashgan, bozordagi talab va taklifga ko`ra ish tutadigan, iqtisodiy jihatdan erkin va mustaqil korxonadir. Firmalarning turlari ko`p. Ularni

- xususiy firmalar;
- shirkat firmalari ;
- davlat korxonalari ;
- aralash firmalarga ajratish mumkin.

### **Nazorat va muhokama uchun savollar**

1. Tadbirkorlikning qanday turlarini bilasiz?
2. Ishlab chiqarish tadbirkorligining mohiyati nimadan iborat?
3. Tijorat tadbirkorligining mohiyatini tushuntirib bering.
4. Moliyaviy tadbirkorlikning faoliyat mohiyati nimadan iborat?
5. Konsalting nima? Uning istiqboli haqida gapirib bering.

6. Tadbirkorlikning qanday shakllarini bilasiz?
7. Yakka tadbirkorlik nima? U qanday turlarga bo`linadi?
8. Xususiy tadbirkorlik yakka tadbirkorlikdan nima bilan farq qiladi?
9. Aksiyadorlik jamiyatlari qanday turlarga bo`linadi?
10. Xolding kompaniyalari faoliyati to`g`risida gapirib bering?
11. Qanday korxonalar injiniring korxonasi hisoblanadi, ularning asosiy faoliyati nimalardan iborat?

### **Adabiyotlar**

1. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi: 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma`ruzasi. – T.: O`zbekiston, 2011.– 48 b.

2. Karimov I.A. Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi: O`zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining qo`shma majlisidagi ma`ruzasi. T.: O`zbekiston, 2010. – 56 b.

3. O`zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi “Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi” mavzusidagi ma`ruzasini o`rganish bo`yicha O`quv-uslubiy majmua. –T.: Iqtisodiyot, 2011. – 377 b.

4. Boltabayev M.R., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva Sh.J., G`oyipnazarov B.K., Samadov A.N., Xodjaev R.S. Kichik biznes va tadbirkorlik. –T.:ADIB NASHRIYOTI, 2011. – 283 b.

5. G`oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik – mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. –T.: Fan, 2011. -185 b.

6. Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. -T.: TDIU, 2010. – 260 b.

7. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учебное пособие для вузов /Под ред. Проф. В.Я. Горофинкля, проф. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. – 2е изд., перераб. и доп. -М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008. – 320 б.

8. Предпринимательство: Учебник /Под. ред. М.Г.Лапусты. – 4-е издательство, доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. - 667 б.

9. Анискин Ю.П. Организация и управление малым бизнесом: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 160 б.



### 3-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH

#### 3.1. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish va davlat ro`yxatidan o`tkazish tartibi

Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish bir necha bosqichdan iborat. Ushbu bosqichlarning ketma-ketligi 3.1.1-rasmda aks ettirilgan.

Yangi korxonani tashkil qilishda ta'rischilar tarkibi belgilanib, ta'ris hujjatlari, ya'ni korxonani Nizomi, korxonani tashkil etish haqidagi ta'rischilar 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 vaqtinchalik hisob raqami ochiladi. Bu hisob raqamiga korxonani ro`yxatdan o`tgandan keyin 30 kun ichida Nizom kapitalining 50 foizi kelib tushishi lozim. Keyin korxonani ta'ris etilgan joyidagi mahalliy hukumat idoralari tomonidan davlat ro`yxatidan o`tadi.



3.1.1-rasm. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish bosqichi

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 organlarga quyidagi hujjatlar taqdim etiladi:

- korxonani ro`yxatdan o`tkazish to`g`risida ta'rischilarning arizasi;
- notarial idoralari tomonidan tasdiqlangan ikki nusxadagi ta'ris hujjatlari (korxonani Nizomi, korxonaning ta'ris 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.

Yangi korxonani tashkil etishda qonun tomonidan belgilangan tartibning buzilishi yoki uning ta'sis hujjatlarining qonun talablariga mos kelmasligi davlat ro'yxatidan o'tkazishni rad etilishiga olib keladi.

Korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazishni rad etish sabablari asoslanmagan yoki korxonani ro'yxatdan o'tkazish belgilangan muddatlarda amalga oshirilmasa, sudga murojaat etish mumkin.

Korxonani mahalliy hokimiyat va boshqaruv idoralariga zarur hujjatlarni ilova qilib, ariza topshirgan paytdan boshlab, 7 ish kunidan 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 reestriga 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 hisobvarag'i ochishi;
- soliq inspeksiya tomonidan 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 korxonani Nizomining asl nusxasiga yozadi va bosh hisobchining imzosi qo`yilib, bankning gerbli muhri bosiladi.

Davlat ro`yxatidan o`tgandan keyin barcha tadbirkorlik subyektlari 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 subyektlarni ro`yxatdan o`tish shaklini to`ldirgan ma'lumotlar asosida beriladi.

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

Tadbirkorlik subyektlari 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`laligicha kiritadilar (ro`yxatdan o`tgandan keyin bir yildan kechikmaslik kerak), bankda doimiy hisob raqamini ochadilar, korxonani tuman soliq inspeksiyasida ro`yxatga olinadi, o`zining dumaloq muhri va burchakli shtampiga ega bo`ladi. Shu vaqtdan boshlab, korxonani mustaqil yuridik shaxs sifatida faoliyat yuritish boshlaydi.

Agar korxonani aksiyadorlik jamiyati sifatida shakllanayotgan bo`lsa, uning ta`sischilari aksiyalarni sotib olish uchun unga obuna bo`lishi lozim. Aksiyalarni sotib olish uchun obuna ochiq bo`lganda ta`sischilar kelajakda aksiyalarga obuna bo`lish haqida xabarnoma chiqaradi. Xabarnomada aksiyadorlik jamiyatining predmeti, maqsadi va muddati, ta`sis majlisining vaqti, Nizom jamg`armasining hajmi, aksiyalarning miqdori va turi, ularning qiymati, aksiyalarga yozilish muddati va boshqa ma'lumotlar ko`rsatilgan bo`ladi.

Aksiyaga obuna bo`lganlar ta`sis majlisi bo`lgan kuniga qadar aksiyalar qiymatining 30 %ini kiritishi lozim. Agar aksiyalar ta`sischilar o`rtasida bo`linadigan bo`lsa, badal miqdori 50 %dan kam bo`lmasligi lozim. Aksiyador barcha aksiyalarni aksiyadorlik jamiyati ro`yxatidan o`tkazgandan so`ng bir yildan kechiktirmasdan sotib olishi lozim. So`ngra ta`sis majlisi o`tkaziladi. U quyidagi masalalarni hal etishi kerak:

- aksiyadorlik jamiyatini tuzish;
- aksiyadorlik jamiyati nizomini tasdiqlash;
- aksiyalarga obuna tugagandan so`ng nizom jamg`armasi miqdorini aniqlash;
- aksiyadorlik jamiyati boshqaruv organini saylash;
- jamiyatning faoliyat yo`nalishlarini belgilash va boshqalar.

Ta`sis majlisi muvaffaqiyatli o`tkazilgandan keyin yangi tashkil etilgan aksiyadorlik jamiyati ro`yxatdan o`tkaziladi va ro`yxatdan o`tkazilgan jamiyat o`z faoliyatini yuritishga kirishadi.

2009-yilda ham tadbirkorlarning o`z ishini tashkil etish bilan bog`liq sarf-xarajatlarini qisqartirish ishlari davom ettirildi. Masalan:

- arxitektura-rejalashtirish topshiriq to`plamlarini olish qiymati 4 barobar;
- loyiha-smeta hujjatlarini ekspertizadan o`tkazish 2,5 barobar;

-kadastr hujjatlarini rasmiylashtirish qiymati 2 barobarga pasaytirildi.

Masalan, normativlar loyihalarining ekologik ekspertizasini o`tkazish bo`yicha to`lov miqdori 75 marta, ekologik ekspertiza qiymati 25 marta kamaytirilgan. Buning natijasida har bitta tadbirkorlik subyekti uchun o`z faoliyatini tashkil etishda umumiy holda 4207 ming so`m miqdorgacha mablag`larni tejash imkoniyati paydo bo`ldi.

Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishdagi ruxsat berish jarayonlarining qisqartirilishi va to`lovlarning optimallashtirilishi bilan bog`liq tadbirlar natijalarini quyidagi jadval orqali yaqqolroq ko`rish mumkin (3.1.1-jadval).

### 3.1.1-jadval

#### Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishda ruxsat berish jarayonlarini qisqartirilishi 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 miqdori bo`yicha	so`mda*	eng kam ish haqi miqdori bo`yicha	so`mda*	
Tadbirkorlik subyektlarini 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`emkalari o`tkazish	5	140200	3	84120	- 40
Normativlar loyihalarining ekologik ekspertizasini o`tkazish	75	2103000	1	28040	- 98,7
Gigienik sertifikatlar olish	10	280 400	3	84 120	- 70
<b>Jami to`lovlar qiymati (litsenziya va ruxsatnomalarsiz)</b>	-	<b>5037660</b>	-	<b>830960</b>	- 83,5

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

Jadvaldan ko`rinadiki, tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishda ruxsat berish jarayonlarini qisqartirish va to`lovlarni optimallashtirish tadbirlari sezilarli darajada amalga oshirilgan.

2009-yil davomida inventarizatsiya natijasida aniqlangan qariyb 2 mingta bo`sh bino kichik tadbirkorlik subyektlariga ijaraga berildi. Bunda binolarni ijaraga berish tariflari tadbirkorlik subyektlarining qaerda joylashgani va ularning faoliyat turiga qarab 3 barobardan 10 barobarga qadar kamaytirildi. Shuningdek, o`tgan davr mobaynida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari uchun quyidagi imtiyoz va qulayliklar yaratildi:

- mahsulotlarning gigienik 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 subyektlariga 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 bo`yicha jarimalar 50 foizga qisqartirildi .

### **3.2. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalariga litsenziya berish 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 organlari 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.

#### **3.2.1-jadval**

##### **Kichik biznes subyektlariga litsenziya beruvchi organlar**

<b>Litsenziya beruvchi organlar</b>	<b>Faoliyat turi</b>
-------------------------------------	----------------------

Vazirlar Mahkamasi	-raketa-kosmik majmui; -aloqa tizimlari; -qimmatbaho metallar; -qimmatbaho toshlar qazib olish; -qimmatbaho toshlar va metallardan zargarlik buyumlari yasash;
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; -parfyumeriya 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 xizmati ko`rsatish

Litsenziya ikki nusxada bo`lib, hujjatt berishga javobgar shaxs tomonidan qo`l qo`yilib, berayotgan organning muhri bosilib, bir nusxada ariza beruvchiga topshiriladi.

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 tadbirkorlik faoliyatini boshqarishning maqsadi va vazifalari**

Korxonani boshqarishning maqsadga muvofiq tarkibini vujudga keltirish tadbirkor hal etishi kerak bo`lgan muhim vazifalardan biridir.

**Korxonaning boshqaruv tarkibi deganda**, boshqaruv maqsadlarini amalga oshiruvchi va vazifalarini bajaruvchi, o`zaro bog`langan turli boshqaruv organlari va bo`g`inlarining majmui tushuniladi.

Boshqaruv tarkibi ishlab chiqarish tarkibi deb ham yuritiladi. Bunda boshqarishni tashkil etishning dastlabki va belgilovchi omili ishlab chiqarish jarayoni hisoblanadi. U o`zaro bog`langan asosiy, yordamchi hamda xizmat ko`rsatuvchi jarayonlardan iborat bo`lib, bu jarayonlar bo`limlar va xodimlar o`rtasida mehnat taqsimotini talab etadi. Shu maqsadda ishlab chiqarish bo`limlari va ularga xos boshqaruv apparati tuziladi. Bo`linmalar yig`indisi, ularning tarkibi va o`zaro aloqa shakllari korxonalarining ishlab chiqarish tarkibini tashkil etadi.

Boshqaruvning maqsadi, vazifasi, obyekti va organlari uning tashkiliy tarkibini belgilab beradi. Tashkiliy tarkiblarni hosil qiladigan boshqaruv organlari boshqaruv bo`g`inlari va boshqaruv bosqichlari shaklida bo`ladi.

**Boshqaruv bo`g`ini** boshqaruvning ayrim yoki qator vazifalarini bajaruvchi mustaqil bo`limlardir. Bu bo`limlar o`rtasidagi bog`lanish va aloqalar gorizontal xarakterga ega bo`ladi.

**Boshqaruv bosqichi** ierarxiyaning muayyan darajasida amal qiladigan bo`g`indir. Masalan:

Boshqaruv bosqichlari bir boshqaruv bo`g`inining ikkinchisiga, odatda, quyi bo`g`inning yuqori bo`g`iniga izchillik bilan bo`ysunishini ko`rsatadi. Bu vertikal bo`yicha bo`linishdir.

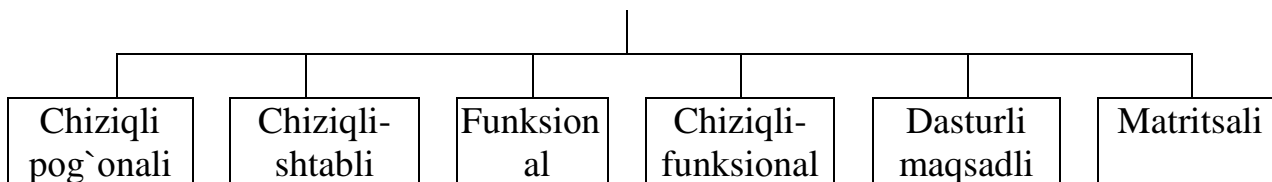
Barcha bo`g`in hamda bosqichlarning tarkibi, ularning o`zaro bo`ysunish tartibi, har bir boshqaruv organi va bo`g`inining huquq hamda burchlari, ular o`rtasidagi munosabatlar boshqaruv tizimini tashkil etadi.

Boshqaruv tizimini turli jabhalarga bo`lish mumkin: butun tarmoqni boshqarish; har bir tarmoq tasarrufidagi korxonalarni boshqarish; korxonalar ichidagi bo`limlarni boshqarish va h.k.

### **3.4. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalari boshqaruvining tashkiliy tuzilmalari**

Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalari boshqaruvi tashkiliy tuzilmalarining quyidagi turlari mavjud (3.4.1-rasm).

<b>Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalari boshqaruv tuzilmalarining tashkiliy turlari</b>
--



### 3.4.1-rasm. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalari boshqaruvining tashkiliy tuzilmasi

Har bir tarkibda rasmiy va norasmiy aloqalar mavjud. Rasmiy aloqalar, avvalo, vertikal aloqalardir. Ular rahbarlik va bo'ysunishning turiga ko'ra, bir-biridan farq qiladi.

Agar rahbarlik to'laqonli bo'lib, quyi organ quyi faoliyatga doir barcha masalalarga daxldor bo'lsa, u holda bu xildagi aloqa **chiziqli rasmiy** aloqa deb ataladi.

Agar rahbarlik cheklangan bo'lib, quyi organ faoliyatiga doir masalalarga daxldor bo'lsa, u holda bu xildagi aloqa **funksional rasmiy** aloqa deb ataladi.

Organlar o'rtasida vertikal aloqadan tashqari gorizontaal aloqalar ham mavjud bo'lib, ular muvofiqlashtirish, uyg'unlashtirish va hamkorlik qilish tarzidagi aloqalardir.

Boshqaruv tarkibida rasmiy aloqalar asosiy o'rinni egallaydi. Lekin norasmiy aloqalar ham muhim ahamiyatga ega. Ba'zan ular tashkilotning ishini yo'lga qo'yishda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Norasmiy aloqalar turlicha bo'lishi mumkin. Bular jumlasiga korxonadagi qarindoshlik aloqalari, unda tarkib topgan umumiy manfaatlar, masalan, kasblar, qiziqishlar, sport bilan shug'ullanish yoki do'stona munosabatlar kiradi.

Norasmiy aloqalarga ham e'tibor berish kerak. Chunki:

- norasmiy aloqalar rasmiy tarkibning barcha bo'g'inlari bilan bog'langan bo'ladi;

- qator munosabatlar ishdan tashqarida paydo bo'ladi va korxonaning barcha ishiga ta'sir ko'rsatadi;

- norasmiy tizim ko'pgina ko'rsatkichlari bo'yicha korxonada faoliyatining samarali tashkil qilinishiga imkon beradi.

Ammo norasmiy aloqalarning salbiy jihatlari ham yo'q emas. Ehtiyotkorlik, sezgirlik yo'q bo'lgan joyda guruhbozlik, mahalliychilik, qarindosh-urug'chilik va shunga o'xshash ko'rinishlar paydo bo'lishi mumkin.

**Chiziqli (pog'onali) tuzilma.** Chiziqli (pog'onali) tarkib boshqaruv tarkibining eng sodda turi hisoblanadi. Bunda boshqaruvning hamma vazifalari korxonada rahbari qo'lida to'planib, barcha quyi rahbarlar va ishlab chiqarish yacheykalari unga bo'ysunadi. Har bir rahbar o'ziga ishonib topshirilgan bo'linma faoliyatini yakkaboshchilik asosida boshqaradi va zarur qarorlarni mustaqil ravishda qabul qiladi.

Bo'ysunuvchi xodimlar faqat bevosita rahbarlarining farmoyishlarini bajaradilar. Yuqori turuvchi rahbar xodimlarga bevosita boshlig'ini «chetlab» murojaat qilmasligi kerak. Masalan, korxonada direktori uex boshlig'ini chetlab masterga buyruq bermasligi kerak.

Chiziqli tarkibning o'ziga xos ijobiy va salbiy tomonlari bor.



Chiziqli tarkibning ijobiy tomonlari:

- o`zaro zid, chalkash topshiriqlar berilish hollarini kamaytiradi;
- yakkaboshchilik va shaxsiy javobgarlik mustahkamlanadi;
- bu tarkib oddiy, puxta va tejamlidir;
- bosqichlar soni kam bo`ladi;
- boshqariluvchi obyekt ishiga kam kishi aralashadi;
- vazifalar tez hal etiladi;
- butun tizim samarali ishlaydi;
- xodimlar faqat o`z rahbariga hisobot beradilar.

Chiziqli tarkibning salbiy tomonlari:

- bunday tarkib oddiy masalalarni hal etishga mo`ljallanganligi sababli uning borasida kompleks masalalarini hal etish ancha qiyin kechadi;
- bunday sharoitda rahbarlar ko`proq tezkor ishlar bilan band bo`lib, strategik muammolarni e`tibordan chetda qoldiradilar;
- bunday boshqaruv sharoitida buyruqbozlik va rasmiyatchilikning paydo bo`lish xavfi kuchli bo`ladi, bunga sabab, tarkibning har bir bo`g`inida rahbar o`z lavozimi bo`yicha farmoyish berish huquqiga ega bo`lishidir.

Boshqaruvning chiziqli tarkibi uncha murakkab bo`lmagan ishlab chiqarish sharoitida ijrochilarning vazifalari oddiy, buyruq va axborotlar hajmi kam bo`lganda o`zini oqlashi mumkin. Ishlab chiqarish tobora murakkablashib, ish ko`laminig kengayib borishi boshqaruv vazifalarini tabaqalashtirishni talab etadi, chiziqli tarkibning o`rniga chiziqli-shtabli tarkibning vujudga kelishini taqozo etadi.

**Chiziqli-shtabli tuzilma.** Chiziqli-shtabli tuzilma har bir chiziqli rahbar qoshida ixtisoslashgan xizmatchilar, maslahatchilar kengashi, ya`ni shtablar tuzish yo`li bilan tashkil etiladi.

Shtablarning vazifasi har xil muammolarni o`rganish orqali rahbarlarga qaror qabul qilishda yordam berishdan iborat. Bunday shtablarga ehtiyojning paydo bo`lishiga sabab korxonalarda 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 maslahat berish vazifasini bajaradilar. Chiziqli rahbarlarning asosiy vazifasi taklif etilgan ijobiy va salbiy maslahatlardan maqsadga muvofiqlarini aniqlash va uni qabul qilishdan iboratdir.

Bu tarkibning afzalligi shundan iboratki, chiziqli rahbarlar o`z diqqatlarini ilmiy tadqiqot ishlariga emas, balki, asosan, korxonaning joriy faoliyatiga qaratadilar. Kamchiligi boshqaruv tizimida ortiqcha bo`g`inlarning paydo bo`lishi, natijada boshqaruv tezkorligining susayishi, boshqaruv xarajatlarining o`shishiga olib kelishidir.

**Funksional tuzilma.** Funksional tuzilma tarkibi rahbarlar va tarkib bo`g`inlarining boshqaruv faoliyatini ixtisoslashtirishga qaratilgan. Bunda har bir boshqaruv bo`g`iniga muayyan vazifalar biriktirib quyiladi.

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 bo`yicha 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 bo`yicha ierarxiyasi 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 masala bo`yicha 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.

Funksional tarkib ham ijobiy va salbiy tomonlarga ega.

Funksional tarkibning ijobiy tomonlari:

- bu tarkibda boshqaruv faoliyati chuqur ixtisoslashadi. Bu esa boshqaruv samaradorligining kasb mahorati darajasining o`shishini ta`minlaydi. Masalan, marketing bo`yicha mutaxassis shu sohani boshqa yuqori organlar rahbarlaridan yaxshi biladi va bu ishni yuqori saviyada bajaradi;

- funksional sohada muvofiqlashtirish ishini yaxshilashga erishiladi. Xodimlar bunga tez ko`nikma hosil qiladilar;

- moddiy xarajatlarni kamaytiradi, boshqarishdagi takrorlanishlarga chek qo`yadi va hokazo.

Funksional tarkibning salbiy tomonlari: funksional organlar o`ziga topshirilgan vazifalarni sifatli bajarishdan manfaatdor bo`lib, «begona» vazifalar uchun ham, butun korxonaning umumiy faoliyati uchun ham javob bermaydi. Bunda har bir rahbar o`z vazifasi bo`yicha farmoyish berish uchun barcha huquqlarga ega. Binobarin, bu narsa yakkaboshchilik tamoyillarining buzilishi, ijrochilarning mas`uliyati kamayib, intizomning bo`shashiga olib keladi. Chunki har bir ijrochi bir boshliqqa emas, ayni vaqtda, bir necha boshliqqa bo`ysunadi, ko`pincha ulardan bir-biriga zid ko`rsatmalar oladi.

**Chiziqli-funksional tarkibda asosiy boshqaruv** chiziqli boshqaruv hisoblanadi. Hamma boshqaruv bosqichlari va uchastkalarni mustaqil boshqarishda chiziqli rahbarlar tayinlanadi. Ularga ishlab chiqarish xo`jalik faoliyatini yakkaboshchilik tamoyillariga ko`ra boshqarish huquqi berilgan bo`lib, ular olingan natijalarga to`liq javob beradilar.

Boshqaruvning chiziqli-funksional tarkib sharoitida ishlaydigan rahbarlarga malakali yordam ko`rsatish uchun funksional va idoraviy tashkilotlar tashkil etiladi. Bu tashkilotlarning vazifasi boshqaruv qarorlarini tayyorlash hamda rahbarlarga malakali yordam berishdan iborat bo`ladi.

Mazkur tarkibning kamchiliklari:

- chiziqli va funksional xodimlar o`rtasida kelishmovchiliklar paydo bo`ladi;

- tadbirkorga funksional xodimlar faoliyatini muvofiqlashtirish qiyinroq kechadi.

**Dasturli-maqсадli tuzilma.** Hozirgi zamon korxonalari faoliyatidagi ko'pgina muammolarni hal etish gorizontali bo'yicha 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 hokozolar talab qilinadi.

Yuqoridagi vazifalarni turli xizmat bo'linmalari bajaradi, ular bajaradigan ishlarining mazmuni va muddatlarini kelishib olishi, ishlab chiqarishning ko'pgina elementlarini tutashirishi lozim. Goho funksional xizmatlar o'rtasidagi aloqalarda buzilish vujudga keladi, xizmatlar esa bahs va munozaralar bilan amalga oshiriladi. Chiziqli-tarkib rahbari esa ko'p sonli bo'linmalar ishini muvofiqlashtirishga juda qiynaladi.

Bu muomalalarini yangi tashkiliy boshqaruv tarkiblarini tuzish yo'li bilan, aniqrog'i, chiziqli-funksional boshqaruv tarkiblariga tuzatishlar kiritish yo'li bilan hal etiladi. Bunday tarkib dasturli-maqсадli tarkib deb ataladi. Boshqaruvning dasturli-maqсадli tarkibi quyidagi ikki ko'rinishda bo'ladi: loyiha bo'yicha va mahsulotga ko'ra boshqaruv.

**Loyiha bo'yicha boshqaruv** qisqa muddatda yangi texnika va texnologiyani joriy etish zarurati tug'ilgan hollarda qo'llaniladi. Bunda vaqtinchalik maxsus xizmat bo'limi tuzilib, unga resurslar beriladi. Bu bo'lim loyiha tuzadi va uning joriy etilishini nazorat qiladi.

Loyiha bo'yicha boshqaruv muntazam rahbarlikni aniqlashtiradi, kichik bo'laklarga ajratadi yoki to'ldiradi. U loyihani bajarish uchun korxonaning barcha funksional xizmatlari va bo'linmalari faoliyatini muvofiqlashtiruvchi organ hisoblanadi. Bu organga tegishli huquqlar beriladi. U vazifalarning bajarilishi uchun to'la javobgar bo'ladi.

Bunday boshqaruv ko'p nomenklaturali ishlab chiqarishda qo'llaniladi. Loyiha rahbari maxsus vakolatga ega bo'lib, texnologik ishlarni zvenolar bilan ishchilar o'rtasida taqsimlaydi, uning bajarilishini o'z loyihasi doirasida nazorat qilib boradi. Chiziqli rahbarning shu ishlarga oid buyruqlari loyiha rahbari bilan kelishiladi. Bunda bajaruvchi kishi ikki va undan ortiq rahbarga ega bo'lib, ularga bo'sunadi.

**Mahsulotga ko'ra boshqaruv** tarkibining afzalligi axborotlarning kelish yo'llari va oqimining qisqarishi, yakkaboshchilik tamoyiliga to'la rioya qilinishi, boshqaruvning yuqori bosqichlarini kichik joriy vazifalardan xalos etishda namoyon bo'ladi. Bunday tarkib bozorda talabning o'zgarishiga tezkor munosabat bildirishga qodirdir.

**Matritsali tuzilma.** Matritsali tarkib bo'yicha boshqaruv ancha murakkab bo'lib, u mahsuloti nisbatan qisqa «umr» ko'radigan va tez-tez o'zgarib turadigan korxonalar tomonidan qo'llaniladi. Bu tarkib korxonada gorizontali 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 matriçali tarkibining mohiyati shundaki, unda har bir xodim, ayni bir vaqtning o`zida, loyiha bo`yicha 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 muvofiq ravishda amal qiladi;

- chiziqli bo`ysunish vositasida bo`lim ichida byurokratiyaga bo`lgan moyillikni bir qadar so`ndiradi va hokazo.

Shu bilan bir qatorda, matriçali tarkibning ham ayrim kamchiliklari bor. Bular tarkibning murakkabligi va boshqaruv organlarining real vakolatiga ega emasligidir.

Boshqaruvning tashkiliy tarkiblari to`g`risida yakuniy xulosalarga kelar ekanmiz, boshqaruvning qarab chiqilgan tashkiliy tarkiblaridan birortasini ham rasmiy tarkib deb bo`lmaydi. Shu bois har bir korxonona (firma) o`z oldidagi maqsad va iqtisodiy muhitining o`ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib, uning talablarini yuqori darajada qondiradigan tashkiliy tarkib turini tanlashi kerak.

### **3.5. Kichik biznes va tadbirkorlikda rahbarning boshqaruv uslubi**

Rahbarning boshqaruv uslubi deganda, boshqaruv jarayonida kelib chiqadigan muammolarini hal qilish usullari majmui tushuniladi.

Kichik biznes va 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.

Bu usulning samarasi uning oddiyligida, bajaruvchi va rahbar o`rtasidagi munosabatlarning to`g`ridan-t o`g`ri bog`langanligidadir. Bu yerda nazoratning yuqori samarasiga erishiladi. Pog`onalar soni ortib borgan sari boshqaruv samarasi kamayib boradi.

### **Qisqa xulosalar**

Korxonani boshqarishning maqsadga muvofiq tarkibini vujudga keltirish tadbirkor hal etishi kerak bo`lgan muhim vazifalardan biri hisoblanadi.

Kichik biznes korxonalari boshqaruv tarkibining chiziqli-pogʻonali, chiziqli-shtabli, funksional, chiziqli-funksional, dasturli-maqsadli, matritsali turlari mavjud.

Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini boshqarishda jahon amaliyotidan olingan va eng samarali usul boʻlib, ikki pogʻonali usul, yaʼni rahbar-bajaruvchi usuli hisoblanadi. Bu usulning samarasi uning oddiyligi hamda rahbar va bajaruvchi oʻrtasidagi munosabatlarning toʻgʻridan-toʻgʻri bogʻlanganligidadir.

### **Nazorat va muhokama uchun savollar**

1. Boshqaruvning tashkiliy tuzilma nima?
2. Boshqaruv boʻgʻini va bosqichlari toʻgʻrisida soʻzlang.
3. Korxonada samarali boshqaruv deganda nimani tushunasiz?
4. Chiziqli (pogʻonali) tuzilmaning mohiyati nimada?
5. Chiziqli-shtabli tuzilma nima?
6. Funksional tuzilmaning oʻziga xos xususiyati nimada?
7. Dasturli-maqsadli tuzilmaning mohiyati nimada?
8. Matritsali tuzilma nima?
9. Boshqaruv tuzilmalarining oʻzaro farqi nimada?
10. Rahbarning boshqaruv uslubi deganda nimani tushunasiz?
11. Kichik biznes va tadbirkorlikda rahbarlikning qanday boshqaruv uslublaridan foydalaniladi ?

### **Adabiyotlar**

1. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi: 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga moʻljallangan eng muhim ustuvor yoʻnalishlarga bagʻishlangan Oʻzbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi maʼruzasi. –T.: Oʻzbekiston, 2011.– 48 b.

2. Karimov I.A. Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi: Oʻzbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining qoʻshma majlisidagi maʼruzasi. -T.: Oʻzbekiston, 2010. – 56 b.

3. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 14-iyundagi PF-3619-sonli "Tadbirkorlik subyektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanadi takomillashtirish chora tadbirlari toʻgʻrisida"gi Farmoni.

4. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 20-iyundagi PF-3620-sonli "Mikrofirmalar va kichik korxonalarni rivojlantirish borasidagi qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida"gi Farmoni.

5. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 24-iyundagi PF-3622-sonli "Tadbirkorlik subyektlarining xoʻjalik sohasidagi huquqbuzarliklari uchun moliyaviy javobgarligini erkinlashtirish toʻgʻrisida"gi Farmoni.

6. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 15-iyundagi PQ-100-sonli "Tadbirkorlik subyektlari tomonidan taqdim etiladigan hisobot tizimini takomillashtirish va uni noqonuniy talab etganlik uchun javobgarlikni kuchaytirish toʻgʻrisida" gi qarori.

7. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimovning 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi "Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi" mavzusidagi ma'ruzasini o'rganish bo'yicha O'quv-uslubiy majmua. –T.: Iqtisodiyot. 2011. – 377 b.

8. Boltabayev M.R., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva Sh.J., G'oyibnazarov B.K., Samadov A.N., Xodjaev R.S. Kichik biznes va tadbirkorlik. – T.: ADIB NASHRIYOTI, 2011. – 283 b.

9. G'oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov SH.I., Almatova D.S. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik – mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. –T.: Fan, 2011. -185 b.

10. Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. -T.: TDIU, 2010. – 260 b.

11. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учебное пособие для вузов /Под ред. Проф. В.Я. Горофинкля, проф. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. – 2е изд., перераб. и доп. -М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008. – 320 б.

12. Предпринимательство: Учебник /Под. ред. М.Г.Лапусты. – 4-е издательство, доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. - 667 б.

13. Анискин Ю.П. Организация и управление малым бизнесом: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 160 б.

## 4-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH

### 4.1. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida marketingning ahamiyati

Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida qaror qabul qilish va uni ishlab chiqishda kichik biznes va tadbirkorlikning samarali vositasi hamda asosi bo'lib marketing hisoblanadi hamda kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini boshqarish tizimida, uni tashkil etishda, rejalashtirish va nazorat qilishda muhim ahamiyat kasb etadi. «Ay-si-ay» konserni boshqaruvi raisi Djon harvi Djons kichik biznes va tadbirkorlikda marketingni o'rnini tavsiflab shunday deydi, ya'ni «Marketing kichik biznes va tadbirkorlikning tayanch omilidir. Bu nafaqat yoqilg'i, balki kema komandasidir»<sup>17</sup>.

Marketing elementlarining paydo 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 tarjimai va kelib chiqishi keltiriladi (ing. Market bozor, ing faol, faoliyat, harakat ma'nosini anglatadi).

Marketing nafaqat falsafa, fikrlash tarzi va iqtisodiy tafakkur yo'nalishi, ammo ayrim firma, kompaniya, tarmoq va butun iqtisodiyot bo'yicha amaliyot faoliyati hamdir.

Talab bilan taklifning o'zaro ta'siri alohida shaxslar yoki guruhning xohish-ehtiyojlarini uzluksiz 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.

Talab mavjud, potensial hamda xohish talabga bo'linadi.



4.1.1-rasm Marketingning asosiy kategoriyalari

<sup>17</sup> Багиев Г.Л. и др. Маркетинг. Учебник. Спб.:Питер, 2008, - 83 стр.

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 xususta 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"<sup>18</sup>.

Marketing falsafiy ma'noda fikrlash tarzini mujassamlashtiradi. Umuman, marketingga quyidagicha ta'rif berishimiz mumkin: marketing ehtiyoj va muhtojlikni ayriboshlash 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 yo'nalishlarining asosiylaridan quyidagilarni ko'rsatib o'tish zarur:

- talabni o'rganish;
- bozor tarkibini aniqlash;
- tovarni o'rganish;
- raqobat sharoitlarini tadqiq qilish;
- sotish shakli va uslublarini tahlil etish.

Marketing quyidagilarni o'rgatadi:

- bozorni o'rganish;
- uni taqsimlash;
- tovarlarni joylashtirish;
- marketing siyosatini olib borish;
- tovar siyosati;
- narx siyosati;
- taqsimot siyosati;
- siljitish (yo'naltirish) siyosati;
- yuksalish, qo'shimcha xizmatlar (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

---

<sup>18</sup> Karimov I.A. Asosiy vazifamiz – Vatanimiz taraqqiyoti va halqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir. –T.: O'zbekiston, 2010.- 64 bet.



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`ljallashdan 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 subyekt faoliyati istiqbolga yo`naltirilgan bo`lishi zarur;
- pirovard ko`rsatkichga erishishga yo`naltirilgan tamoyil, ya'ni bozor hissasi, 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 rivojlanti -rish;
- 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 subyektlarning boshqa vazifalaridan farqi shundan iboratki, marketing vazifalari xo`jalik yurituvchi subyektlar, 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 segmentlashning o`rni**

Marketingni boshqaruv tizimida bozor segmentlash muhim ahamiyatga ega va bozorda talabni o`rganish yoki marketologlar atamasi bilan aytganda «*iste'molchini tahlil etish*»- bozorlar holatini tahlil etishdagi birinchi bosqich hisoblanadi. U uch tarkibiy qismga bo`linadi: *bozor segmentlash; iste'molchi talabi sabablarini o`rganish; qondirilmagan ehtiyojlarni aniqlash*. Bozor segmentlash talabni qondirishga tabaqalangan holda yondashuv, tovarlarning turi, sifati va miqdoriga ko`ra har xil talab qo`yadigan iste'molchilarni guruhlarga ajratishda turli mezonlar qo`llashga asoslanadi, ya'ni bozor bir jinsli hodisa tarzida emas, balki ayrim-ayrim

segmentlar majmui tarzida, har bir segment doirasida alohida o'ziga xos bir talab namoyon bo'ladigan hodisa tarzida olib qaraladi.

Bozorda xaridorlarning ma'lum bir tovarga 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 segmentlash 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 segmentlash deyiladi.*

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 subyekt quyidagi maqsadlarni ko'zlaydi:

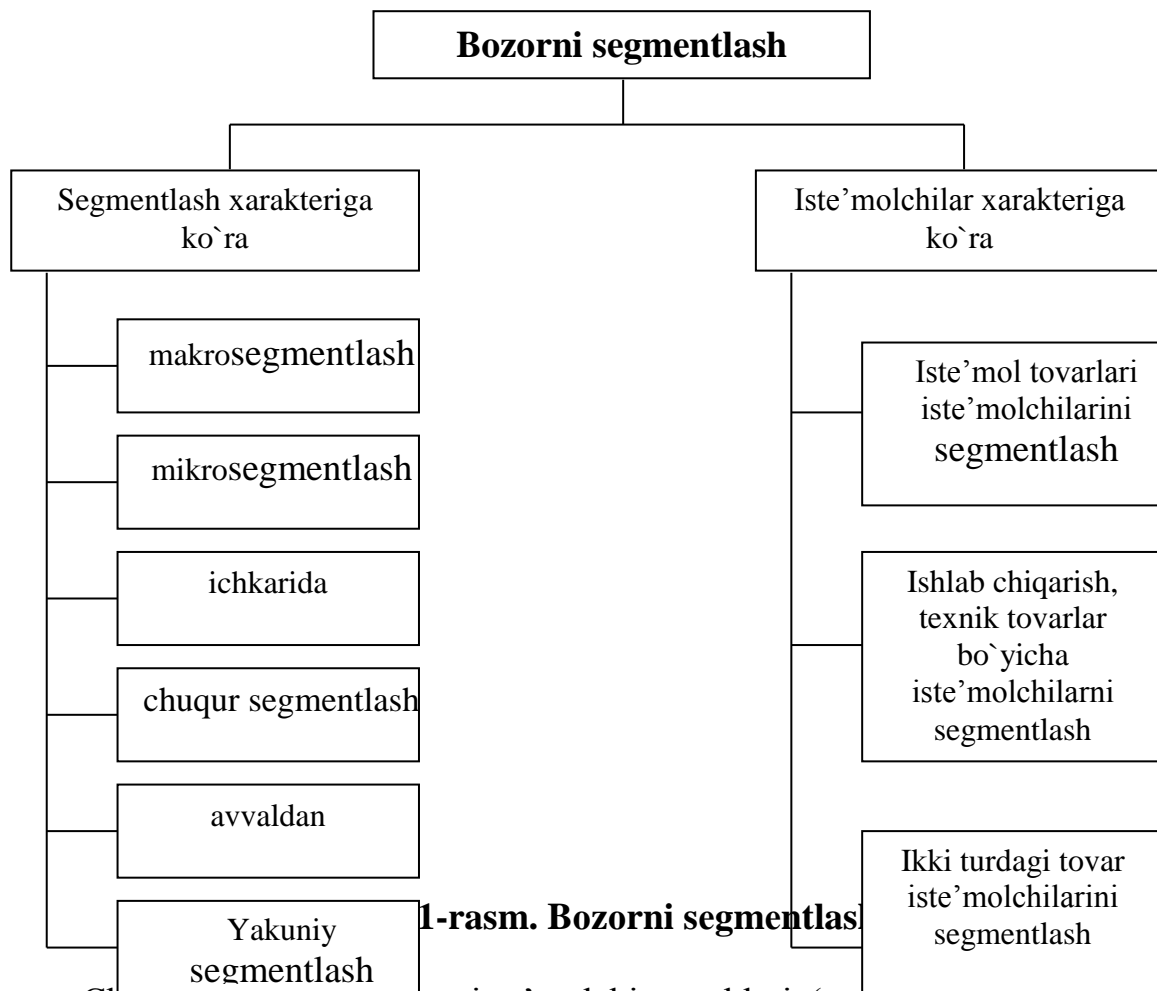
- iste'molchilarni xohish va talabini maksimal ravishda hisobga olish;
- tovarni (xizmatni) va xo'jalik yurituvchi subyektni raqobatbardoshligini ta'minlash;
- xo'jalik yurituvchi subyekt xarajatlarini optimallashtirish;
- xo'jalik yurituvchi subyektning marketing strategiyasi samaradorligini oshirish;
- 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 bozorni segmentlashdan boshlanadi, chunki bozor bir xil subyektlardan tashkil topgan emas.

Makrosegmentlash bozorlarni hududlar, mamlakatlar bo'yicha ularning sanoatlashuviga qarab bo'lishni ko'zda tutadi. Mikrosegmentlash esa bir mamlakat iste'molchilarini yanada batafsilroq mezonlar bo'yicha guruhlariga bo'ladi.

Ichkarida segmentlashda segmentlash jarayoni keng iste'molchi guruhlari bilan boshlanib, keyin tovar yoki xizmatlarni oxirgi iste'molchilari klassifikasiyasiga bog'liqligiga qarab bosqichma-bosqich chuqurlashadi.

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.



1-rasm. Bozorni segmentlash

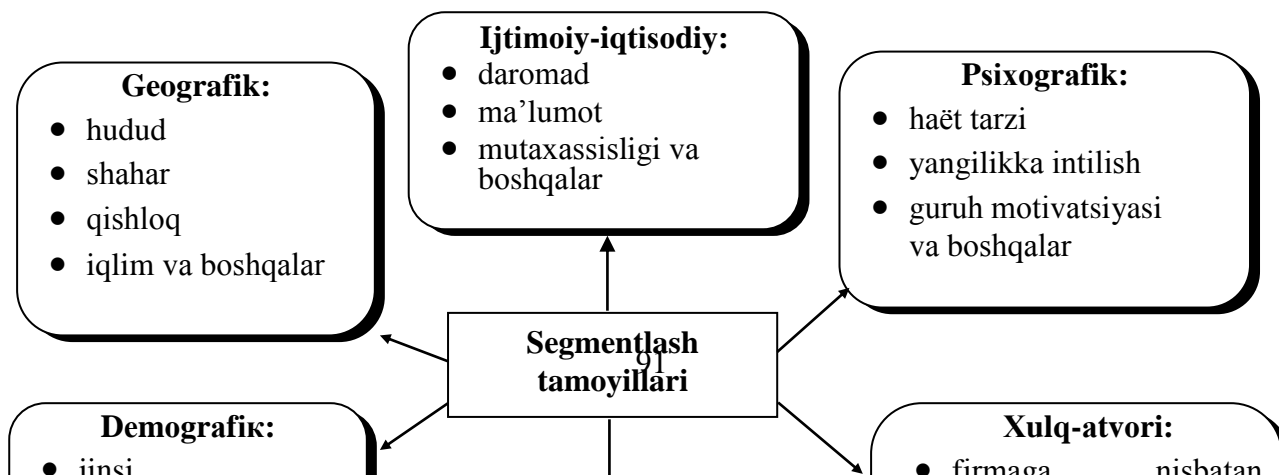
Chuqur segmentlash tor iste`molchi guruhlarini (segmentlari) bilan boshlanib, keyin tovarni ishlatish va qo`llanish sohasidan bog`liqligiga qarab kengaytirishni nazarda tutadi. Avvaldan segmentlash maksimal bozor segmentini o`rganishga mo`ljallangan marketing tadqiqotining boshlang`ich bosqichidir.

Yakuniy segmentlash bozor muhiti sharoitlari va firmaning o`z imkoniyatlarini tartibga solib o`tkazishdagi bozor tahlilini yakunlovchi bosqichidir.

Quyidagi rasmda bozorni segmentatsiyalash mezonlari berilgan.

Bozor segmentlashning tamoyillari quyidagilardir:

- geografik tamoyil;
- psixografik tamoyil;
- demografik tamoyil;
- xulq-atvor tamoyili;
- holat tamoyili.



#### 4.2.2-rasm. Xaridorlarga qarab bozorni segmentlash mezonlari

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 kabilar hisobga olinib, turmush tarzi shaxsning o'z faoliyati, qiziqishlari, qat'iyati va e'tiqodlarida o'z aksini topadi. Shaxsning turi esa hayotdan mamnun, o'zgarardek ish ko'ruvchi, o'z bilarmon 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 segmentlashning 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.

Segmentlash 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

Segment o'lchami uning miqdoriy o'lchamlari va birinchi navbatda sig'imi bilan tavsiflanadi. Segment sig'imini aniqlash uchun tovarlar hajmi, ushbu segmentda ularni umumiy sotish qiymati, bozor joylashgan tumanda yashovchi ushbu tovarning potentsial iste'molchilari sonini aniqlash zarurdir.

Bozor sig'imini o'rganish asosida ishlab chiqarish quvvatlarini shakllantirish uchun va tovar sotish bo'yicha taqsimlash tarmog'i tuzilishi uchun asos hisoblanuvchi uning o'sish dinamikasi baholanadi. Shuni hisobga olish kerakki, ya'ni bozor faoliyati natijalarini qo'llash, bozorda ishlash bilan bog'liq xarajatlarni qoplab, rejalashtirilgan foydani olishga kafolat berishi kerak.

Segmentning jalb etuvchanligi tuzilishni tadqiq etish raqobat darajasini o'rganish, mavjud mahsulotlar raqobatbardoshligi, xaridorlarga munosabati, taklif etilayotgan va mavjud tovarlarga bo'lgan segment ehtiyoji barqarorligi, mavjud xaridor ehtiyojlarini qondiruvchi mutlaqo yangi mahsulotni bozorga kiritish zarurligi va imkoniyatini o'z ichiga oladi.

O'zlashtirayotgan segment maqsadlariga erishish uchun zarur tashkilotning maqsad va resurslarini aniqlash strategik muhim ahamiyatga ega bo'lib, tashkilotning

uzoq muddatli maqsadlariga mos holda joriy maqsadlari bilan amalga oshirish hamda shunga mos holda maqsadli bozorda ishlash uchun potentsial imkoniyat resurslarini yetarlimi yoki yoʻqligini oʻrnatish uchun zarurdir. Buning uchun tavakkalchilikni hisoblash maqsadga muvofiq. Tashkilotning tavakkalchiligini hisoblash uchun maxsus marketing, konsalting kompaniyalarini taklif qilish mumkin.

Maqsadli segmentlarni tanlashda quyidagi strategiyalardan foydalanish mumkin:

- differentsiallanmagan marketing strategiyasi;
- differentsiallangan marketing strategiyasi;
- konsentrlangan marketing strategiyasi.

Amaliyot shuni koʻrsatadiki, bozor munosabatlari tiklanishi va shakllanishi davrida tadbirkorlik tuzilishida koʻplab korxonalar differentsiallanmagan marketing strategiyasini saqlab turdi. Bu strategiya firmaning xaridorlarni xarid jarayoni va tovarga munosabat hamda motivatsiyasidagi turli-tumanlikka emas, balki xaridor ehtiyojlarida qiziqish umumiyligini koʻzlaydi.

Bunday tovarlar va marketing dasturlarini ishlab chiqish orqali firma oʻz maqsadiga xaridorlarni oʻrtacha massasini qondirib erishishi mumkin. Strategiyadan foydalanuvchi firmalar muvaffaqiyatining muhim omili standartlashtirish va tovar ishlab chiqarish umumiyligi hisoblanadi. Differentsiallanmagan marketing strategiyasi mahsulot ishlab chiqarish va sotishda kam xarajatlarni taʼminlaydi. Biroq X. Meffert taʼkidlaganidek, «bu strategiya zamonaviy marketing tamoyillariga qarama-qarshi turadi».

Marketingning zamonaviy konsepsiyasida ikkita strategiya koʻriladi: differentsiallangan va konsentrlangan marketing strategiyasi .

Differentsiallangan marketing strategiyasida firmadan uning faoliyatini bir necha segmentda ular uchun maxsus ishlab chiqarilgan tovarlar va marketing dasturlari boʻlishini talab qiladi. Bu strategiya xaridorlarning motivlari va tushunchalariga mos keluvchi marketing dasturi va xaridorlarga moʻljallangan marketingning asosiy tamoyiliga mos keladi. Bu strategiya xaridorning bozordagi holatini toʻliq ifodalaydi, shuning uchun, odatda, yuqori sotish hajmi va konsentrlangan marketing strategiyasiga nisbatan kichik tavakkalchilik darajasini taʼminlaydi.

Differentsiallangan marketing strategiyasi yuqori investitsiya, ishlab chiqarish va boshqarish xarajatlarini talab qiladi, shuning uchun u yirik korxonalar uchun zarurdir.

Mahsulot differentsiatsiyasi turli bozorga chiqishning keyingi imkoniyatidir. Bu birinchi navbatda tovar taqsimoti diversifikatsiya strategiyasini olib borishga asoslanadi.

Konsentrlangan marketing strategiyasi korxonalardan bozorning foyda segmentiga, yaʼni bitta yoki bir necha segmentiga eʼtibor qaratishni talab etadi. Bu bozor segmentiga firma bitta yoki bir necha mahsulot bilan hamda maqsadli marketing dasturi bilan yondashadi. Oʻz mazmuniga koʻra bu strategiya bozor chuqurchasi konsepsiyasiga mos keladi, yaʼni shunday bozor segmentida ishlash kerakki, tovar ushbu firma va uning yetkazib berish imkoniyatlari uchun koʻproq mos keluvchi hisoblanadi. Konsentrlangan marketing strategiyasi koʻproq kichik va oʻrta

korxonalarga mos keladi, chunki bozorning barcha segmentlarida ishlash uchun yetarli moliyaviy vositalar bo'lishi talab etilmaydi.

#### **4.3. Tadbirkorlik faoliyatida marketing tadqiqotlarining roli**

Marketing tadqiqotlarining asosiy maqsadi, uning vujudga kelish, shakllanish va rivojlanishning obyektiv sabablari, zarurati bilan belgilana di, hamda uning maqsadi nihoyatda keng va murakkab masalalarni hal qilishga qaratilgan. U ishlab chiqarishni xaridor ehtiyojiga moslashtirib, talab va taklifning muvozanatiga erishgan holda, uni tashkil etgan korxonalar, tashkilotlarga yuqori foyda keltirishdir. Bunga erishish uchun marketing quyidagi muhim vazifalarni hal etishi lozim:

- xaridorlar (iste'molchilar) ehtiyojini o'rganish;
- tovarlarga ichki va tashqi talablarni o'rganish;
- korxonalar faoliyatini xaridorlar ehtiyojiga moslashtirish;
- talab va taklif to'g'risidagi olingan ma'lumotlar asosida bozorni o'rganish;
- tovarlar reklamasini tashkil etish, xaridorlarning tovarlarni sotib olishga qiziqishini oshirish;
- tovar yaratuvchi yoki uni sotuvchi korxonalar tadqiqotlarini amalga oshirish uchun ma'lumotlar to'plash va tahlil qilish;
- tovarni bozorga chiqarishdagi barcha xizmatlar to'g'risida ma'lumotlar olish;
- to'ldiruvchi tovarlar va o'rnini bosuvchi tovarlar to'g'risida axborotlar yig'ish.

Tovarlarga talabni istiqbollash, ularni amalga oshirishni nazorat qilishdan iborat.

G.L. Bagiyev va boshqalar "Zamonaviy marketing tadqiqotlari, tadbirkorlik tizimidagi axborot topish, to'plash, qayta ishlash va joriy hamda strategik qarorlar qabul qilish jarayoni"<sup>19</sup> - deb ta'rif berganlar.

Marketing axborotlarini tizimli tahlil qilish, talab va taklifning taxminiy hisobini ishlab chiqishga imkon beradi. Busiz esa sotishning maqbul darajasini belgilash mumkin emas. Bunday darajada, odatda, minimum, maksimum oralig'ida hisoblab chiqiladi. Marketing maqsadiga erishishda reklama ham muhimdir. Reklamaning vazifasi mavjud bozor segmentini mustahkamlash, yangi xaridorlarni jalb etish, yangi bozorlar tashkil qilishdir. Marketing tizimida reklamaning asosiy xususiyati uzluksiz ta'sir va doimiy yangilanishdir. Shu bilan birga xaridor psixologiyasi tovar va firma markasiga bog'lanib qolish xususiyati (imidj) ga ham egadir.

Marketing tadqiqotlarining eng muhim bosqichlaridan biri tadqiqot rejasini ishlab chiqish hisoblanadi. Bunda tadqiqot uchun zarur ma'lumotlar va axborotlarni to'plash manbalari, uslublari, qurollari, tanlov o'tkazish tartiboti va rejalari tuziladi. Tadqiqot asoslanadigan ma'lumot va manbalardan bir necha marotaba tegishli sohalarda foydalanish, ularni qayta ishlash mumkin.

Marketing tadqiqotida kuzatish, eksperiment, so'rov, guruhli bahs eng ko'p qo'llaniladigan uslublar hisoblanadi. Har bir uslub tadqiqotning tegishli bosqichlarida samarali axborot to'plash, uni qayta ishlash, texnika vositalaridan samarali

---

<sup>19</sup> Багиев Г.Л. и др. Маркетинг. Учебник. СПб.: Питер, 2008, - 96 стр.

foydalanishni nazarda tutadi. Masalan, yuqorida keltirilgan radio telefonli va bort-kompyuterli avtomobilga boshlang'ich talabni baholash tadqiqotini olib ko'raylik. Kuzatish uslubi vositasida xaridorlarning joriy davrda va avtomobil bozoridagi munosabatlari, ko'nikmalarini baholash mumkin. So'rov uslubida esa aniq bir xaridorning «yangi jihozlarga» qiziqishlari, ularga qo'yadigan talab va istaklarni baholash mumkin. Eksperiment uslubida esa sinov tarzida avtomobillarning kichik partiyasini bozorda sotib, xaridorlar holatlarini kuzatish mumkin.

Tadqiqot rejasini ishlab chiqishda uslubiy jihatdan o'zaro bog'liqlik, aniqlik, takrorlanmaslik, davriy uzluksizlik ta'minlanishi lozim. Tuzilgan reja mohiyatan quyidagi savollarga javob berishi lozim.

1. Qanday ma'lumotlar to'planishi kerak?
2. Ma'lumotlarni kim to'playdi?
3. Kim va nima xususida izlanish olib borishi lozim?
4. Ma'lumotlarni to'plashda qanday uslublar qo'llaniladi?
5. Ma'lumotlar qanday shaklda va qanday muddatlarda taqdim etiladi?
6. Ma'lumotlarni to'plash qachon va qaerda amalga oshiriladi ?
7. Ma'lumotlarni to'plash uchun qanday xarajatlar ko'zda tutiladi?

Ushbu savollarga javob topish asosida tadqiqot rejasining izchilligi, mazmunan va mantiqan bog'liqligi ta'minlanadi. Bu o'z navbatida tadqiqotning keyingi bosqichlarida sodir bo'lishi mumkin bo'lgan kamchilik va xatoliklarning vujudga kelishiga yo'l qo'ymaydi. Ma'lumotlarni to'plash bosqichi tasdiqlangan reja asosida amalga oshirilishi bilan bir qatorda texnik vositalar yordamida ularni qayta ishlash, tayinli tartibga solish vazifasini ham bajaradi. Chunki jamlanadigan ma'lumotlar qayerda va qachon amalga oshirilishiga, ulardan samarali foydalanish imkoniyatlarini kengaytirishga katta e'tibor beriladi.

#### **4.4. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyati uchun marketing dasturini ishlab chiqish**

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

Marketing dasturi bu korxonani umumxo'jalik faoliyatini direktiv rejasini tuzish uchun strategik tavsiyanomadir va yuqori boshqarish bo'g'ini uchun qaror qabul 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 bo'yicha nazorat chora-tadbirlari va harakatlari beriladi.

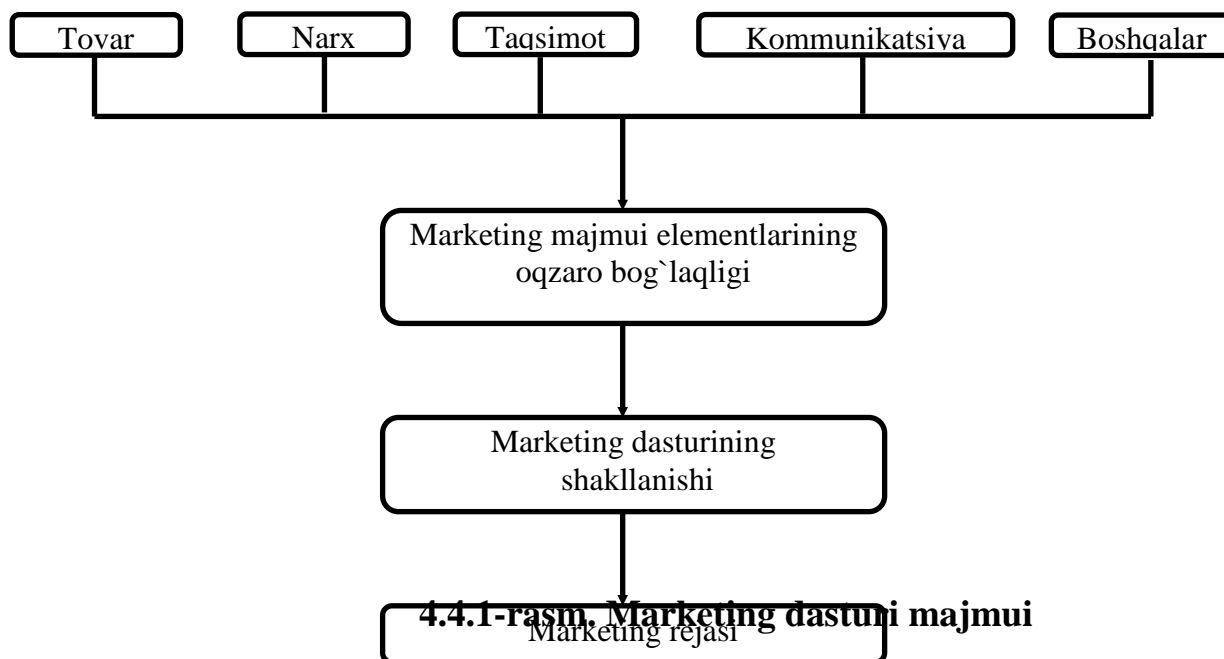
Marketing dasturi marketing kompleksi tadqiqotlari va firmaning imkoniyatlarini baholash asosida tuziladi. Dastur tavsiyali xarakterga ega bo`lsa-da, kompaniyani strategik rejalashtirishda zarur bosqich sifatida ko`riladi. Firmalar faoliyatining zamonaviy sharoitda marketing dasturi kompaniyaning yuqori 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 mavqei va korxonaholatining bog`liqligiga ko`ra, o`z ichiga turli variantlarni oladi.

Strategiyalar diversifikatsiyasi, tadbirkorlik faoliyatini segmentlash, hujum va himoya strategiyalari bo`lishi mumkin.

Marketing dasturini ishlab chiqarishda ko`p variantlilik tamoyillaridan foydalaniladi. Xizmatning tuzilishiga binoan marketing dasturi va rejasining bir necha variantlari: ikki yoki uch, ya'ni minimal, optimal va maksimal turlari bo`ladi. Dasturning minimal varianti, dasturni murakkab sharoitlarda rivojlantirish, maksimal variantida esa yaxshi sharoitlarni rivojlantirishni ko`zda tutadi. Masalan, Yaponiya firmalari marketing dasturi va rejasining minimal variantini nazarda tutib, uni amalga oshirishda haqiqiy muvaffaqiyatga ijtimoiy va iqtisodiy hamda psixologik samarani olishni maqsad qilib erishadi. Shuningdek, dasturning o`rtacha yoki optimal variantlari keng tarqalgan.

Quyidagi 4.4.1-rasmda marketing dasturi majmui jarayoni keltirilmoqda.



Firma turli marketing dasturlarini ishlab chiqadi, yo`nalishiga 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. Ayrim firmalar esa ikki yoqlama dastur tuzadilar, ya'ni uzoq va qisqa muddatli dasturlar.

Qamrab olinayotgan vazifasiga ko`ra, oddiy yoki maqsadli marketing dasturlariga 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.

Obyektiga bog`liqligiga ko`ra, marketing dasturlari mahsulotlar va ishlab chiqarish bo`limi bo`yicha bo`linadi.

Mahsulot bo`yicha marketing quyidagi maqsadlarga ega:

- mahsulotning optimal texnik-iqtisodiy ko`rsatkichlarini ishlab chiqish;
- mahsulotni ishlab chiqish va sotish samaradorligining ko`p variantli hisob-kitobini o`tkazish;
- yangi (takomillashgan) tovar ishlab chiqarish rentabelligi va zarurligini asoslash;
- ishlab chiqarilayotgan mahsulot hajmini natural va qiymat birligida belgilash;
- iste'molchilarning maqsadli bozorda ko`zlagan maqsadlarini hisobga olgan holda, har bir tovar bo`yicha sifat ko`rsatkichlarini o`rnatish;
- har bir mahsulotni integral baholash (xarajatlari, narx va foydani solishtirish);
- maqsadli bozorda raqiblarning mavjud o`xshash tovarlarini hisobga olgan holda, har bir tovar bo`yicha raqobatbardoshlik darajasini hisoblash.

Ishlab chiqarish bo`limi bo`yicha marketing dasturi quyidagi maqsadga ega:

- tovarlar siyosatini hisobga olgan holda chiqarilayotgan mahsulotning zaruriy nomenklaturasini aniqlash;
- innovatsiya bo`yicha qarorni asoslash;
- chiqarilayotgan mahsulot sifati va texnik darajasini oshirish bo`yicha qaror qabul qilish;
- tovar ishlab chiqarish tuzilishida har bir mahsulot ulushini o`rnatish;
- ishlab chiqarishning ustuvor yo`nalishlari bo`yicha xarajatlarning umumiy hajmi va tuzilishini hisoblash;
- moliyalashtirish manbalarini topish;
- ishlab chiqarishni moddiy va mehnat resurslari bilan ta'minlash;
- ishlab chiqarish va muomala xarajatlarini hisoblash;
- ishlab chiqarish samaradorligini aniqlash va foydani bashorat qilish.

Ishlab chiqarish bo`limi bo`yicha marketing dasturi firmaning to`liq ichki rejalashtirish va ishlab chiqarish rejasini hisobga oluvchi optimallashtirilgan ko`rsatkichlarni o`z ichiga olishi lozim. Shunday qilib, ishlab chiqarish bo`yicha marketing dasturi ishlab chiqarish bo`limining xo`jalik faoliyatining jami ko`rsatkichlari to`plamini tahlili asosida ishlab chiqilgan asosiy hujjat hisoblanadi.

Marketing dasturlarini ishlab chiqishda maqsadli yondashish uslubiga asosan korxonaning mo`ljallangan maqsadiga erishish va uning bajarilishini nazorat qilish resurslari va tadbirlari tizimi shakllantiriladi.

Korxonaning (firma) marketing dasturi (biznes rejasi) tarkibi quyidagicha:

1. Korxonaning imkoniyatlari tahlili (holatli tahlil). Faoliyati, shart-sharoitlari resurslari, samarali natijaga erishish yo`nalishlari. Korxonaning ichki va tashqi muhitlarini solishtirish.

2. Rivojlanish maqsadlarini aniqlash (Marketing sintezi). Ishlab chiqarish va ijtimoiy rivojlanishning ustuvor maqsadlari va bozorda foydaga erishish yo`llarini aniqlash.

3. Strategiyani ishlab chiqish. Korxonaning moddiy, mehnat va moliya resurslaridan samarali foydalanishni ko`zlagan uzoq muddatli maqsadni aniqlash (bozor segmentlari, marketing vositasi, bozorga kirish vaqti va boshqalarni tanlash).

4. Rejani ishlab chiqish. Ishlab chiqarish, moliya, baho, kadrlar, reklama, sotish va boshqalarni amalga oshirish xarajatlari va natijalarini rejalashtirish tizimi.

5. Nazorat qilish. Strategik nazorat (tanlangan tamoyilning aniq bozor holatiga to`g`ri kelishi). Yillik nazorat (rejadagi tadbirlar va xarajatlarning bajarilishi), foyda olish darajasi nazorati.

### **Qisqa xulosalar**

Marketing ehtiyoj va muhtojlikni ayriboshlash orqali qondirishga qaratilgan inson faoliyatining turidir.

Marketing firmani uzoq muddatli, yuqori darajali foyda olishi niyatida faqat iste'molchiga qaratilgan maqsadli ishlab chiqarish va sotish faoliyati hisoblanadi.

Bozorni o`rganish, bilish va ishlab chiqarishni boshqarish bugungi kunga kelib, har bir tadbirkorning eng asosiy vazifalaridan biri bo`lib qolmoqda. Mamlakatimiz bozor iqtisodiyotiga o`tish munosabati bilan tadbirkorlikka keng yo`l ochib berilganligi, yurtimizda faoliyat ko`rsatayotgan ko`plab firma va korxonalar uchun, ishlab chiqarishni boshqarish, mahsulot sotish yo`llarini, maqsad va vazifalarini marketing asosida tashkil etishi uchun sharoitlar yaratildi.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar:**

1. Marketing tushunchasini mazmuni nimadan iborat?
2. Marketing tushunchasini tadbirkorlik tushunchasi bilan bog`liqligi va farqi nimadan iborat?
3. Marketingni maqsadi nimadan iborat?
4. Marketingni maqsadi nimada?
5. Bozorni segmentlash deganda nimani tushunasiz?
6. Bozorni segmentlashning qanday turlarini bilasiz?
7. Maqsadli segmentni tanlash deganda nimani tushunasiz?
8. Marketing tadqiqotlari qanday tashkil etiladi?
9. Marketing tadqiqotlarining qanday turlarini bilasiz?
10. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida marketing dasturini ishlab chiqish ketma-ketligi nimadan iborat?

### **Adabiyotlar**

1. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi: 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga

mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma`ruzasi. – T.: O`zbekiston, 2011.– 48 b.

2. Karimov I.A. Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi: O`zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining qo`shma majlisidagi ma`ruzasi. -T.: O`zbekiston, 2010. – 56 b.

3. O`zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi “Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi” mavzusidagi ma`ruzasini o`rganish bo`yicha O`quv-uslubiy majmua. –T.: Iqtisodiyot. - 2011. – 377 b.

4. Boltabayev M.R., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva Sh.J., G`oyipnazarov B.K., Samadov A.N., Xodjaev R.S. Kichik biznes va tadbirkorlik. – T.: ADIB NASHRIYOTI, 2011. – 283 b.

5. G`oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik – mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. –T.: Fan, 2011. -185 b.

6. Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. -T.: TDIU, 2010. – 260 b.

7. Qosimova M.S., Yusupov M.A., Ergashxodjayeva Sh.J. Marketing. Darslik. -T.: TDIU, 2010.-263b.

8. Bekmurodov A.Sh., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva Sh.J. Strategik marketing. O`quv qo`llanma. 2010.-161 b.

9. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учебное пособие для вузов /Под ред. Проф. В.Я. Горофинкля, проф. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. – 2е изд., перераб. и доп. -М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008. – 320 б.

10. Предпринимательство: Учебник /Под. ред. М.Г.Лапусты. – 4-е издательство, доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. - 667 б.

11. Анискин Ю.П. Организация и управление малым бизнесом: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 160 б.



## **5-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISH**

### **5.1. Biznes reja, uning ahamiyati, mohiyati va mazmuni**

**Texnik-iqtisodiy asoslash.** Ishlab chiqarish faoliyati bilan bog`liq korxonani tashkil etishda korxonaning texnik-iqtisodiy asoslanishini ishlab chiqish maqsadga muvofiqdir. Texnik-iqtisodiy asoslashga quyidagilarni kiritish lozim:

1. Ishlab chiqarishga mo`ljallangan tovarlarga talabni tahlil qilish.

2. Ishlab chiqarish ko`rsatkichlari:

a) talab qilinuvchi konstruktorlik, texnologik va boshqa hujjatlarning mavjudligi;

b) ishlab chiqarish dasturi;

v) dasturni bajarish zarur mashina, asbob-uskuna va jihozlarning mavjudligi;

g) ishlab chiqarish quvvatlari mavjudligi yoki ularning loyihasi;

d) asosiy ishlab chiqarish fondlarining mavjudligi;

e) ayrim turdagi mahsulot yoki xizmatlarning samaradorligi;

yo) amortizatsiya to`lovlarining miqdori.

3. Moliyaviy ko`rsatkichlar:

a) mahsulot sotish yoki xizmat ko`rsatishdan olinishi mo`ljallangan daromad;

b) moddiy va unga tenglashtirilgan boshqa sarf-xarajatlar;

v) budjetga o`tkaziladigan to`lovlar;

g) sof daromad;

d) ish haqi jamg`armasi;

g) tashkil etilayotgan boshqa jamg`armalar miqdori.

4. Ijtimoiy ko`rsatkichlar:

a) ishchilarning taxminiy soni;

b) kutilayotgan ish haqi miqdori;

v) bir ishchiga to`g`ri kelayotgan sotish miqdori;

g) nogironlar va pensionerlar mehnatidan foydalanish imkoniyati.

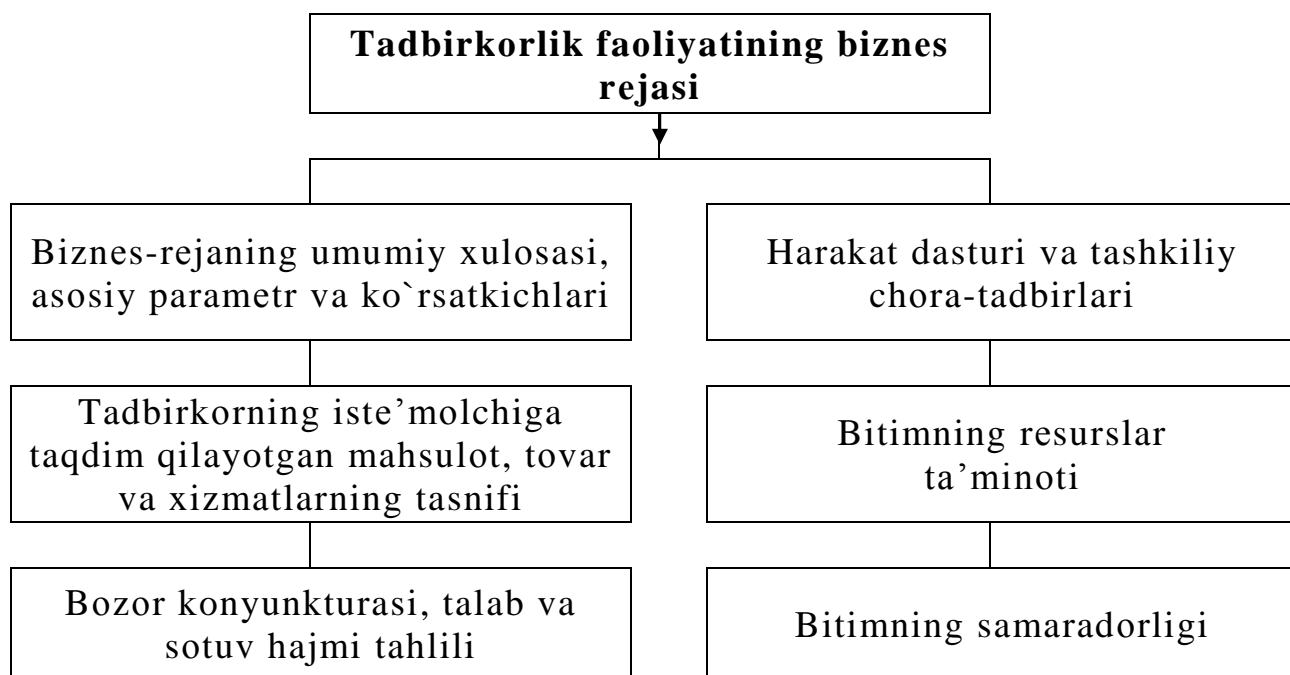
**Biznes-rejaning mazmuni.** Korxonani faoliyatini muvaffaqiyatli olib borishda biznes-reja muhim rol o`ynaydi. Biznes-rejaning tuzilishi va mazmuni qat`iyan chegaralanmagan. Fikrimizcha, yetti bo`limdan iborat biznes-reja eng maqbuldir (5.1.1-rasm).

Ushbu biznes-rejani batafsil ko`rib chiqamiz:

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

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 inflyatsiyaga nisbatan uning samaradorligi qanday bo`lishligini hisoblab chiqish lozim.

Biznes-loyi hani amalga oshirishdan avval shuni e`tiborga olish kerakki, olinadigan foyda omonat bankka qo`yilgan shu miqdordagi mablag` keltiradigan foizdan ko`p bo`lishini ta`minlashi lozim.



**5.1.1-rasm. Tadbirkorlik faoliyatining biznes-rejasi**

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 parametr 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-xarajatlar; 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'molchilarnint 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; ishbiarmon ishlab chiqargan tovar iste'molchilari va u

qoniqtirmo qchi 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`ljak 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 ishbilarmonlar 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. Ishbilarmonlik 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 harakatlarning uzviy qismi bo`lib, biznes-reja bajarilishining boshqaruv uslubi; loyiha boshqaruvining tashkiliy tuzilmalarini; 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, qimmatbah o`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 ishbilarmonlik faoliyatining uzoq muddatli faoliyatini tahlil qilish maqsadga muvofiqdir.

Loyihalarni asoslash jahon amaliyotida mablag`larning qo`yilishi haqidagi qarorni tayyorlashda bir necha umumiy ko`rsatkichlar qo`llaniladi. Ular quyidagilardan iborat:

- sof joriy qiymat;
- rentabellik;
- samaradorlikning ichki koeffitsiyenti;
- kapital qo`yilmalarning qaytarilish davri;
- pulning maksimal sarf-xarajati;
- zararsizlik me`yorlari.

**Sof joriy qiymat** ba`zida iqtisodiy integral samara deb ham ataladi. Loyihani amalga oshirish vaqtida mahsulot sotishdan olingan umumiy daromaddan shu vaqt davrida ketgan barcha sarf-xarajatlar ayirmasiga sof joriy qiymat deyiladi.

**Rentabellik** foydaning kapital qo`yilmalar yoki aksioner kapitaliga nisbati shaklida aniqlanadi. Tadbirkorlik loyahasini amalga oshirishda rentabellik har bir yilga hisoblab chiqiladi. Bu yerda soliqlar hisobga olinadi.

Integral samaradorlikni nolga tenglashtiruvchi rentabellikning dastlabki sath mazmuni samaradorlikning ichki koeffitsiyenti hisoblanadi. Agar samaradorlikning ichki koeffitsiyenti dastlabki sath mazmunidan past bo`lmasa, loyiha samarali hisoblanadi.

**Kapital qo`yilmalarning qaytarilish davri.** Bu ko`rsatkich kapital qo`yilmalarning o`z-o`zini qoplash muddati sifatida amalda keng qo`llaniladi. Bu davrda funksional-ma`muriy zararlar hisobdan chiqarilgandan keyin asosiy kapital qo`yilmalar qoplanadi.

**Pulning maksimal sarf-xarajati.** Bu sof joriy qiymatning eng katta salbiy moliyalashtirish o`lchamlarini aks ettiradi va sarf-xarajatlarni qoplash manbalari bilan bog`lanishi lozim.

**Zararsizlik me`yorlari.** Bu ishlab chiqarilayotgan mahsulot partiyalarining minimal o`lchovi, «nol daromad» olinadi, ya`ni sotuvdan kelgan daromad ishlab chiqarishdagi xarajatga teng bo`ladi.

o`arb mamlakatlari banklaridan kredit olishda biznes-rejaning boshqacha tuzilmasi qo`llaniladi. Bu holatda biznes-reja quyidagi bo`limlarni o`z ichiga oladi:

Kirish va umumiy ma`lumot. Bu bo`limda yuridik shakl ko`rsatiladi, korxonalar faoliyati tarixi va muhim tadbirlarning qisqacha ta`rifi beriladi.

1. Korxonalar faoliyatini baholash. Bu yerda korxonaning ba`zi muhim xususiyatlari ko`rsatiladi, ya`ni uning bozorda egallagan o`rni, mavqei, sotuv tizimi va boshqalar.

2. Mahsulotni va sotish bozorini ta`riflash.

3. Tadqiqotlar va ishlanmalar. Bu bo`limda tadqiqotlar, dastur va tashabbuslarning asosiy yo`nalishlari aks ettiriladi.

4. Korxonaning ishlab chiqarish quvvati. Korxonaning ishlab chiqarish holati, ishlab chiqarish quvvatlarining holati ta`riflanadi.



5. Xodimlar va mehnat munosabatlari.

6. Tashkil etish va boshqarish. Umumiy-tashkiliy ko`rsatkich lardan tashqari, oliy lavozimli shaxslar va rahbar xodimlarining qisqacha biografik ma'lumotlari beriladi.

7. Yuridik ma'lumotlar. Ishlab chiqarish faoliyati bilan bog`liq o`tmishdagi hamda hozirgi sud va arbitraj ishlari qisqacha ta`riflanadi.

8. Moliyaviy ma'lumotlar. Keyingi 5 yil ichidagi moliyaviy hisobotlar ko`rib chiqiladi. 5 yillik istiqbolli moliyaviy ahvol ta`riflanadi.

9. Likvidlik. Qarzlari, aylanma mablag`lar holatining tahlili, kompaniyaning soliqlari, qarzlari ko`rsatiladi.

10. Shartnomalar. Korxonaga ishtirok etgan barcha shartnoma va bitimlar ta`rifi beriladi.

11. Buxgalteriyaning boshqa hisob-kitoblari. Ro`yxatga olinmagan mulk (kvartira, mehmonxona, shifoxona, profilaktoriya va boshqalar)ning qisqacha bayoni beriladi.

Bundan ham qisqacha biznes-rejaning chizmasi G.Berl tomonidan taqdim etilgan. U quyidagi bo`limlardan iborat:

Kerakli pul mablag`i kiritilgan arizaning maqsadi, zayomni qoplash uslublari va uning ta`minoti.

**Shaxsiy vositalar.** Bu yerda ish asoschisi, uning hamkorlari, oila a`zolarining qo`shgan shaxsiy hissasi ko`rsatiladi.

**Biznesning ta`rifi.** Firmaning miqdoriy ko`rsatkichlari, tashkiliy-huquqiy shakli, joyi, manzili va ishlovchilar sonini ko`rsatish lozim. Ishlab chiqarilmoqchi yoki bajarilmoqchi bo`lgan tovar va xizmatlar, korxonaning qisqacha tarixi, istiqboli, marketing hududi, iste`molchi va ta`minotchilarni ko`rsatish lozim.

**Boshqaruv.** Har bir mulk egalari va korxonaning boshqa boshqaruvchilarining ma'lumoti, tajribasi haqidagi ma'lumotni o`z ichiga oladi.

**Korxonaning moliyaviy istiqboli va ko`rsatkichlari.** Agar korxonaga yangi tashkil etilgan bo`lsa, unda korxonaga egasining shaxsiy kapitalini ko`rsatish, rejali balans tuzish, istiqbolini baholash keltirilishi lozim. Shu bilan birga kutilmagan sarfxarajatlar uchun muayyan mablag`larni ajratib qo`yish kerak. Agar korxonaga jamoasi harakatda bo`lsa, unda oxirgi ikki-uch yil ichidagi daromad va zararlar haqida balansli hisobot va bugungi holati haqidagi ma'lumotni taqdim etish lozim.

Ko`rsatilgan beshta bo`lim uchun 11 yordamchi shakl tuziladi.

1-shakl. Qarz olish uchun berilgan arizaning maqsadi va uning asoslanishi.

2-shakl. Shaxsiy moliyaviy deklaratsiya.

3-shakl. Korxonaning batafsil ta`rifi.

4-shakl. Bozorning tahlili.

5-shakl. Raqobatchilar.

6-shakl. Korxonaning joylashtirilishi.

7-shakl. Korxonaning xodimlari.

8-shakl. Boshqaruv.

9-shakl. Tashkil etilayotgan yoki kengaytirilayotgan korxonaga uchun moliyaviy ma'lumot.

10-shakl. Harakatdagi korxonani sotib olish uchun moliyaviy ma'lumot.

11-shakl. Rahbar uchun qisqacha xulosa.

Qator xorij mualliflari biznes-rejaning rasmiylashtirilishi shakliga e'tiborni qaratmoqdalar. Qog'oz, papka, yozuv, varaqlarning sifati, ya'ni tashqi ko'rinishi hujjatni o'qiyotganda ma'lum taassurot qoldirishi mumkin. Xatosiz, toza yozilgan hujjat ishonch va hurmat uyg'otadi.

G.Berl AQSH turli shtatlarining to'qqiz rayonlari tadbirkor boshqaruvchilarining tresti hisoblanmish ishbilarmonlar forumi ma'qullagan namunali biznes-rejaning ta'rifini keltiradi. Bu quyidagilardan iborat: hajmi 40 betgacha. Spiral mahkamlagich bilan mahkamlangan. Muqovada kompaniyaning nomi yozilgan. Titul varag'ida esa kompaniyaning nomi va manzili yozilgan. Reja ikki betda yozilgan kompaniyaning bugungi operatsiya va rejalari haqidagi qisqacha axborotdan boshlanadi. Bo'linmalarning nomlari ilova qilingan. Matnda yetakchi xodim va investorlar haqida batafsil ma'lumotlar berilgan. Buxgalteriya hisoboti bo'yicha maslahatchilar va maslahatchi -yuristlarning taqrizlari keltiriladi.

Biznes-rejani ishlab chiqishda undagi bo'limlar ta'rifi qisqa, tushunarli bo'lishiga alohida e'tibor berish lozim. Chunki bular biznes-rejaga qiziquvchi shaxs yoki bank xodimining undagi materiallarni o'qish-o'qimasligini belgilab beradi. Xulosa qisqa bo'lib, biznes-rejaning barcha bo'limlarini qamrab olishi lozim. Xulosada quyidagi ma'lumotlar mavjud bo'lishi tavsiya etiladi:

- korxonaning nomi, uning yuridik manzili;
- aloqa qilish uchun shaxs, uning telefoni;
- biznes turi;
- kerakli qarz;
- qarzning maqsadi;
- mavjud aktivlar;
- mahsulot va bozor (mahsulotning qisqacha ta'rifi, uning real sotish imkoniyatlari);
- boshqaruv (asosiy mulk egasi va uning yordamchilari ta'rifi);
- moliyaviy rejalari;
- sotish va daromad hajmining o'sish imkoniyatlari ko'rsatiladi .

## **5.2. Yangi tashkil etilgan korxonani boshqarish**

**Korxonani (firmani)ning rivojlanish bosqichlari.** Faoliyatining dastlabki bosqichlarida ishbilarmon qator muammolarga duch keladi. Shulardan biri o'z xo'jalik yuritish maqomiga ega bo'lishidir. Shu bilan birga ishbilarmon bozor holati, talab va taklifni o'rganishi lozim. Bundan tashqari, oldida qanday to'siq va chegaralar uchrashi, qanday imtiyozlar olishi mumkinligini bilishi zarur. Shu tariqa investitsiya kiritishning umumiy shartlari belgilanadi.

Bunday ma'lumotlar ochiq va ular matbuotda, statistik axborotlarda, qonunchilik hujjatlarida mavjuddir. Mutasaddi shaxslardan ham bunday ma'lumotlarni olish mumkin.

Ishbilarmon xo'jalik yuritish yo'nalishini aniqlab olgach, o'z korxonasining ixtisoslanishini belgilaydi. Buning uchun bo'lajak iste'molchilarning imkoniyatini aniqlash, raqobatchilar haqida barcha ma'lumotlarga ega bo'lishi lozim.

Faoliyat shakli, ya'ni individual yoki jamoa ishbilarmonligidan birini tanlash muhim ahamiyat kasb etadi. Individual shakl tanlaganda ishbilarmon ixtiyoriy ravishda tavakkalga qo'l uradi. Ish muvaffaqiyatsiz tugaganda mulkdor korxonaga majburiyati uchun o'zi javob beradi va o'z mulki hisobidan zararni qoplaydi.

Jamoa shakli tanlanganda ishbilarmon mas'uliyatni korxonaning boshqa ishtirokchilari bilan bo'lishadi. Ushbu shakl qo'llanganda tavakkal kamayadi, bundan tashqari, qo'shimcha resurslarni jalb etish mumkin bo'ladi.

Keyingi bosqichda ishlab chiqarish bazasi shakllanadi. Ishbilarmon ishlab chiqarish va omborxonaga, asbob-uskunalarini ijaraga olishi, xomashyo va materiallar, yarim tayyor mahsulotlar, ehtiyot qismlarini sotib olishi, ishchi kuchini jalb etishi kerak. Korxonaga asbob-uskunalarini ishlab chiqaruvchilar, xomashyo va materiallar ta'minotchilari, vositachi firmalar bilan munosabat o'rnatadi. Kerakli ishchilarni mehnat birjalari, e'lonlar yordamida jalb etishi mumkin.

Moliyaviy vositalarni jalb qilish muhim bosqichlardan hisoblanadi. Faoliyatining dastlabki paytlarida ishbilarmonning ishini boshlashi uchun moddiy mablag'lari yetarlicha bo'lmaydi. Pul mablag'lari kamchiligini aksiyalarni chiqarish, ya'ni korxonaga kapitali va daromadiga huquqni qisman boshqalarga berish, tijorat banklaridan qarzlarni olish yo'li bilan bartaraf etishi mumkin. Bunda korxonaga aksiya yoki qarz majburiyatlarini sotib oluvchi yuridik va jismoniy shaxslar, tijorat banklari bilan o'zaro aloqa qila boshlaydi. Bank kreditlari qisqa muddatli, o'rta muddatli va uzoq muddatli bo'lishi mumkin. Bozor munosabatlari o'tish jarayonida banklar tomonidan qisqa muddatli kredit berish shakli keng qo'llanilmoqda.

Banklarning korxonalariga kredit berishi turli sug'urta operatsiyalari bilan bog'liqdir. Inshoot, moddiy zahiralarni va korxonaga qarashli boshqa mulklar sug'urta qilinishi mumkin. Bu hollarda korxonalar sug'urta kompaniyalar bilan munosabat o'rnatadi.

Aksiya, obligatsiya va boshqa qimmatbaho qog'ozlarni sotib olish yoki ularni sotishda korxonalar jamg'arma bozori, ya'ni qimmatbaho qog'ozlar bozoriga murojaat etadi. Korxonaga aloqa qilayotgan tashkilotlar soni juda ko'p bo'ladi. Ular ichida turli xil fond birjalari, kredit-moliya institutlari, investitsion jamg'armalar, individual investorlar yetakchi o'rinni egallaydilar.

**Korxonaning boshqaruv organini tashkil etish.** Yangi tashkil etilgan korxonaning asosiy muammolaridan biri faoliyatli organizmni bunyod etishdir. Uning doirasida ishchilar o'z faoliyat maqsadlari va unga erishish yo'llarini aniq anglashlari lozim. Agar yangi tashkil etilgan korxonaga yaxshi ishlaydigan va yaxshi boshqariladigan ishlab chiqarishga aylanmasa, u tanazzulga duch kelib, jalb etilgan katta kapital ham, mahsulotning yuqori sifati ham, hatto unga talab ham yordam bermaydi.

Nyu-York universiteti Biznes maktabining professori Piter Drukerning fikricha, yangi korxonadagi boshqaruv quyidagilarni talab qiladi:

- bozorda diqqatni biror narsaga qaratishi;
- naqd pullarni rejalashtirish va tartiblashtirish bilan bog'liq jarayonlar rivojini oldindan ko'ra bilishni;
- oliy boshqaruv bo'g'inini unga zaruriyatdan oldin tuzishni.

Agar mahsulot muayyan maqsadlar uchun foydalanishga mo'ljallab chiqarilgan bo'lsa, u bozorda o'z o'rnini topadi. Shu bilan birga, kiritilayotgan yangiliklar yangi turdagi bozorlarni shakllantiradi.

Masalan, ko'p yil mobaynida barcha ishlarda nusxa ko'chirish qo'llanilmas edi. «Kseroks» firmasi nusxa ko'chirish apparatini ixtiro qilib, bozorga chiqargandan keyin nafaqat AQSH, balki dunyoning boshqa mamlakatlarida ham ushbu yangilik juda keng tarqalib ketdi.

Shuni ta'kidlash kerakki, «bozorni o'rganish» atamasi dinamik jarayon tushunchasi bilan bog'liqdir. P.Druker «Yunivem» kompaniyasi bilan bog'liq bir misolni keltiradi. Taxminan 1950-yillarda bozorni ilmiy tahlil qilish asosida 2000-yilga kelib, kompyuterlar soni 1 mingga etadi, degan faraz qilingan. Lekin 1984-yilning o'zidayoq 1 milliondan ortiq kompyuter sotilgan edi. O'sha davrda o'tkazilgan tadqiqotlarda kompyuterlar faqat jiddiy ilmiy ish olib borish uchun qo'llaniladi, degan fikr ustuvor edi. Shu voqea «Kseroks» kompaniyasi bilan ham sodir bo'ldi. Chunki o'tkazilgan tadqiqotlarda poligrafiya korxonalarini nusxalash avtomatlariga muhtoj emas, degan fikr asosiy o'rin egallagan edi. Lekin hech kim bu asboblarni idora, maktab, universitet, kollejlarga ham kerak bo'ladi, deb o'ylamagan.

Bundan shunday xulosa chiqarish mumkinki, yangi korxonalar tashkil etilganda uning mahsuloti yoki xizmati rejalashtirilmagan bozorlarda yangi iste'molchilarini topadi. Faqat an'anaviy qotib qolgan ishbilarmonlik dunyoqarashni o'zgartirish kerak, xolos. Agar ma'lum maqsad uchun ishlab chiqarilayotgan mahsulotga yangi iste'molchilar tomonidan qiziqish bildirilsa, kompaniya shu qiziqishga jiddiy e'tibor berib, tahlil qilib chiqishi lozim.

Agar bozordan uzilish yangi korxonalar uchun dastlabki vaqtda «kasallik» bo'lsa, moliyaviy omil, ya'ni noto'g'ri moliyaviy siyosat olib borish bunday korxonalar taraqqiyotining keyingi bosqichlarida jiddiy xavf tug'diradi. Muammo shundan iboratki, ishbilarmonlar yangi korxonalarini tashkil etganda, birinchi navbatda, katta daromad olishga intiladi. Lekin dastlabki vaqtda, asosiy e'tiborni ishlab chiqarish, rivojlanish, faoliyat, pul oqimini tartiblashtirish uchun moliyalashtirish manbaini topish lozim. Yangi korxonalar qo'shimcha kapital bilan ta'minlangandagina rivojlanishi mumkin, ya'ni ishbilarmonlik moliya boshqaruvisiz bo'lmaydi.

Korxonaning rivojlanishi va muvaffaqiyatida oliy boshqaruv tizimi yoki maxsus boshqaruv guruhi tuzish muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu guruh ishni o'z korxonasining ishlab chiqarish xo'jalik faoliyatini tahlil qilishdan boshlashi lozim. Ular korxonalar muvaffaqiyatini ifodalovchi yo'nalishlarni aniqlab, maqsad va vazifalarni belgilashi zarur. Korxonalar rahbari o'z xodimlari bilan hamkorlik qilib, talabni boshqartirishdan, ularga ishonch bildirib, faoliyat yuritishi lozim. Rahbar doimo yetakchi bo'lishi kerak.

O'z kuch va qobiliyatini samarali ishlatish sohasini aniqlash yangi korxonaning boshqaruv omillaridan biridir. Yangi korxonalar rivojlanib, taraqqiy etishi bilan birga tadbirkorlarning vazifalari ham o'zgarib boradi. Ko'p ishbilarmonlar sodir bo'layotgan o'zgarishlarni doimo anglay olmay, yangi sharoitda nima qilishini bilmay qoladilar. Mana shu sharoitda tadbirkor o'ziga: «Mening qobiliyatim va qiziqishim nimalarga moyil?», «Qaysi ishda men o'zimni ko'rsata olaman?»

«Korxonaning qaysi bir ish yo`nalishida men foyda keltiraman?» kabi savollar berib, tegishli qaror qabul qilishi muhim ahamiyatga ega.

Masalan, «Polaroid» fotokamerasining ixtirochisi Edvin Lend o`z kompaniyasiga 13 yil rahbarlik qilgan. Uning rahbarligida kompaniya nihoyatda tez rivojlanib ketgan. Sharoitni tahlil qilgach, E. Lend ma`lum vaqtdan keyin o`zi kompaniyaga rahbarlik qilolmasligi, bu ishni professional mutaxassislar boshqarishi kerakligini tushundi, o`zi esa ilmiy izlanishlar bilan shug`ullana boshladi, ya`ni ko`proq samara keltiradigan sohada faoliyat yuritishga o`tib ketdi. E. Lend o`ziga laboratoriya qurib, kompaniyada olib boriladigan fundamental tadqiqotlarni boshqardi, firmaning tezkor boshqaruvini maxsus tayyorlangan mutaxassislarga topshirdi. Bu kabi misollar ishbilarmonlik sohasida talaygina.

**Franchayzingning mohiyati va ustuvorligi.** Oxirgi yillari imtiyozli tadbirkorlikda franchayzing keng qo`llanila boshladi. Ishbilarmonlikning ushbu shaklida franchayzer (odatda, yirik bosh kompaniya) kichik firma yoki biznesmenni belgilangan ma`lum hududda tovar, reklama xizmati, biznes texnologiyalari bilan ta`minlashni o`z zimmasiga oladi.

Buning evaziga firma (franchayzi) kompaniyaga (franchayzerga) menejment va marketing sohasida xizmat ko`rsatish va shu kompaniyaga o`zining ma`lum kapitalini qo`yish majburiyatini oladi. Odatda, franchayzing faqat kompaniya franchayzer bilan ish olib borish majburiyatini olib, biznesda uning ko`rsatmalariga bo`ysunishga harakat qiladi.

Franchayzi korxonasi franchayzer tomonidan tashkil qilingan tizimning bir qismi sifatida faoliyat yuritadi. Hozirgi vaqtda AQSHda yarim milliondan ortiq korxonalar imtiyozli ishbilarmon faoliyati bilan shug`ullanadi. Ularning ulushi mustaqil korxonalarga nisbatan oshib bormoqda.

Franchayzingni yoymoq uchun yirik firma egalari vaqt-vaqti bilan ko`rgazma o`tkazishadi. Bundan maqsad kishilarni imtiyozli ishbilarmonlik bilan shug`ullanishga jalb etishdan iborat.

Ishbilarmonlikning bu turi yoqilg`i quyish shoxobchalari (32%), yengil va yuk mashinalari bilan savdo-sotiq qilish (6%), restoran va ovqatlanishda tez xizmat ko`rsatish (7%) biznesida keng quloq yoygan.

Franchayzingning asosiy ustuvorligi bitim tuzgan korxonalarining aniq ixtisoslashishidir. Yirik firmaning ko`mak berishi franchayzingni tijorat tavakkalini kamaytiradi. Bosh firma o`qitish ishlari olib boradi va franchayzi-korxonalar ish faoliyatini doimo nazorat qilib turadi.

Shu bilan birga tizim ba`zi kamchiliklardan xoli emas. Uning eng asosiy kamchiligi qisman mustaqillikni yo`qotishdir. Franchayzi korxonasi bosh firma bilan yuridik bitim orqali bog`langan bo`lib, uning qonun-qoidalari talabiga bo`ysunadi, franchayzer kompaniyasining ko`rsatmalarida bayon etilgan biznesni olib borish uslublariga rioya qiladi. Bu esa, o`z navbatida, tashabbuskorlikni yo`qotishga olib keladi.

### **5.3. Kichik korxonalar faoliyatini iqtisodiy tahlil qilish**

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar va tashkilotlar faoliyat yuritishlarini mablag` bilan ta`minlash iqtisodiy muammolardan biri bo`lib, katta tavakkalchilikni

talab etadi. Sarflangan mablag`larni qaytarish, qoplash muddati qanchalik uzoq bo`lsa, bu xavf darajasi ham shunchalik oshib boradi. Chunki, bu muddat ichida bozor kon'yunkturasi ham, narx-navolar ham, ish haqi to`lovlari ham sezilarli oshib boradi. Shuning uchun, iqtisodiyot barqaror bo`lmagan sharoitlarda (ayniqsa, bu holat nafaqat ayrim tovar bozori, balki butun mamlakatga xos bo`lsa) xarajatlari tezroq qoplanadigan samarali loyihalarga mablag` sarflash maqsadga muvofiqdir.

Bunday yondashuv fan-texnika taraqqiyotining sur`ati eng yuqori bo`lgan va yangi texnologiya yoki mahsulotlarning kirib kelishi oldingi investitsiyalarni tezda qadrsizlantirib yuborishi mumkin bo`lgan tarmoqlar uchun juda muhimdir. Bundan tashqari, pulni oluvchi yetarli obro`ga ega bo`lmasa va mablag` egasi uzoq muddatga unga pulni ishonishni xohlamasa ham mablag`ning o`zini qoplash muddatiga qarab ish ko`riladi.

Misol tariqasida, «Jahongir» kichik korxonasi mablag` bilan ta`minlanish va uni o`zlashtirish tartibini ko`rib chiqamiz. Korxonada o`zlashtirish uchun 120 ming so`mlik xomashyo resurslari va tayyor mahsulotlar mavjud. Mazkur resurslardan foydalanish natijasida korxonada 35 ming so`m daromad olishni ko`zda tutmoqda. Shu asnoda korxonada rivojlanish fondidan ajratilgan pullar va bankdan olingan kreditlarni 4 yildan kechiktirmasdan qaytarishi rejalashtirilgan. Xo`sh, ushbu loyiha talabni qondira oladimi?

Buning uchun quyidagi hisob-kitoblarni amalga oshiramiz.

Korxonada xarajatlarni qoplash muddati quyidagi formula orqali hisoblanadi:

$$\text{Xarajatlarni qoplash muddati} = \frac{\text{Boshlang`ich investitsiyalar}}{\text{Har yilgi pul daromadlari}} = \frac{120000}{35000} = 3,4 \text{ yil} \quad (1)$$

Mazkur hisob-kitobdan ko`rinadiki, hisoblab chiqilgan xarajatlarning qoplanish muddati belgilangan muddatdan ancha kam (8 oyga). Demak, investitsiya ajratishning ushbu varianti qulaydir.

Ammo amalda pul daromadlari har yili har xil bo`ladi. Odatda, ular ish boshida kamroq bo`lib, keyinchalik o`sib borishi mumkin (agar loyiha biror-bir aniq maqsadni ko`zlagan bo`lsa va ishlab chiqaradigan mahsulot xaridorgir bo`lsa). Bunday holatda xarajatlarni qoplash muddati ancha boshqacha bo`ladi.

Faraz qilaylik, investitsiya miqdori misolimizdagi kabi bo`lib, yillar bo`yicha ko`zda tutiladigan tushumlar quyidagicha bo`lsin:

birinchi yilda 25 ming so`m;

ikkinchi yilda 35 ming so`m;

uchinchi yilda 48 ming so`m;

to`rtinchi yilda 54 ming so`m.

Bulardan ko`rinadiki, 3 yilda daromadlar hajmi 108 ming so`mni tashkil etadi. Demak, investitsiyaning to`liq qoplanishi uchun to`rtinchi yili davomida atigi 12 ming so`m talab etiladi. Bu summani to`rtinchi yilda ko`zda tutilgan daromadlar summasi (54 ming so`m) ga teng bo`lib, shu yil uchun xarajatlarning qoplanish muddati 0,22 yilga ega bo`lamiz. Shunday qilib, xarajatlarni qoplash muddati 3,22 yilni (3,0 + 0,22) tashkil etadi.

Investitsiyalarni tahlil qilishning bunday usuli oddiyligi va aniqligi bilan ajralib turadi. Uning qulayligi yana shundaki, agar investitsiya yo`l qo`yiladigan muddatda qoplanishi nuqtai nazaridan baholanganda, u investitsiya ning qaltisligi haqida ham aniq tasavvurga ega bo`lishga yordam beradi. Shu boisdan, bunday hisob-kitob investitsiyani baholashning eng mukammal usullariga foydali qo`shimcha bo`la oladi. Chunki ular, ko`pincha, kutilishi mumkin bo`lgan iqtisodiy inqiroz xavfini unchalik yaqqol ifodalay olmaydi.

Bu usulning ham o`ziga yarasha kamchilik va nuqsonlari bor, albatta. Birinchidan, u pulning vaqt davomida qiymat o`zgarishini hisobga olmaydi. Ikkinchidan, yuqorida keltirilgan formulada investitsiya to`liq qoplangandan keyin tushadigan daromadlar ham ko`rsatilmagan. Zero, yangi fondlar undan keyin ham ishlatiladi. Shu sababli, ushbu kamchiliklarni hech bo`lmaganda qisman bartaraf etish uchun, xarajatlarni qoplash muddatini so`mning bugungi va kechagi qiymati o`rtasidagi farqni hisobga olgan holda qo`llash maqsadga muvofiqdir.

Pullar yoki sarflangan mablag`larning bugungi va kechagi qiymatlari o`rtasidagi farqni hisobga olish uchun investitsiyalarning qoplanishi hisob-kitob qilinayotganda kelgusidagi daromadlar diskontlash koeffitsiyentlariga ko`paytiriladi. Diskont koeffitsiyentlari quyidagi formula orqali hisoblanadi:

$$Kd = 1 / 1 + K * T \quad (2)$$

bu yerda,  $Kd$  diskont koeffitsiyenti yoki pul qiymatining o`zgarish sur`ati (odatda, bank kreditlari bo`yicha o`rtacha foiz darajasida qo`llaniladi);

$K$  - foiz stavkasi, %;

$T$  - investitsiya ajratilgandan boshlab o`tgan vaqt, yil;

Masalan, bank stavkasi 10 %ga teng bo`lsa, uchinchi yil uchun diskontlash koeffitsenti:

$$K = 1 / 1 + 0,1 * 3 = 0,769 \text{ ni tashkil etadi.}$$

Bundan foydalanib, yuqorida ko`rib chiqqan misolimiz uchun investitsiyaning qoplanish muddatini aniqlaymiz. Buning uchun (1) formuladan foydalanib, investitsiyaning qoplanish davrida pul qiymatining farqini aniqlab olamiz.

Shunday qilib, bank stavkasi 10 % bo`lgan holda, jami uch yilda diskontlangan daromadlar hajmi 88816 so`m ( $22728 + 29166 + 36922$ ) ni tashkil etadi. Demak, firma bo`yicha investitsiyaning to`liq summasini qoplash uchun firmaga 31184 ( $120000 - 88816$ ) so`m etishmayapti. Endi, to`rtinchi yilda investitsiya umumiy hajmining etishmayotgan qismini yanada aniqroq qilib hisoblab chiqishimiz mumkin. Demak, to`rtinchi yilda diskontlangan daromadlar:

Diskontlanish koeffitsenti:

Diskontlanish  
daromadlari:

1-yilda	$1 / 1+0,1*1 = 0,9091;$	$25000 \times 0,9091=22728$	so`mni
2-yilda	$1 / 1+0,1*2 = 0,8333;$	$35000 \times 0,8333=29166$	so`mni
3-yilda	$1 / 1+0,1*3 = 0,7692;$	$48000 \times 0,7692=36922$	so`mni
	$1 / (1+0,1*4) = 0,7142;$	$54000 \times 0,7142 = 38567$	so`mni tashkil etadi.

Endi firma uchun investitsiyaning yetishmayotgan summasini (31184 so`m) hisoblab chiqilgan to`rtinchi yildagi investitsiya summasi (38567 so`m) ga bo`lib 0,81 ga ega bo`lamiz. Shunday qilib, firma investitsiyalarining qoplanish muddati 4 yilni emas, balki 3,81 yilni tashkil etar ekan. Vaholanki, firma investitsiya xarajatlarining ma`lum vaqt o`tishi bilan qiymati (tannarxi) ning o`zgarib borishini hisobga olmay amalga oshirgan oldingi hisob-kitoblarimizdagi muddat 3,22 ni tashkil etgan edi. Ammo belgilangan davrlardagi muddatlar ichida barcha omillarni hisobga olib, yanada aniqroq hisoblab chiqqan investitsiyalarning qoplanish ko`rsatkichi ishlab chiqilayotgan loyiha uchun ajratilgan mablag`larning 4 yil muddatga zo`rg`a etishini ko`rsatdi.

Agar bank kreditlarining foizlari ham inflyatsiya darajasini hisobga olib borsa, unda ushbu loyihani qabul qilish maqsadga muvofiq emasdir. Shuning uchun investitsiyalashtirilayotgan loyihalarni ishlab chiqish davomida ko`zda tutilayotgan (iqtisodiy) omillardan tashqari, ko`zda tutilmagan (tabiiy, ijtimoiy, siyosiy) omillarni e`tiborga olgan holda bir necha variantlarini ishlab chiqishni taqozo etadi.

Bunday holatlarda mavjud barcha investitsiyalash variantlarini investitsiyalarning foydalilik darajalarini aniqlash orqali o`rganib chiqish tavsiya etiladi. Foydalilik ko`rsatkichi sifatida foydalilik koeffitsiyenti deb ataluvchi kattalikdan foydalanish mumkin. U quyidagi formula yordamida hisoblanadi:

$$\text{Foydalilik koeffitsenti} = \frac{\text{Ko`zda tutilgan daromadlar summasi}}{\text{Ko`zda tutilmagan xarajatlar summasi}} \quad (3)$$

**Ko`zda tutilgan daromadlar summasi** bu investitsiyalashtirilayotgan mazkur loyihani amalga oshirish evaziga kelgusida olinadigan foyda hajmidir. Lekin u kelgusida kutilayotgan absolyut miqdorlarda emas, balki yuqorida ta`kidlangani dek, diskontlash koeffitsiyentlari bilan to`g`rilangan holda yuzaga keladi. Boshqacha qilib aytganda, formulaning suratida so`mning bugungi qiymatida ifodalangan daromadlar summasi aks etadi.

Ko`rib chiqilayotgan investitsiya loyihalarini amalga oshirish uchun sarflanadigan barcha xarajatlar hajmi ham xuddi shunday hisoblanadi. Bu hisob-kitoblar bir necha yildagi investitsiya loyihalarini amalga oshirishga qaratilgan. Agar investitsiyalashtirish qisqa muddatlarga (3 oy, 6 oy yoki 1 yilga) mo`ljallangan bo`lsa, bunday holda xarajatlar va daromadlarni diskontlashning hojati yo`q.

Foydalilik koeffitsiyentiga asoslanib, agar koeffitsiyent 1,00 dan yuqori yoki unga teng bo`lgan taqdirdagina investitsiyalashtirilayotgan loyihalarni amalga oshirish maqsadga muvofiq. Ammo bu hisob-kitob ham yetarli emas. Chunki, mablag` bilan ta`minlash taqchilligi yuqori sharoitlarda foydalilik koeffitsiyentlari



yuqoriroq bo'lgan loyihalarni qo'llash afzaldir. Buni quyidagi misolda ko'rib chiqaylik. Deylik, ikkita investitsion loyiha taqdim etilgan bo'lsin.

Birinchi loyiha bo'yicha xarajatlar hajmi 200 ming so'mni tashkil etib va bu jami 1 mln. so'm miqdorda diskontlangan daromad keltirishi ko'zda tutilgan. Bunda sof daromad 800 ming so'mni tashkil etadi.

Ikkinchi loyiha bo'yicha esa jami xarajatlar hajmi 50 ming so'mni talab etgan holda, diskontlangan daromadlar hajmi esa 450 ming so'mni tashkil etadi. Bunda sof daromad 400 ming so'mga tengdir, ya'ni birinchi loyihadan 2 marta kamdir.

Sizdagi mavjud mablag' esa 200 ming so'mni tashkil etib, birinchi loyihani investitsiyalashtirish imkoniyatiga egasiz. Xo'sh, bu maqsadga muvofiqmi?

Albatta, yo'q. Chunki, birinchi loyiha uchun foydalilik koeffitsiyenti 5 ga (1 mln. so'm : 200 ming so'm), ikkinchi loyiha uchun esa 9 ga (450 ming so'm : 50 ming so'm) teng ekanligini hisoblab chiqish unchalik qiyin emas. Demak, agar 200 ming so'm mablag'ingizni foydalilik koeffitsiyenti 9 ga yaqin bo'lgan bir nechta kichik loyihalarga sarf qilsangiz, natijada siz 1,6 mln. so'mga yaqin sof daromadga ega bo'lasiz. Bu esa birinchi loyiha daromadiga nisbatan 2 martaga ko'pdir.

Biroq hayotda foydalilik koeffitsiyentlari bir xil bo'lgan bir nechta loyihalar bir vaqtning o'zida kamdan-kam xollardagina uchraydi. Bu koeffitsiyentlar ko'pincha bir-biridan keskin farq qiladi. Shuning uchun qaysi loyihani tanlash masalasi hal qilinayotganda, avvalo, ularning foydalilik koeffitsiyentlari kattaliklari bo'yicha, ya'ni ushbu koeffitsiyentlar miqdorining kamayib borish tartibini ko'rsatuvchi sxema tuzib, kuzatib borish maqsadga muvofiqdir. Buni xarajat va daromadlar miqdoriga ko'ra quyidagi jadval tarzida ham ifodalash mumkin (5.3.1-jadval).

### 5.3.1- jadval

#### «Jahongir» kichik korxonasi investitsiyalashtirilgan loyihalar bo'yicha foydalilik koeffitsiyentlarining hisob-kitobi

Loyiha	Ko'zda tutilgan xarajatlar summasi, ming so'm	Ko'zda tutilgan daromadlar summasi, ming so'm	Foydalilik koeffitsiyenti	Ranglar
<b>A</b>	600	840	1,4	1
<b>B</b>	900	1305	1,45	2
<b>V</b>	300	390	1,3	3
<b>G</b>	700	770	1,1	4
<b>D</b>	1200	1260	1,05	5

Ushbu jadvalga ko'ra, agar kichik korxonada 2,5 mln. so'mlik loyihalarni investitsiyalashtirish imkoniyatiga ega bo'lsa, bu mablag'larni A, B, V va G loyihalar uchun sarflash maqsadga muvofiq bo'lib, juda katta daromad keltirish imkoniyati bo'lsada, D loyihadan voz kechish zarurdir.

Agar foydalilik koeffitsiyentiga e'tibor bermasdan, faqat ko'zda tutilgan daromadlarning maksimal miqdorlariga ko'ra ish yuritilganda D, B va V variantlar tanlangan bo'lardi. Bunda jami xarajatlar 2,4 mln. so'mni tashkil etgan holda, korxonada daromadi 2,955 mln. so'mni tashkil etardi. Agar foydalilik koeffitsiyentini

hisobga olib tuzilgan investitsiya loyihasini amalga oshirganda, olinadigan daromad hajmi 3,305 mln. so`mni tashkil etishi mumkin edi.

Yuqorida ta'kidlanganlardan tashqari, amalda bo`lishi mumkin bo`lgan kompleks loyihalarni e'tiborga olish ham lozim. Bu ham investitsiya mablag`larini ajratishning variantlaridan biri bo`lib, bunda ma'lum bir loyiha bir vaqtda boshqa bir loyiha bilan parallel amalga oshirilishi mumkin. Masalan, yangi tsehx qurilishi butun zavodga xizmat qiladigan energetika yoki tozalash inshootlari rekonstruksiyasi uchun ma'lum darajada mablag` qo'yishni talab etadi.

Bunday holda ikkala investitsiya mablag`ini sarflash loyihasining ham foydalilik koeffitsiyentini hisoblab chiqish lozim. Bunda ushbu koeffitsiyentlarning individual darajalariga e'tiborni qaratish shart emas. Misol uchun, firmada 600 ming so`m mablag` sarflab, 840 ming so`m daromad keltiriladigan loyiha bor. Bunda foydalilik koeffitsiyenti 1,4 ( $840/600$ ) ni tashkil etadi. Lekin, shu bilan birga, firma umumzavod xo`jaligini takomillashtirishga yana 100 ming so`m sarflashi zarur.

Bu esa daromadlilikni faqat 60 ming so`m miqdoridagina o`shirgiga olib keladi yoki boshqacha qilib aytganda, bu loyiha bo`yicha foydalilik koeffitsiyenti 1 dan kichik bo`lib, 0,6 ( $60/100$ ) ni tashkil etadi. Biroq agar o`zaro bog`liq bo`lgan ushbu loyihalar bo`yicha investitsiyalar miqdori va kutilayotgan daromadlarni qo`shsak, bunda birinchi holatda 700 ming so`m ( $600+100$ ), ikkinchi holatda esa 900 ming so`m ( $840+60$ ) kelib chiqishini ko`ramiz. Shunday qilib, umumiy (integral) foydalilik koeffitsiyenti 1,29 ( $900/700$ ) ni tashkil etadi, ya'ni 1 dan ancha yuqori. Bu esa bizga ikkala loyihani bir vaqtda amalga oshirish uchun qancha mablag` sarflash mumkinligini ko`rsatadi.

### **Qisqa xulosalar**

Yangi biznes korxonalarini tashkil qilish bir necha bosqichdan iborat. Ular ta'sis etilgan joyidagi mahalliy hokimiyat organlari tomonidan davlat ro`yxatidan o`tadi. Davlat ro`yxatidan o`tkazilgan korxonaga: hokimiyatning korxonani davlat ro`yxatidan o`tkazilganligi to`g`risidagi qarorlaridan ko`chirma, hokimiyat ro`yxatidan o`tkazilgan va tasdiqlangan korxonaga Nizomi hamda korxonaning ro`yxatdan o`tkazilganligi to`g`risidagi davlat orderi topshiriladi.

Korxonaga faoliyatini olib borishda biznes-reja muhim rol o`ynaydi. Biznes rejaning tuzilishi va mazmuni qat'iy chegaralanmagan. Fikrimizcha, yetti bo`limdan iborat biznes reja eng maqbul biznes rejadir.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini tahlil qilishda foydalilik koeffitsiyenti usulidan foydalanish oddiyliigi va qulayligi bilan ajralib turadigan usul bo`lib, u yetarlicha asosli qarorlar qabul qilishga yordam beradi.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Yangi korxonaga tashkil qilish qanday bosqichlardan iborat?
2. Tashkil etilishi mo`ljallangan shaxsiy korxonalarining qanday turlarini bilasiz?
3. Tashkil etilayotgan korxonaning texnik-iqtisodiy asoslanishi (TIA) nimalardan iborat?
4. Biznes-reja nima? Uning mazmunini ochib bering.
5. Biznes-rejaning tuzilishi qanday, u qanday bo`limlardan iborat?

6. Tashkil etilishi mo`ljallangan korxonaning ishlash va boshqaruv tizimi nimalardan iborat?

7. Korxonaning boshqaruv tamoyillari nimalardan iborat?

8. Franchayzingning ustuvorlik va kamchiliklari nimada?

9. Foydalilik koeffitsenti qanday aniqlanadi?

10. Kichik korxonalar faoliyatini iqtisodiy tahlil qilishni izohlab bering.

### **Adabiyotlar**

1. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi: 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma`ruzasi. –T.: O`zbekiston, 2011.– 48 b.

2. Karimov I.A. Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi: O`zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining qo`shma majlisidagi ma`ruzasi. -T.: O`zbekiston, 2010.– 56 b.

3. O`zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi “Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi” mavzusidagi ma`ruzasini o`rganish bo`yicha O`quv-uslubiy majmua. –T.: Iqtisodiyot, - 2011. – 377 b.

4. Boltabayev M.R., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva Sh.J., G`oyipnazarov B.K., Samadov A.N., Xodjaev R.S. Kichik biznes va tadbirkorlik. – T.: ADIB NASHRIYOTI, 2011. – 283 b.

5. G`oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik – mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. –T.: Fan, 2011. -185 b.

6. Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. -T.: TDIU, 2010. – 260 b.

7. Попов В.М. Бизнес- планирование: учебное - практ. пособие. - М.: КНОРУС, 2009. -816с.

8. Предпринимательство: учебник / под. ред. М.Г.Лапусты. – 4-е издательство, доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. - 667 б.

9. Анискин Ю.П. Организация и управление малым бизнесом: Учебное пособие. –М.: Финансы и статистика, 2008. –160.

## **6-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIGA XIZMAT KO`RSATUVCHI BOZOR INFRATUZILMALARI**

### **6.1. Infratuzilma tushunchasining mohiyati va mazmuni**

Respublikamizda kichik tadbirkorlik subyektlarining 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 infratuzilma xizmatini alohida ajratib ko`rsatish lozim.

Kichik tadbirkorlik subyektlarida 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 subyektlariga yuridik shaxs maqomini berish bilangina ish bitmaydi. Ularning to`laqonli faoliyatini faqat mukammal tashkil etilgan infratuzilma bo`linmalari orqaligina tasavvur etish mumkin.

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

"Infratuzilma" so`zi lotin tilidan tarjima qilinganda "tuzilmadan tashqarida" ma'nosini anglatadi. Iqtisodiy nuqtai nazardan infratuzilma 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 infratuzilma yuqori sur'atlar bilan rivojlanib bormoqda. Buni bir qator omillar bilan izohlash mumkin. Xususan, ishlab chiqarishning o`shish sur'atlari infratuzilmalar rivojidan oldinda bormoqda va bu iqtisodiyotning rivojlanishiga ham o`z ta'sirini o`tkazmoqda.

Infratuzilma juda keng qarmovli tushuncha bo`lib, bu, avvalo, ishlab chiqarish jarayoniga har tomonlama xizmat ko`rsatadigan xizmat turlarini yaratish bilan bog`liq. Infratuzilma bo`linmalari rivojlanib borishidan kichik tadbirkorlik subyektlari katta manfaat ko`radi, chunki bunday bo`linmalar ularni ishlab chiqarishga xizmat ko`rsatish bilan bog`liq ishlardan ozod etib, kuch-g`ayratini asosiy faoliyatiga qaratishga imkon yaratadi.

Infratuzilma 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 bo`yicha 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 infratuzilmani ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmalar yig`indisidan iborat deb qarab kelingan. Bozor iqtisodiyotiga asoslangan iqtisodiy tizim kirib kelishi bilan ishlab chiqarish infratuzilmasi ko`lami kengayib, "bozor infratuzilmasi" va "institutsional infratuzilma" so`zlari iste'molga kirib bormoqda.

Bozor infratuzilmasi 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 investitsion kabi xizmat turlari kiradi.

Ijtimoiy infratuzilma 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.

Institutsional infratuzilma 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 subyektlarini tartibga solib va qo`llab-quvvatlovchi bozor infratuzilmalarini shakllantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Buni yuqori darajada rivojlangan mamlakatlar tajribasi ham tasdiqlaydi. Masalan, AQSHda 1953-yili Kichik va o`rta biznes ishlari bo`yicha ma`muriyat (KBM) tashkil etilgan bo`lib, uning zimmasiga kichik va o`rta biznesni qo`llab-quvvatlash bo`yicha 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, kollejlar, 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 bo`yicha ma`muriyat, kichik biznesni rivojlantirish markaz va institutlari, savdo-sanoat palatasi kabi 2700 dan ortiq federal idora shug`ullanadi.

Keyingi yillarda respublikamizda bozor infratuzilmalarini faol shakllantirish jarayoni boshlandi. Bu jarayonning natijalari sifatida kichik tadbirkorlik subyektlariga xizmat ko`rsatuvchi brokerlik idoralari, kichik ulgurji va chakana savdo tuzilmalari, lizing, konsalting kompaniyalari, axborot-maslahat markazlari, injiniring, auditorlik firmalari, sug`urta kompaniyalari, transport-ekspeditsiya korxonalari, axborot-reklama byurolari va boshqa turli xil infratuzilmalar tizimi faoliyat yuritadi.

**Biznes-maktab** tadbirkorlar, kichik korxonalarining rahbarlari, kichik korxonalar uchun mutaxassislar, ishsizlar, o`z ishini ochmoqchi bo`lgan boshqa fuqarolar, kichik tadbirkorlikning rivojlanishi uchun mas`ul xizmatchilarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirishni amalga oshiruvchi tuzilma.

**O`quv-amaliy markazlari** kichik tadbirkorlikni qo`llab-quvvatlash va bozor iqtisodiyoti uchun kadrlar tayyorlashning keng miqyosli dasturini amalga oshiruvchi tuzilma.

**Biznes-inkubatorlar** maxsus tanlab olingan kichik korxonalarni o`z maydonlariga joylashtiruvchi va ularga maslahat, o`qitish va ofis xizmatlarini ko`rsatuvchi tuzilmalar.

**Ijtimoiy-amaliy markaz** ish bilan band bo`lmagan aholi va ishsizlar o`rtasida kichik tadbirkorlikni rivojlantirish orqali yangi ish o`rinlarini yaratish bilan shug`ullanuvchi, odatda bandlik markazlari qoshida tashkil etiluvchi tuzilma.

**Texnopark** o`z hududida kichik innovatsion korxonalarini yaratish va rivojlantirish orqali ilmiy salohiyatdan foydalanish va ishlab chiqilgan texnologiyalarni tijoratlashtirish maqsadida tashkil etiluvchi tuzilma.

**Biznes-markaz** tadbirkor va ishbilarmonlarga servis xizmatlari ko`rsatuvchi tuzilma.

**Konsalting** ishlab chiqarishga ish yuzasidan xizmat ko`rsatish sohasida ixtisoslashgan firmalarning o`z mijozlariga maslahat xizmati ko`rsatish va texnikaviy loyihalarni ekspertiza qilish bilan bog`liq iqtisodiy faoliyat.

**Auditorlik kompaniyasi** turli yo`nalishdagi firmalarning bozor va biznes sohasidagi imkoniyatlarini aniqlab beruvchi moliya-xo`jalik faoliyatini yalpi taftishi bilan shug`ullanuvchi muassasa.

**Sug`urta kompaniyasi** sug`urtalovchi rovida maydonga tushuvchi, ya'ni sug`urta hodisasi ro`y bergan chog`da sug`urtalangan shaxsning zararlarini qoplash majburiyatini o`ziga oluvchi tashkilot.

Buning natijasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining mamlakatimizda yangi ish o`rinlarini tashkil etish, aholining daromadlari va farovonligini oshirishning muhim omili sifatidagi natijalari salmoqli bo`lib bormoqda.

Kichik biznes subyektlariga xizmat ko`rsatuvchi infratuzilmalar hali ham kichik biznes subyektlarining o`sib borayotgan talab va ehtiyojlarini to`liq qondira olmayapti.

**Birinchidan**, kichik biznesni rivojlantirishga tadbirkorlarning bilim va tajribalari etishmasligi, shuningdek, ularni axborot va maslahat bilan ta'minlash tizimlari faoliyatining takomillashmaganligi to`siq bo`lmoqda. Ko`pincha, joylarda qishloq tadbirkorlariga zarur bo`lgan tashkiliy-uslubiy yordamlar ko`rsatilmayapti. Maslahat markazlarining vazifalarini takomillashtirish, tadbirkorlarga amaliy yordam ko`rsatish, ya'ni ta'sis xujjatlarini ishlab chiqish, biznes rejalar tuzish, kredit olishga arizalar berish, buxgalteriya hisobi va hisobotlarini tashkil etish, auditorlik tekshiruvlarini o`tkazish va boshqa maslahat xizmatlari ko`rsatishda ko`maklashishdir.

**Ikkinchidan**, kichik biznes subyektlarining moddiy-texnika resurslaridan, xom ashyo va materiallardan, lizing, mayda ulgurji savdo va servis xizmati tarmog`idan foydalana olish imkoniyatlarini kengaytirish lozim.

**Uchinchidan**, tashqi bozorga chiqishida, ya'ni eksport shartnomalarini ro`yxatdan o`tkazish va bojxona organlarida hisobga olish, tovarlar va xizmatlarni chet elga sotishda yordam ko`rsatish borasidagi qator muammolarni bartaraf etish zarur.

**To`rtinchidan**, kichik biznes korxonalarining xom ashyo va materiallardan foydalanish, tayyor mahsulotlarni sotish imkoniyatlarini kengaytirish, tashkil qilish uchun mayda ulgurji bozorlar, yarmarkalar tizimini kengaytirish, ulgurji bozorlar qoshida moddiy-texnika ta'minoti, ijara, saqlash, transport xizmati ko`rsatish bo`limlarini tashkil etish yo`llari orqali savdo mexanizmlarini takomillashtirish zarur.

## 6.2. Kichik biznes va 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 yaqindan turib bergan moliyaviy yordami tufayli rivojlanib, takomillashib boradi. Jumladan, kichik biznes 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.

Alohida ta`kidlash kerakki, mamlakatimiz mustaqillikka erishgunga qadar bank va banklar bilan bo`ladigan turli iqtisodiy munosabatlar unchalik oshkora etilmas edi. Jahon xo`jaligining muhim xo`jalik yuritish qismi bo`lgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini barcha faoliyati banklar bilan bog`langanligi bugungi kunda hammaga ma`lumdir. Shuning uchun ham rivojlangan mamlakatlarda, masalan, AQSHda bank tizimining faoliyati nihoyatda rivojlangan bo`lib, tadbirkorlikning aktiv iqtisodiy faoliyat yuritishida banklar barcha mulk shaklidagi korxonalariga kompleks ravishda xizmat ko`rsatadi.

Bugungi kunda mamlakatimiz 30 ta bank faoliyat yuritib, shundan 3 tasi davlat banklari, 13 tasi aksiyadorlik tijorat banklari, 9 tasi xususiy banklar, 5 tasi xorijiy kapital ishtirokidagi banklar hisoblanadi (6.2.1-rasm).



### 6.2.1-rasm. O`zbekiston Respublikasidagi banklarning tarkibi

Keyingi yillarda tijorat banklari faoliyatining kengayib borishi o`z navbatida ular tomonidan berilayotgan kreditlar, banklardagi depozitlar va umumiy kapital hajmiga ham sezilarli ta'sir etmoqda (6.2.1-jadval).

#### 6.2.1-jadval

#### O`zbekiston Respublikasi tijorat banklarining kreditlari, depozitlari va umumiy kapitali, mlrd. so`m

Ko`rsatkichlar	2005-y.	2006-y.	2007-y.	2008-y.	2009-y.
Kreditlar	3876,0	4104,2	4777,6	6374,4	8558,2
Depozitlar	1688,7	2544,5	3829,2	5771,6	8703,1
Shu jumladan:					
- yuridik shaxslar depozitlari	1239,2	1866,2	2834,6	4127,6	5953,2
- jismoniy shaxslar depozitlari	449,5	678,3	994,6	1644,0	2749,9
Umumiy kapital	930,9	1070,1	1502,6	2104,3	3010,4

Jadval ma'lumotlaridan ko`rinadiki, 2005-2009-yillar mobaynida tijorat banklari kreditlari hajmi 2,2 marta, depozitlari hajmi 5,2 marta, umumiy kapitali 3,2 marta oshgan.

Banklarimiz kapitalining yetarlilik darajasi 23 foizdan oshadi.

Bu esa banklar monitoringi bilan shug`ullanadigan xalqaro Bazely qo`mitasi tomonidan belgilangan xalqaro standartlardan qariyb 3 barobar ko`pdir.

Umumiy aktivlari mamlakatimiz bank tizimining 90 foizdan ortig`ini tashkil etadigan 14 ta tijorat banki «Fitch Reytings», «Mudis» va «Standart end Purs» kabi yetakchi xalqaro reyting kompaniyalarining «barqaror» degan yuqori reyting bahosini olishga muvaffaq bo`ldi. Hozirgi kunda banklarning umumiy aktivlari aholi va yuridik shaxslar hisobraqamlaridagi mablag`lar miqdoridan 2 barobardan ham ortiq bo`lib, bu ularning to`liq himoyasi va to`lovlarning o`z vaqtida amalga oshirilishini kafolatlaydi.

Bank tizimining umumiy joriy likvidligi banklarning tashqi to`lovlar bo`yicha joriy majburiyatlaridan 10 barobar ko`pdir. Boshqacha aytganda, respublikamiz bank tizimining mustahkam himoyasi yaratilgan. Bank tizimining mustahkamlanishi va unga nisbatan aholi ishonchining ortishi natijasida omonatlar hajmi sezilarli ravishda ortib bormoqda. Faqat o`tgan yilning o`zida aholi omonatlari miqdori 1,7 barobar oshdi (6.2.2-rasm).





**6.2.2-rasm. Banklardagi aholi omonatlarining o`shish dinamikasi**

Rasmdan ko`rinadiki, 2003-2010-yillar mobaynida aholi daromadlari hajmi 16 barobardan ko`proq oshgan. Keyingi yillarda banklarning kredit portfeli tarkibi tubdan o`zgarib bormoqda. Agar 2000-yilda kredit portfelining qariyb 54 foizi tashqi qarzlardan evaziga shakllangan bo`lsa, 2009-yilda banklarimiz jami kredit portfelining 84 foizi ichki manbalar hisobidan shakllantirilgan.

Bugungi sharoitda esa bunday ijobiy o`zgarish iqtisodiyotimizning istiqboldagi taraqqiyoti uchun g`oyat muhim ahamiyatga ega.

Aytish kerakki, tashqi qarzlardan aksariyat hollarda uzoq muddatga, faqat iqtisodiyotning strategik tarmoqlarini modernizatsiya qilish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini qo`llab-quvvatlash bo`yicha investitsiya loyihalarini moliyalash uchun jalb etilmoqda.

Tijorat banklari tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini qo`llab-quvvatlash borasida e`tiborli jihatlardan biri O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008-yil 10-noyabrdagi 4051-sonli «Mikrokreditbank» aksiyadorlik tijorat bankining tadbirkorlik subyektlarini 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 bo`yicha maksimal stavkani yillik 5 foizdan 3 foizga;

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

- kichik biznes subyektlari uchun 3 yilgacha muddatga beriladigan eng kam ish haqining 2000 barobari miqdoridagi imtiyozli mikrolozning xizmatlari bo`yicha 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 (6.2.2-jadval).

**6.2.2-jadval**

**O`zbekiston Respublikasi tijorat banklari tomonidan kichik biznes subyektlariga berilgan kreditlar dinamikasi, mlrd. so`m**

<b>Ko`rsatkichlar</b>	<b>2005-y.</b>	<b>2006-y.</b>	<b>2007-y.</b>	<b>2008-y.</b>	<b>2009-y.</b>	<b>2010-y.</b>
Banklar tomonidan kichik biznes subyektlariga berilgan kreditlar-jami	419,9	547,4	743,7	1250,7	1851,7	2700,0
Shu jumladan:						
Kichik biznes subyektlariga banklar tomonidan berilgan mikrokreditlar	45,4	64,9	110,0	202,5	322,1	485,0

Jadvaldan ko`rinadiki, 2010-yilda kichik biznes subyektlariga ajratilgan kreditlar hajmi 1,4 barobar ko`paydi va 2 trln. 700 mlrd. so`mni tashkil etdi. Jumladan, mikrokreditlar hajmi 485 milliard ortib, bu ko`rsatkich 2009-yilga nisbatan 1,5 barobar ko`paydi.

Shu o`rinda tijorat banklari kreditlari to`g`risida so`z borganda ularning maqsad yo`nalishlari jihatidan tarkibi ham takomillashib borayotganligini ta`kidlash lozim (6.2.3-rasm).



**6.2.3-rasm. O`zbekiston tijorat banklari tomonidan berilgan kreditlar va investitsion kreditlar miqdori**

Banklarning investitsiya maqsadlariga yo`naltirilgan kreditlarining umumiy kredit portfelidagi ulushi qariyb 70 foizni tashkil etdi, iqtisodiyotimizning real sektoriga yo`naltirilgan kreditlarining umumiy hajmi esa 2009-yilda 2000-yilga nisbatan 14 barobar oshdi.

So`nggi o`n yilda iqtisodiyotning real sektorlarini kreditlashga yo`naltirilgan ichki manbalar 25 barobardan ziyodroq ko`paydi. 6.2.3-rasmdan ko`rinadiki, 2009-

yilda jami bank kreditlari tarkibida uzoq muddatli kreditlarning ulushi 78,3 foizni tashkil etgan.

Yuqoridagi fikr-mulohazalardan ko`rinadiki, mamlakatimizdagi bank-moliya sohasining tobora mustahkamlanib borishi amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar moliyaviy ta`minotining kuchayishi, iqtisodiyot real sektorining har tomonlama qo`llab-quvvatlanishiga hamda barqaror iqtisodiy o`sinh sur`atlarining ta`minlanishiga zamin yaratmoqda.

Bank operatsiyalari aktiv va passiv operatsiyalardan iborat bo`lib, passiv operatsiyalar pul mablag`larini ma`lum bir yo`nalishga safarbar etishga qaratilgan. Banklar passiv operatsiyalar orqali jamg`armalar va vaqtinchalik bo`sh turgan mablag`larni ishlab chiqarishga safarbar etib, foyda oladi. Aktiv operatsiyalar turli xarakterdagi kreditlarni berish operatsiyalari bilan bog`liq bo`lib, quyidagi elementlari bo`yicha turkumlanadi:

- muddatlari bo`yicha kreditlar qisqa, o`rta va uzoq muddatga mo`ljallangan.
- kreditlar hajmi bo`yicha kichik, o`rta, yirik miqdorda har bir mijozga individual va moliyaviy imkoniyatlarini hisobga olgan holda beriladi;
- ayrim turlari bo`yicha maxsus kafolatni talab etuvchi, garov evaziga beruvchi kreditlar mavjud.
- kreditlarning turlari bo`yicha, ya`ni davlat, tijorat, xalqaro va boshqa turlari bo`yicha berish.

- qarzni turlari bo`yicha yuridik va jismoniy shaxslarga berish.

Vaqtinchalik foydalanish uchun, iste`mol uchun, qarzlarni to`lash uchun, eksport va import operatsiyalarini bajarish uchun beriladigan kreditlar.

Hozirgi bozor iqtisodiyoti sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari o`z faoliyatida turli banklar bilan muomalada bo`ladi. Bu jarayon oldingilaridan farqli ravishda ancha murakkab hisoblanadi, chunki avvalgi jarayonlar, asosan, korxonalar orqali bank o`z faoliyatini olib borganligi bilan xarakterlanadi. Tadbirkorlik faoliyati shakllanishi tufayli banklar xususiy mulk egalari va kichik korxonalar faoliyati bilan bog`liq operatsiyalarni bajarishga o`z mablag`larini safarbar etib boradi.

Tadbirkorlarning banklar bilan bo`ladigan operatsiyalarida ko`pgina erkinliklar berilganligi shunda namoyon bo`ladiki, xususiy tadbirkor o`z jamg`armasini O`zbekistonning turli banklaridagi o`z hisob schyotida saqlash, kredit va kassa operatsiyalarini bajarish huquqiga ega. Banklar bilan tadbirkorlar o`rtasidagi munosabatlarda amal qilayotgan qonun va shartnomalarga asosan pul o`tkazish yo`li bilan hisob-kitoblar olib borish mumkin. Banklar tadbirkor schyotida pul mablag`lari, qimmatli qog`ozlar va boshqa muhim ahamiyatga ega hujjatlarni saqlashni kafolatlab beradi. Banklar tadbirkorlar va mijozlar bilan bo`ladigan operatsiyalarda pul egasi tomonidan topshiriq qog`ozi bankka kelib tushishi bilan 12-13 soat davomida keyingi operatsiyalarni bajarishi zarur.

Mulk egalari hisobiga pul o`tkazish shaharda 4 ish kunida, viloyatda 5 ish kunida, respublika ichida 10 ish kunida bajarilishi lozim. Agar bu qonun shartlari buzilsa, mijozga yillik foiz miqdorida bank jarima to`laydi. Bank mijozlarning arizasiga binoan ularga tegishli operatsiyalarni bajaradi. Banklar tadbirkorlarni Respublika Markaziy banki tomonidan kiritilgan o`zgarishlar, qoidalar ayniqsa,

hisoblar bo'yicha naqd pulsiz tarzdagi operatsiyalar bo'yicha o'zgarishlardan xabardor qiladi. Bank mijozga kechikib o'tkazgan operatsiyalari uchun, pulni noto'g'ri jo'natganligi uchun, aybdor sifatida, har bir kun uchun o'tkazilayotgan summaning 3 foizi miqdorida jarima to'laydi. Bankning aybi bilan hisob hujjatlari yo'qolsa, mijozga hujjatda ko'rsatilgan summaning har bir kuni uchun 3 foiz miqdorida jarima to'lanadi.

Tadbirkorlar bilan bank o'rtasida kredit berish bo'yicha operatsiyalar ikki tomon o'rtasida imzolangan shartnoma asosida amalga oshiriladi. Operatsiyalarni muvaffaqiyatli bajarish uchun har bir tadbirkor «Banklar va bank faoliyati to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi qonunlarini chuqur o'rganib, unga rioya etishi lozim.

Bozor iqtisodiyotida tadbirkorlik korxonalarining hayoti va iqtisodiy faoliyati valyuta operatsiyalari bilan bog'liqligi ma'lum. Tadbirkorlik korxonalari tashqi iqtisodiy faoliyatini amalga oshirishda ham milliy valyuta, ham xorij valyutasida operatsiyalarni bajarishiga to'g'ri kelmoqda. Ayniqsa, tashqi savdo jarayonlari bevosita valyuta operatsiyalari bilan bog'liq.

Valyuta operatsiyalari valyuta kursi bo'yicha ikki tomon valyutasi nisbati solishtirilgan holda amalga oshiriladi. Xalqaro maydonda AQSH dollari valyuta kotirovkasida baza sifatida qabul qilingan. Boshqa mamlakatlar valyutasi, kurs bo'yicha, AQSH dollariga qiyoslab boriladi. Dollar kursi abadiy bo'lmay, u ham o'zgarib turadi. Bu o'zgarish har kuni ham bo'lishi mumkin. Shuning uchun banklar kursni bank faoliyat boshlash yoki yopilish vaqtidagi kurslar bo'yicha hisob-kitob ishlari olib boradi. Valyuta kursining o'zgarib borishi haqida har hafta matbuotda jadval berib boriladi. Bu axborot tadbirkorlarning iqtisodiy faoliyatida muhim ahamiyatga ega. Valyuta operatsiyalarida asosiy o'rinni kredit, qimmatli qog'ozlar, valyutani foyda olish maqsadida sotib olish va sotish kabilar egallaydi. Xo'jalik yuritish jarayonida xususiy mulk egalari valyuta hisob-kitob schyotiga ega bo'lish huquqini olib, erkin tarzda valyutani sotib olishlari ham mumkin. Tadbirkorlar ham, xorij firmalari va tadbirkorlari bilan savdo qilishi uchun valyutani erkin sotib olish huquqiga ega.

Umuman, bozor iqtisodiyoti jahondagi rivojlangan mamlakatlarning muomaladagi valyutalarini mamlakat ichki bozorida harakatlanishi uchun huquqiy imkoniyatlar yaratib beradi. Tadbirkorlar valyuta bilan bog'liq faoliyatlaridan samarali foydalanib, xorij valyutasiga yangi texnika va zamonaviy texnologiya xarid qilib, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish korxonalarida xizmat sifatini oshirish, ishlab chiqarish sohasida sifatli tovarlar ishlab chiqarib, uni sotishdan katta foyda olish imkoniyatlariga ega bo'ladilar.

### **6.3. 2009-2012-yillarga mo'ljallangan inqirozga qarshi choralar dasturida belgilangan ustuvor vazifalarni amalga oshirishda bank tizimining tutgan o'rni**

Barcha sohalarda bo'lgani kabi moliya bozorida, shu jumladan, bank sektorida o'tkazilayotgan islohotlar natijasida sezilarli siljish va o'zgarishlar amalga oshirilmoqda. Bu o'zgarishlar mustaqillik yillarida jahon andozalariga mos keladigan bank tizimini bosqichma-bosqich barpo etish bilan hamohang tarzda davom ettirilmoqda.

Har qanday mamlakat iqtisodiyotining tayanadigan asosiy ustunlaridan biri moliyaviy jihatdan mustahkam va barqaror faoliyat yurituvchi bank tizimi hisoblanadi. Shuning uchun mustaqil davlatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasi va kelajakdagi taraqqiyoti, avvalo, mazkur mamlakatda barpo etilgan va muntazam ravishda takomillashtirib boriladigan bank tizimi faoliyatiga bog`liqdir.

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

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

O`zbekiston Respublikasining ijtimoiy yo`naltirilgan bozor iqtisodiyotiga o`tish jarayoni ko`pgina muhim iqtisodiy islohotlarning tarkibiy qismi sifatida bank tizimida ham chuqur o`zgarishlarni amalga oshirilishi va iqtisodiyotni pul-kredit vositalari orqali tartibga solishning bir butun mexanizmi yaratilishini taqozo etmoqda.

Prezidentimiz tomonidan belgilab berilgan 2009-yilda mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning eng muhim ustuvor vazifalarini amalga oshirish yuzasidan ko`rilgan chora-tadbirlar natijasida iqtisodiyotni barqaror, muvozanatli va izchil rivojlantirishning belgilangan prognozlariga erishildi hamda makroiqtisodiy ko`rsatkichlarning mutanosibliigi ta'minlandi. Markaziy bank tomonidan amalga oshirilgan qat'iy pul-kredit siyosati makroiqtisodiy barqarorlikni mustahkamlashga qaratildi.

Hukumat tomonidan 2009-2012-yillarga mo`ljallab qabul qilingan Inqirozga qarshi kompleks chora-tadbirlar dasturi respublika bank-kredit tizimida inqiroz ta'sirini yumshatish va bartaraf etishda muhim ahamiyatga ega.

Jahonning ko`plab mamlakatlarini qamrab olgan moliyaviy inqiroz ko`lami kengayotganiga qaramay, O`zbekiston bank tizimi ishonchliligi va barqaror rivojlanayotgani, xorijiy moliyalashtirish manbalariga qaram emasligi va tashqi inqiroz holatlarining salbiy ta'siriga berilmaslik xususiyatlari bilan ajralib turdi.

SHuni ta'kidlash lozimki, 2009-yilda «Asia Alliance Bank» xususiy ochiq aksiyadorlik tijorat banki tashkil etilishi bilan respublika bo`yicha jami tijorat banklari soni 30 taga etdi. 2010-yilning boshidanoq, O`zbekiston Respublikasi Markaziy banki Boshqaruvining 2010-yil 9-yanvardagi qaroriga muvofiq «Hi-Tech Bank» xususiy yopiq aksiyadorlik tijorat bankiga bank operatsiyalarini amalga oshirish huquqini beruvchi litsenziya berildi va O`zbekistondagi jami tijorat banklari soni 31 taga yetdi. «Hi-Tech Bank» xususiy yopiq aksiyadorlik tijorat bankining ustav kapitali 5,25 mlrd. so`mdan ko`proq miqdorda shakllantirilib, uning 51 foizi jismoniy shaxslarning mablag`lari hisobiga to`g`ri keladi. Ushbu yangi bankning ochilishi mamlakatimiz Prezidentining «Xususiy aksiyadorlik tijorat banklari tuzishni rag`batlantirish chora-tadbirlari to`g`risida»gi Farmoni talablari izchil amalga oshirilayotganining yana bir tasdig`idir.

Iqtisodiy rivojlanishning o`shishi bank kreditining qo`llanilish ko`lamini kengaytirib boradi. Kredit faqatgina har kunlik faoliyat bilan bog`liq ishlab chiqarish va muomala jarayonining qisqa muddatli ehtiyojlari uchun emas, balki uzoq muddatga kapitalga ehtiyojni qoplashga yo`naltiriladi.

Bank kreditining manbai faqat vaqtincha bo`sh mablag`lar va kapital bo`lib qolmay, kredit asosida chek-depozit emissiyasi ham amalga oshiriladi. Bank tomonidan beriladigan kredit miqdori mavjud jamg`armalardan ko`p bo`lsa, bank chek-depozit emissiyasini amalga oshirishi mumkin.

Bank tizimining muomalaga kredit pullarini chiqarishi depozitlar yaratish yo`li bilan to`laqonli pullar o`rnini bosuvchi kredit vositalarini vujudga keltiradi.

Respublika bank tizimini avtomatlashtirish va kompyuterlashtirishga qaratilgan chora-tadbirlar natijasida nafaqat bankning ichki ehtiyojlari uchun foydalaniladigan axborot tizimi va lokal dasturlar majmui, balki iqtisodiyotning moliyaviy faoliyatini ta`minlovchi yaxlit milliy to`lov tizimi yaratildi.

#### **6.4. Tijorat banklari depozitlariga aholi va xo`jalik subyektlari bo`sh pul mablag`larini jalb etish va bank xizmatlari turini rivojlantirish**

Banklar tomonidan aholiga ko`rsatilayotgan xizmatlar ko`lamini kengaytirish, zamonaviy texnologiyalar asosida qulayliklar yaratish maqsadida amalga oshirilib kelinayotgan bir qator chora-tadbirlar ham mamlakatimizning ijtimoiy-iqtisodiy hayotida o`z aksini topmoqda.

Prezidentimiz «Bankdan tashqari pul aylanmasini keskin qisqartirish va pul muomalasini mustahkamlash, milliy valyuta barqarorligini oshirish, chakana savdo va xizmat ko`rsatish sohasida hisob-kitoblarni amalga oshirishda plastik kartochkalardan foydalanishni kengaytirish masalalari bundan buyon ham e`tiborimiz markazida bo`lishi darkor», deb ta`kidlab o`tgan edi.

Shuningdek, O`zbekiston Respublikasi Prezidentining «Banklardagi depozit hisobvara qlardan naqd pul to`lovlarini uzluksiz ta`minlash kafolatlari to`g`risida»gi 2005-yil 5-avgustdagi 147-sonli qarori talablarini ijro etish borasida bank tizimi tomonidan amalga oshirilgan bir qator chora-tadbirlar aholining bank tizimiga ishonchi yanada oshishiga olib keldi.

Ma`lumki, O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008-yil 28-noyabrdagi 4057-sonli Farmoniga muvofiq, fuqarolarning tijorat banklari depozit hisobvara qlaridagi omonatlari ularning miqdoridan qat`iy nazar to`liq qaytarilishining davlat tomonidan kafolatlanganligi aholining bank tizimiga ishonchi yanada mustahkamlanishiga xizmat qildi va bu jismoniy shaxslarning banklardagi omonatlari hajmining oshishiga ijobiy ta`sir ko`rsatdi.

Vazirlar Mahkamasining 2009-yil 13-fevraldagi 1-sonli majlis bayoni talablaridan kelib chiqqan holda, aholining bo`sh pul mablag`larini banklardagi omonatlarga jalb etilishida hamda omonatdagi mablag`larni ularning birinchi talabiga ko`ra berilishida qonun buzilishiga yo`l qo`ymaslik, omonatchilarning haq-huquqlari himoya qilinishini ta`minlash borasida tizimli chora-tadbirlarning amalga oshirilishi va banklarning mazkur faoliyatlari ustidan nazoratning yanada kuchaytirilganligi ham aholi bo`sh pul mablag`larini bank omonatlariga jalb qilishni yanada jadallashtirdi.

Ayniqsa bunda Prezidentimizning 2009-yil 6-apreldagi «Tijorat banklari depozitlariga aholi va xo`jalik subyektlari bo`sh pul mablag`larini jalb etishni yanada rag`batlantirish qo`shimcha chora-tadbirlari to`g`risida»gi qarorlari muhim omil bo`lmoqda.

Ushbu vazifadan kelib chiqqan holda, bank tizimida aholiga ko`rsatilayotgan zamonaviy bank xizmatlari turlarini kengaytirish, naqd pulsiz hisob-kitoblar tizimini keng joriy etish, jumladan plastik kartochkalardan foydalanishni rivojlantirish bo`yicha aniq chora-tadbirlar ko`rib borildi. Amalga oshirilgan ishlar natijasida, 2010-yil 1-yanvar holatiga tijorat banklari tomonidan savdo va xizmat ko`rsatish shoxobchalariga o`rnatilgan terminallarning umumiy soni 60631 tani, kartochkalar umumiy soni 6058,9 mingtani, shundan oylik ish haqi loyihalaridagi kartochkalar soni 3546,7 mingtani tashkil qildi. Korporativ kartochkalar soni 14,1 mingtani tashkil qildi. Plastik kartochkalar hisobvara qlariga 3846 mlrd. so`mlik mablag`lar o`tkazildi.

O`z navbatida, plastik kartochka va terminallar yordamida amalga oshirilgan o`tkazmalar hajmini yildan-yilga yuqori sur`atlarda oshirib borish ko`zda tutilgan. Shunga ko`ra, amaldagi barcha tegishli me`yoriy hujjatlarga, shu jumladan, Markaziy bankning naqd pul muomalasiga taalluqli yo`riqnomalariga tegishli o`zgartirish va qo`shimchalar kiritildi. Naqd pul muomalasida mavjud bo`lgan barcha cheklovlar bekor qilinishi esa naqd pul va naqd pulsiz hisob-kitoblarni birxillashtirish borasida qo`yilgan muhim qadam bo`ldi.

Amalga oshirilgan chora-tadbirlar natijasida naqd pul muomalasi yanada mustahkamlanib, naqd pul mablag`larining bankdan tashqari aylanmasini qisqartirishga zamin yaratdi. Shuningdek, xo`jalik yurituvchi subyektlarning banklardagi depozit hisobvara qlaridan naqd pullarning uzluksiz berib borilishi to`liq ta`minlab borildi.

Ta`kidlash lozimki, mamlakatimiz hukumati tomonidan bank tizimida plastik kartochkalar miqdorini oshirish va aholini plastik kartochkalar bilan hisob-kitoblarini amalga oshirishni rag`batlantirish borasida bir qancha imtiyozlar berilmoqda. Shulardan biri plastik kartochkalarga xizmat ko`rsatadigan proccessing markazlari va bankomatlarni keltirish hamda ularni o`rnatish borasida bojxona to`lovlaridan 2020-yilga qadar ozod qilish chora-tadbirlari belgilangan.

Monetar siyosatning maqsad va vazifalaridan kelib chiqqan holda, Markaziy bank pul-kredit siyosatining bilvosita dastaklaridan keng foydalangan holda pul taklifi o`shishining asosiy manbai bo`lgan oltin-valyuta zahiralarining oshishi hisobiga muomalaga chiqarilgan pul massasi hajmini boshqarish choralarini ko`rib bordi.

Markaziy bank tomonidan pul-kredit sohasida amalga oshirilgan aniq chora-tadbirlar natijasida o`tgan yilda pul agregatlari belgilangan prognoz ko`rsatkichlari doirasida, ya`ni pul massasining yalpi ichki mahsulot hajmining o`shishiga muvofiqligi ta`minlandi.

Monetar siyosat borasida amalga oshirilgan chora-tadbirlar iste`mol mahsulotlari narxlariga monetar omillarning ta`sirini bartaraf etdi, inflyatsiya darajasi esa prognoz ko`rsatkichdan oshmadi va 7,4 foizni tashkil qildi.

O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008-yil 28-noyabrdagi 4057-sonli Farmoniga muvofiq fuqarolarning tijorat banklari depozit hisobvara qlaridagi omonatlari ularning miqdoridan qat`iy nazar to`liq qaytarilishining davlat tomonidan

kafolatlanganligi aholining bank tizimiga ishonchining yanada mustahkamlanishiga va pirovard natijada jismoniy shaxslarning banklardagi omonatlari hajmining oshishiga ijobiy ta'sir ko'rsatdi.

Xalqaro banklar tajribasini o'rgangan holda «Tijorat banklari tomonidan Markaziy bankda majburiy zahiralarni deponentlash tartibi to'g'risida»gi Nizomga o'zgartirishlar kiritib borildi. Banklarning barqarorligini yanada mustahkamlash va ularning likvidligini tartibga solish maqsadida 2008-yilning 1-dekabridan boshlab, tijorat banklarining Markaziy bankdagi majburiy zahiralarda fondiga o'tkazmalari bo'yicha me'yor milliy va xorijiy valyutada jalb qilingan depozitlar uchun bir xil, ya'ni 15 foiz qilib belgilandi. Shuningdek, majburiy zahiralarga deponentlanadigan mablag'larni hisoblash metodologiyasi ham takomillashtirib borildi.

2009-yilda bank tizimini isloh qilish jarayonida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2009-yil 28-iyuldagi 1166-sonli qaroriga asosan pul massasining maqsadli parametrlaridan kelib chiqqan holda va tijorat banklari tomonidan uzoq muddatli depozitlar jalb qilishni rag'batlantirish maqsadida 2009-yilning 1-sentyabridan boshlab, tabaqalashtirilgan majburiy zahiralarda normasi joriy etildi.

Respublika bank Kengashining 2009-yil 15-apreldagi 2-sonli qaroriga muvofiq, foiz stavkalarini yuridik shaxslarning banklardagi 6 oydan ortiq muddatga joylashtirilgan depozitlari uchun qayta moliyalash stavkasining 75 foizidan kam bo'lmagan miqdorda, aholining 1 yildan ortiq muddatga joylashtirilgan depozitlari uchun Markaziy bank qayta moliyalash stavkasining 150 foizidan kam bo'lmagan miqdorda hamda jismoniy shaxslarning plastik kartochnalardagi mablag'lari uchun Markaziy bank qayta moliyalash stavkasidan kam bo'lmagan miqdorda belgilash yuzasidan tavsiyalar berildi.

Narxlar o'zgarishining amaldagi va kutilayotgan darajasini hisobga olgan holda 2009-yilda qayta moliyalashtirish stavkasi 14 foiz darajasida ushlab turilganligi banklararo bozordagi foiz stavkalarining barqaror bo'lishini ta'minlamo qda. Bu esa o'z navbatida, tijorat banklarining depozit va kredit foiz stavkalarining pasayishiga olib keldi.

Monetar siyosatning 2010-yilga mo'ljallangan asosiy yo'nalishlari hamda inflyatsiyaning amaldagi va kutilayotgan darajasidan kelib chiqqan holda Markaziy bankning qayta moliyalash stavkasi o'zgartirilmadi. Bu holat respublika banklar tizimi barqarorligidan dalolat beradi.

## **6.5. Iqtisodiyotni modernizatsiyalash va investitsion faollikni oshirish, iqtisodiy nochor korxonalarini moliyaviy sog'lomlashtirish jarayonida banklarning ahamiyati**

Ayni paytda banklarning kredit portfeli tarkibida jiddiy o'zgarishlar yuz bermoqda. Jahon moliyaviy-iktisodiy inqirozi davom etayotganiga qaramay, banklarimiz tomonidan iqtisodiyotning real sektori korxonalarini faol qo'llab-quvvatlashga alohida e'tibor berildi. Joriy yil boshiga kelib jami kredit qo'yilmalari miqdori 8,5 trln. so'mdan oshib ketdi.

Tijorat banklari kapitallashuv darajasining ortishi iqtisodiyotning real sektorida investitsion faollikning o'sishini ta'minlashda bank kreditlarining ahamiyati ortishiga olib keldi. Birgina korxonalarini modernizatsiya qilish, texnik va texnologik qayta



jihozlashga qaratilgan loyihalarni moliyalashtirish uchun jami 2,4 trln. so'm miqdorida investitsion kreditlar ajratildi.

Tijorat banklarining uzoq muddatli kreditlari ulushini oshirish bo'yicha ko'rilgan choralar tufayli 3 yildan ortiq muddatga berilgan kreditlarning banklar kredit portfelining umumiy hajmidagi ulushi hozirgi paytda 69 foizga etdi va so'nggi o'n yilda 28 barobar ko'paydi (6.5.1-rasm).

Ushbu tendenciyaning yaqin istiqbolda izchil oshirib borish vazifasi belgilab olingan bo'lib, banklar tomonidan berilgan kreditlar tarkibida investitsiya kreditlarining ulushi ortib borishi, mamlakatimizdagi keng qamrovli investitsiya siyosatni olib borishda banklarning ahamiyati ortishi natijasi o'laroq ularning yirik investitsiya muassasalariga aylanishiga olib keladi.

Banklar aktivlari tarkibida spekulativ tavsifdagi kreditlarning kamayishi va resurslarni real iqtisodiyotga kiritish hisobiga respublikamizning istiqboldagi rivojlanishida banklar hissasining yanada ortishiga olib keladi. O'z navbatida banklarning kapitallashuv darajasini oshirishga davlat qo'yilmalarning manzilliligi ortishini ta'minlaydi.



**6.5.1-rasm. 2010-yilda tijorat banklarining uzoq muddatli kreditlari ulushi**

Iqtisodiyotdagi tarkibiy islohotlarni yanada chuqurlashtirish, korxonalarining investitsion faoliyatini yanada jonlantirish, xorijiy investitsiyalarni, avvalo to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarni keng jalb qilish va ulardan samarali foydalanish, ishlab chiqarishni modernizatsiyalash, texnik va texnologik qayta qurollantirish, yangi ish o'rinlarini shakllantirish va bular asosida milliy iqtisodiyotning barqaror va dinamik rivojlanishini ta'minlash maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1213-sonli «O'zbekiston Respublikasining 2010-yilga investitsion dasturi haqida»gi qarori tasdiqlangan bo'lib, ushbu dastur asosidagi kapital qo'yilmalarni moliyalashtirish manbalari tarkibida bank tizimi investitsion kreditlarning ahamiyati yuqori bo'lmoqda.

Ushbu jadval ma'lumotlariga ko'ra, 2010-yilgi investitsion dasturda belgilangan kapital qo'yilmalarning umumiy hajmi 18220,3 mlrd. so'mni tashkil etib, uning 8,4 foizi tijorat banklari kreditlari hisobiga moliyalashtiriladi. Shundan, «Qishloq qurilish bank» ATBning imtiyozli kreditlari 256,0 mlrd. so'mni tashkil qilib, asosan ushbu kreditlar qishloq joylarida uy-joy qurilishiga sarflanishi mo'ljallangan.

Buni quyidagi jadval ma'lumotlari orqali ko'rishimiz mumkin.

### 6.5.1-jadval

#### O'zbekiston Respublikasida 2010-yilgi investitsion dasturi kapital qo'yimlarining asosiy parametrlari

№	Moliyalashtirish manbalarining nomlari	2010-yil, mlrd. so'm	Jamiga nisbatan foizda
	Kapital qo'yimlar, jami	18220,3	100
1.	<i>Markazlashtirilgan investitsiyalar</i>	3819,8	20,9
2.	<i>Nomarkazlashtirilgan investitsiyalar</i>	14400,5	79,1
2.1.	Korxonalar mablag'lari	7777,7	42,7
2.2.	Tijorat banklari kreditlari	1530,0	8,4
2.2.1	Shu jumladan, ATB «Qishloq qurilish bank»ining imtiyozli kreditlari	256,3	1,4
2.3.	To'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalar va kreditlar	3876,8	21,2
2.4.	Aholi mablag'lari	1216,0	6,6

Manba: O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1213-sonli «O'zbekiston Respublikasining 2010 yilga investitsion dasturi haqida»gi qarori.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008-yil 19-noyabrdagi 4010-sonli «Iqtisodiy nochor korxonalarini tijorat banklariga sotish to'g'risidagi tartibni tasdiqlash to'g'risida»gi Farmoyishi bilan iqtisodiy nochor korxonalarining moliyaviy qobiliyatini tiklash bo'yicha bir qator imtiyozlar (ko'maklar) berilgan.

Yuqorida qayd etilgan me'yoriy hujjat orqali tijorat banklariga ham muayyan imkoniyatlar berilgan. Jumladan:

-bankrot korxonada negizida ustav jamg'armasi 100 foizgacha bo'lgan yangi korxonaga tashkil etish;

-bankrot korxonaning tugatilishi munosabati bilan unga avval berilgan, qoplanmagan krediti, shu jumladan hukumat kafolati bilan berilgan kredit summasini bank kengashining qarori bilan hisobdan chiqarish;

-bankrot korxonaga uchun malakali boshqaruv kompaniyasini tuzish va jalb qilish;

-bankrot korxonani tugatish bahosida sotib olib, uning faoliyatini tiklab, qaytadan bozor bahosida sotish va h.k.

Ayni paytda mazkur jarayonning samaradorligi va ta'sirchanligini ta'minlash maqsadida tijorat banklari balansiga o'tkazilgan bankrot korxonalarini tiklash, texnik va texnologik modernizatsiya qilish va ishlab chiqarishni qayta qurollantirish, zarur bo'lganda korxonani to'liq rekonstruksiya qilish orqali faoliyat yo'nalishini o'zgartirish, strategik hamkorlik va investorlarni jalb qilishni nazarda tutuvchi biznes-rejalarni ishlab chiqish belgilangan.

Tijorat banklarining likvidligini tartibga solgan holda, 2009-yilda belgilangan makroiqtisodiy ko'rsatkichlarga erishish, shuningdek milliy valyutaning barqarorligini ta'minlash maqsadida Markaziy bank tasarrufida bo'lgan barcha bozor dastaklarini qo'llash ko'lamini kengaytirdi.

Bank tizimi likvidligini tartibga solish dastagi sifatida 2009-yil davomida Markaziy bank tomonidan muntazam ravishda keng qo'llanildi. Shuningdek, Moliya vazirligi tomonidan muomalaga chiqarilgan Davlat o'rta muddatli obligatsiyalari va Markaziy bankning obligatsiyalari bilan birlamchi va ikkilamchi bozorlarda oldi-sotdi operatsiyalari amalga oshirib borildi.

Yuqoridagilarni hisobga olgan holda Markaziy bank boshqaruvi asosida bank tizimida bir qancha amaliy ishlar olib borildi. Banklar kapitallashuv darajasi va bank likvidligining oshirilishi pirovardida ularning moliyaviy barqarorligini ta'minlash uchun mustahkam zamin yaratadi. Shu bilan birgalikda keng ko'lamli islohotlarni amalga oshirishda banklarning investitsiya kreditlari orqali ishtirokini ta'minlashni faollashtirishda ularning barqaror resurs bazasini shakllantiradi.

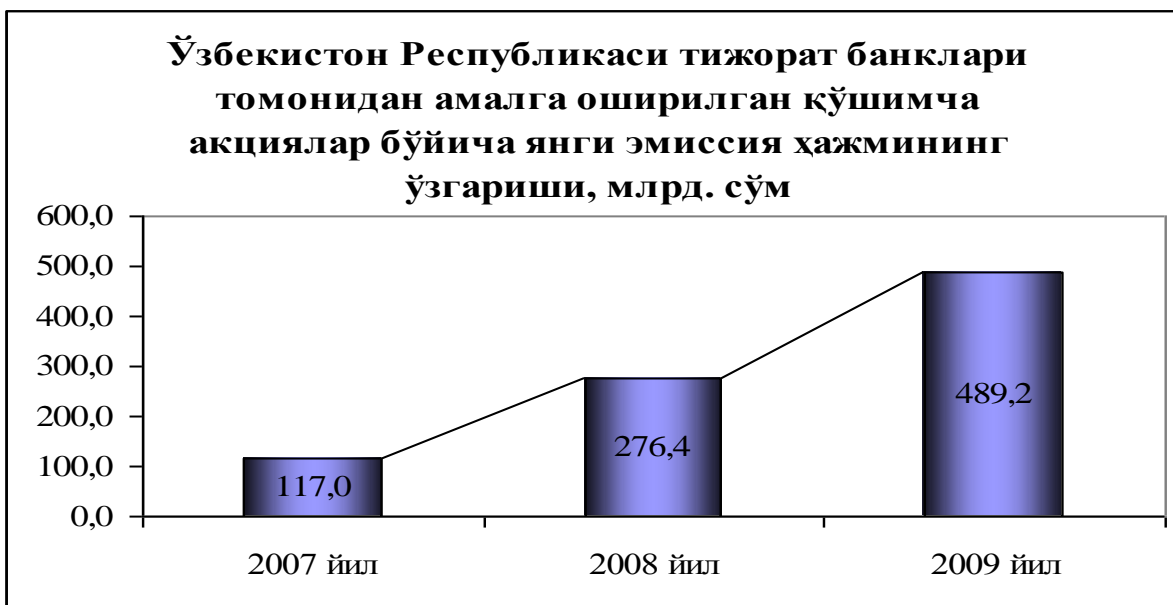
O'zsanoat qurilishbank, Mikrokreditbank, Xalq banki, Agro bank, Asaka banki va Qishloq qurilish banki ustav kapitallariga davlat mablag'lari yo'naltirildi. Natijada 2009-yilning o'zida tijorat banklarining nizom kapitali 43 foizga oshdi va bu o'z navbatida bank kapitallarini xalqaro tartibga solishining Bazil-2 standartlari bo'yicha belgilangan me'yordan banklarimiz kapitallarining yetarlilik darajasi 3 martadan ko'proqni tashkil qildi. So'nggi ikki yilda tijorat banklarining umumiy kapitali 2 barobar ko'paydi va bugungi kunda 3 trln. so'mdan oshib ketdi.

Bu ko'rsatkich 2008 yilga nisbatan 212,8 mlrd. so'm yoki deyarli 77 foizga oshgan. Garchi aksiyalar emissiyasi soni 21 tadan 13 taga kamaygan bo'lsada, umumiy emissiyalar hajmi oshishi hisobiga o'rtacha emissiya hajmi 13,2 mlrd. so'mdan 37,6 mlrd. so'mga o'sdi.

O'zbekiston Respublikasi tijorat banklari uchun 2009-yil o'ziga xos islohot va o'zgarishlarga boy bo'ldi. Bunda respublika tijorat banklarining barqarorligini ta'minlash va moliyaviy inqirozga qarshi kurashish borasida mamlakatimiz Prezidenti tomonidan qabul qilingan qaror va 2009-2012-yillarga mo'ljallangan Inqirozga qarshi choralar Davlat dasturi muhim ahamiyat kasb etdi.

E'tiborlisi shundaki, tijorat banklari aksiyalari birjada doimiy kotirovka qilinmoqda va uning natijalari tegishli nashrlarda muntazam e'lon qilib borilmoqda.

Investitsiyalashning uzoq muddatli resurs bazasini mustahkamlash, shuningdek jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi oqibatlarini bartaraf etish maqsadida tijorat banklarining kapitallashuv darajasini yanada oshirish maqsad qilib qo'yilgan edi. Bu borada, 2009-yil davomida tijorat banklari tomonidan jami 489,2 mlrd. so'mlik 13 ta qo'shimcha aksiyalar emissiyasi amalga oshirildi (6.5.2-rasm).



**6.5.2-rasm. O`zbekiston Respublikasi tijorat banklari tomonidan amalga oshirilgan qo`shimcha aksiyalar bo`yicha yangi emissiya hajmining o`zgarishi**

2010-yilda tijorat banklarining jami kapitalini kamida 20 foizga oshirish va yaqin 2 yilda banklar jami banklar kapitali darajasini YaIMga nisbatan 10 foizga yetkazish ko`zda tutilmoqda.

2010-yilda tijorat banklari tomonidan yana 250 mlrd. so`mlik qo`shimcha aksiyalar muomalaga chiqarilib, banklar ustav kapitalarining oshirilishi kutilmoqda. Masalan, Xalq banki keyingi 4 yil davomida o`z ustav kapitalini 10 mlrd. so`mdan avval 100 mlrd. so`mga, keyin 200 mlrd. so`mgacha oshirishni mo`ljallamoqda.

2009-yildagi bank sohasidagi islohotlardan yana biri shuki, endilikda barcha mulkchilik shaklidagi tijorat banklari korporativ obligatsiyalar chiqarish huquqiga ega bo`lishdi. Bu o`z navbatida respublika obligatsiyalar bozorining rivojlanishiga ijobiy ta`sir ko`rsatadi, shuningdek tijorat banklarining «Toshkent» Respublika Fond birjasidagi ishtirokini ham jadallashtiradi. 2009-yilda «Toshkent» Respublika Fond birjasidagi savdolarining deyarli 44 foizini respublika tijorat banklarining aksiyalari tashkil qildi va 39,4 mlrd. so`mga teng bo`ldi. Ushbu summaning 37,1 mlrd. so`mi nodavlat banklar va ustav kapitalida davlatning ulushi «nazorat paketi»ga teng bo`lmagan banklar hisobiga to`g`ri keladi.

2008-2009-yillarda qo`shimcha emissiya qilingan aksiyalarning tarkibida imtiyozli aksiyalar sonining hissasi oldingi yillardagi 1,1-2,2 foizdan 0,6-0,7 foizgacha pasaydi. Ushbu holat qo`shimcha emissiyalarda davlat ishtirokining oshganligi, ya`ni davlat tomonidan banklardagi nazoratni olishga bo`lgan qiziqishning yuqoriligi bilan izohlanadi.

Markaziy bank tomonidan ichki valyuta bozorini yanada rivojlantirish va erkinlashtirish, uning doimiy barqaror faoliyat yuritishini ta`minlash yuzasidan tegishli chora-tadbirlar amalga oshirib borildi.

O`tgan yillar ichida mamlakatda iqtisodiyotning strategik ahamiyatga ega tarmoqlarini shakllantirishga qapatilgan samarali iqtisodiy islohotlar amalga oshirildi, barqaror iqtisodiy o`sish, valyuta mablag`larining doimiy tushumi manbalari va

yetarli darajada valyuta zahiralarini shakllantirish orqali milliy valyutaning xarid quvvatini chetdan olinadigan qarz mablag`larisiz saqlab turishga zamin yaratildi.

Joriy yilda Markaziy bank pul-kredit siyosatining bilvosita dastaklaridan foydalanishni yanada kengaytirish bilan bir qatorda, o`zgaruvchan foiz stavkalarini tezkor boshqarish davom ettirildi. 2010-yil 1-yanvar holatiga O`zbekiston Respublikasi tijorat banklari tomonidan jami 293 ta milliy valyutadagi va 118 ta xorijiy valyutadagi omonat turlari aholi, korxonalar va tashkilotlarga taqdim etilmoqda.

O`zbekiston Respublikasi iqtisodiyotida hozirgi vaqtda amalga oshirilayotgan tarkibiy o`zgarish, avvalo, bank tizimi bilan bevosita bog`liq bo`lib kelmoqda. Shuning uchun ham bank kreditlaridan samarali foydalanish, ularning eng qulay shakllaridan, jumladan, iste`mol va ipoteka kreditidan foydalanish ham muhim masalalardan biri bo`lib qolmoqda.

Hozirgi kunda respublikamiz aholisi uchun iste`mol va ipoteka kreditining turli variantlari joriy etilgan bo`lib, respublika tijorat banklari tomonidan aholining ushbu kreditlarga ehtiyojlarini qondirishga alohida e`tibor qaratilgan. Chunki, iste`mol kreditlarining berilishi aholi uchun respublikada ishlab chiqarilgan iste`mol tovarlarini sotib olish uchun keng imkoniyatlar yaratib bersa, ipoteka kreditlari yosh oilalar va boshqa toifadagi aholining uy-joy bilan ta`minlanish darajasini oshiradi.

2010-yil 1-yanvar holatiga O`zbekiston banklari Assotsiatsiyasiga a`zo 19 ta tijorat banki tomonidan 40 dan ortiq turdagi iste`mol krediti joriy etilgan bo`lib, ular 6 oydan 3 yilgacha muddatga beriladi. 2009-yilning oktyabr-noyabr oylari davomida 11 ta yangi turdagi iste`mol kreditlari muomalaga chiqarildi. Bundan tashqari ba`zi banklar tomonidan amaldagi iste`mol kreditlarining shart va talablariga biroz o`zgarishlar kiritildi.

Hozirda 20 ta tijorat banklari tomonidan 37 ta turdagi ipoteka krediti joriy etilgan bo`lib, ular 3 yildan 15 yilgacha muddatga beriladi. Ipoteka krediti uy-joy sotib olish, qurish va oldindan sotib olingan uy-joylarni ta`mirlash uchun ajratiladi.

O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2007-yil 12-iyuldagi 670-sonli «Banklarning kapitallashuvini yanada oshirish va iqtisodiyotni modernizatsiyalashdagi investitsiya jarayonlarida ularning ishtirokini faollashtirish chora-tadbirlari to`g`risida» gi va 2007-yil 7-noyabrdagi 726-sonli «Bank tizimini yanada rivojlantirish va bo`sh pul mablag`larini bank aylanmasiga jalb etish chora-tadbirlari to`g`risida»gi qarorlariga muvofiq banklarning minimal ustav kapitalari miqdoriga o`zgartirishlar kiritildi.

Ushbu qarorlarga muvofiq yangi tashkil etilayotgan tijorat banklarining minimal ustav kapitali 2008-yilning 1-yanvaridan boshlab, quyidagicha miqdorda belgilab qo`yildi:

- tijorat banklari uchun so`m ekvivalentida 5 mln. yevro miqdorida;
- xususiy banklar uchun so`m ekvivalentida 2,5 mln. yevro miqdorida.

2010-yilda tijorat banklari tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo`llab-quvvatlash maqsadida 2009-yildagiga nisbatan 1,4 barobar ko`proq kredit resurslarini ajratish ustuvor yo`nalish qilib belgilandi.

Bugungi kunda bank faoliyati barqarorligining asosi bo`lgan Markaziy bank nochor banklarni aniqlash va ularga iqtisodiy madad berish, ularning sinishiga yo`l qo`ymaslik chora-tadbirlarini ko`rmoqda. Bu o`z navbatida tijorat banklari moliyaviy

barqarorligining oshirilishi hamda aholining bank tizimiga ishonchini yanada mustahkamlanishiga imkon yaratmoqda.



**6.5.3-рasm. 2010-йилда кичик бизнес ва хусусий тadbirkorлик корхоналарига кредит ресурслари ажратиш миқдорининг ўсиши**

Respublikamiz bank amaliyotida kreditlash shakllaridan keng foydalanish mijozlarning kreditlarga ehtiyojlarini to'laroq qondirish, banklarning kredit operatsiyalari ko'lamini kengaytirish, kredit riskini ma'lum darajada minimallashtirish va nihoyat banklarning kredit operatsiyalaridan oladigan daromadlari oshishiga olib keladi.

So'nggi yillarda mamlakatimiz tijorat banklari hamda yangi tashkil topayotgan kredit institutlari o'rtasida teng va beg'araz raqobat vujudga kelmoqda. Bu esa tijorat banklari boshqaruv strategiyasining to'g'ri tanlanganligi, aktivlarning ishonchli joylashtirilganligi, majburiyatlarni bajarish va likvidlilikni ta'minlashda ijobiy natijalarga erishish zarurligi hamda shu asosda yuqori daromadga erishish mumkinligidan darak bermoqda.

### **6.6. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarini 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 budjetlarga soliqlar to'laydilar.

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

Soliqlar, avvalo, davlatning vazifalarini moliyaviy mablag'lar bilan ta'minlash zarurligidan kelib chiqadi.

Davlat oldida turgan umumiy-ijtimoiy zaruriy vazifalarga hozirgi sharoitda quyidagilar kiradi:

- aholining kam ta'minlangan tabaqalari (talabalar, pensionerlar, nogironlar va boshqalar)ni ijtimoiy himoya qilish;

- mamlakat mudofaasini ta'minlash;
- mamlakat fuqarolarining tinch mehnat qilishi va erkin yashashi muhofazasini ta'minlash;

- mamlakat ichida uzluksiz ijtimoiy, madaniy tadbirlar (maorif, sog'liqni saqlash, madaniyat, ijtimoiy ta'minot va boshqalar)ni amalga oshirish;

- xorijiy mamlakatlar bilan iqtisodiy, madaniy va siyosiy aloqalarni o'rnatish;

- bozor infratuzilmasini yaratish va hokazo.

Bu vazifalarni amalga oshirish nihoyatda ko'p moliyaviy resurslarni talab etadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida bu resurslarni faqat soliqlar va soliq xarakteriga ega to'lovlar orqali amalga oshirish mumkin.

Amaldagi qonunchiliklarga muvofiq, O'zbekiston Respublikasi hududida soliq va yig'imlar O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi tomonidan belgilanadi va bekor qilinadi.

O'zbekiston Respublikasi hududida quyidagi soliq va yig'imlari 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 infratuzilmani rivojlantirish uchun yig'im;

- boshqa mahalliy ahamiyatga ega bo'lgan yig'imlar.

Mahalliy soliq va yig'imlar mahalliy budjetga o'tkaziladi.

Soliq nimaga olinsa, o'sha narsa soliq obyekt bo'ladi. Soliq obyekt 3 guruhga bo'linadi: tovar aylanmasi, daromad va mulk.

Soliq obyektining har bir soliq birligi uchun davlat tomonidan belgilab qo'yilgan me'yori soliq stavkasi deb yuritiladi. Bu stavka qat'iy summalarda yoki foizlarda obyektga 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 erda soliq stavkasi qat'iy

o`rnatilgan bo`lib, mutanosib ravishda olinadi. Masalan, korxonada asosiy fondlarining o`rtacha yillik qiymati 200 mln. so`m bo`lib, undan undiriladigan soliq stavkasi 2 foiz belgilanganda, soliq summasi 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`shishi (oshishi) bilan mahsulot ishlab chiqarish hajmi ko`payishi yoki eksportga mahsulot ishlab chiqarish ko`payishi bilan soliq stavkasi kamayib boradi. Demak, bunday korxonada budjetga kam soliq to`lay boshlaydi. Regressiv soliq stavkalari biror faoliyat yoki sohada mahsulot ishlab chiqarishni ko`paytirish yoki o`z foydasidan biror turdagi xarajatni 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. Egri soliq deb atalishining sababi uning budjetga 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 budjetning asosiy ko`rsatkichlari belgilanganda 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 korxonalarini 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.

Aksiz solig`i summasi ikki xil formula bilan aniqlanadi. Agar tovarlar mamlakat ichida ishlab chiqilsa va sotilsa, aksiz solig`i summasi quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$$ASS = STO * A / 100;$$

bu yerda, ASS - aksiz solig`i summasi, so`m.

STO - soliqqa tortiladigan aylanma, so`m.

A - soliq stavkasi, %.

Agar tovarlar boshqa mamlakatlardan tashib keltirilsa va sotilsa, aksiz solig`i summasi quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$STO = F * A * 100 / (100 - A);$$

bu yerda, STO - soliqqa tortiladigan aylanma, so`m.

F - keltirilgan tovarlarning faktura qiymati, so`m.

A - soliq stavkasi, %.



Aksiz solig`i budjetga ikki xil muddatda har kuni va har o`n kunda to`lanadi.

Birinchi usul vino-arop mahsulotlarini sotuvchilarga tegishli. Bu usulda to`lov tovarlarning haqiqiy aylanmasi amalga oshgandan so`ng uning uchinchi kunida to`lanadi. Ikkinchi usulda aksiz osti tovarlari sotuvchi korxonalarining haqiqiy aylanmasidan har o`n kun o`tishi bilan soliq to`lanadi, ya`ni:

- birinchi o`n kunlik uchun shu oyning 13-sanasiga;
- ikkinchi o`n kunlik uchun shu oyning 23-sanasiga;
- uchinchi o`n kunlik uchun kelgusi oyning 3-sanasiga soliq to`laydi.

Aksiz solig`iga tortiladigan mahsulot ishlab chiqaruvchi mikrofirma va kichik korxonalar uchun yagona soliq to`lovini hisoblash chog`ida soliqqa tortiladigan baza aksiz solig`i summasiga kamaytiriladigan tartib o`rnatildi. Yangi tashkil etilayotgan mikrofirma va kichik korxonalar yagona soliq to`lovini to`lash muddatini bir yilga kechiktirish, kechiktirilgan summani imtiyozli davr tugagandan keyin teng ulushlarda 12 oy davomida to`lash huquqi berildi.

Ilgari mikrofirma va kichik korxonalar yagona soliq to`lash bo`yicha berilgan soliq imtiyozlari yagona soliq to`lovini to`lash chog`ida saqlab qolindi. Yagona soliq to`lovini to`laydigan mikrofirma va kichik korxonalar qonun hujjatlariga muvofiq ijaraga olingan yer maydonlari uchun budjetga ijara haqi to`lashdan ozod qilindi.

O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 20-iyundagi PF-3620-sonli «Mikrofirmalar va kichik korxonalar rivojlantirishni rag`batlantirish borasidagi qo`shimcha chora-tadbirlar to`g`risida»gi Farmoniga asosan kichik biznes subyektlarini jadal rivojlantirishni yanada rag`batlantirish hamda uning mamlakat iqtisodiyotidagi ulushini tubdan oshirish maqsadida 2005-yilning 1-iyulidan boshlab, mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun yagona soliq, budjetdan tashqari Pensiya jamg`armasi, Respublika yo`l jamg`armasi va Maktab ta`limi jamg`armasiga majburiy ajratmalar to`lash o`rniga yagona soliq to`lovi joriy etildi.

Mazkur farmonga binoan, yagona soliq to`lovi hisobot choragidan keyingi oyning 25-kunigacha har chorakda to`lanishi belgilab qo`yilgan.

O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 11-apreldagi PF-3594-sonli «To`g`ridan-to`g`ri xorijiy xususiy investitsiyalarni jalb etishni rag`batlantirish borasida qo`shimcha chora-tadbirlar to`g`risida»gi Farmoniga binoan, 2005-yilning 1-iyulidan boshlab, to`g`ridan-to`g`ri xususiy xorijiy investitsiyalarni jalb etadigan iqtisodiyot tarmoqlari korxonalarini asosiy faoliyati bo`yicha daromad (foyda) solig`i, mulk solig`i, ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish va hududlarni obodonlashtirish solig`i, ekologiya solig`i, mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun belgilangan yagona soliq to`lashdan, shuningdek Respublika yo`l jamg`armasiga majburiy ajratmalar to`lashdan ozod qilindi.

To`g`ridan-to`g`ri xususiy xorijiy investitsiyalar hajmi quyidagicha bo`lganda mazkur soliq imtiyozlari:

- 300 ming AQSH dollaridan 3 million AQSH dollarigacha 3 yil muddatga;
- 3 million AQSH dollaridan 10 million AQSH dollarigacha 5 yil muddatga;
- 10 million AQSH dollaridan ortiq bo`lganda 7 yil muddatga beriladi.

Shuningdek, Farmonda ko`rsatilgan soliq imtiyozlari quyidagi shartlar asosida qo`llanilishi belgilab qo`yilgan:

- mazkur korxonalarni ortiqcha ishchi kuchi bo'lgan mintaqalar Qoraqalpog'iston Respublikasi, Jizzax, Qashqadaryo, Sirdaryo, Surxondaryo, Xorazm viloyatlarida, shuningdek Navoiy, Andijon, Namangan va Farg'ona viloyatlarining qishloq aholi punktlarida joylashtirish;

- xorijiy investorlar tomonidan to'g'ridan-t o'g'ri xususiy xorijiy investitsiyalarni O'zbekiston Respublikasining kafolati berilmagan holda amalga oshirish;

- korxonaning ustav kapitalida xorijiy ishtirokchilarning ulushi kamida 50 foizni tashkil etishi lozim;

- ushbu korxonalar davlat ro'yxatidan o'tkazilgandan keyin to'g'ridan-t o'g'ri xususiy xorijiy investitsiyalarni kiritish;

- xorijiy investitsiyalarni erkin almashtiriladigan valyuta yoki yangi zamonaviy texnologik uskuna tarzida qo'yish;

- mazkur imtiyozlarning qo'llanish muddati davomida imtiyozlardan olingan daromadni korxonani yanada rivojlantirish maqsadida qayta investitsiyalashga yo'naltirish.

Mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish maqsadida bir qator soliq imtiyozlari belgilandi. Xususan, 2010-yilda kichik biznes subyektlari uchun belgilangan yagona soliq to'lovi 8 foizdan 7 foizga pasaytirilgan bo'lsa, 2011-yilda esa bu ko'rsatkichni 6 foizga tushirish mo'ljallangan. 1996-2011-yillar mobaynida kichik biznes subyektlari uchun belgilangan soliq stavkalari 38 foizdan 6 foizga yoki 6,3 martaga qisqardi.

Kelgusida tarmoq yo'nalishlariga ko'ra kichik biznes subyektlari uchun quyidagi soliq imtiyozlari belgilangan:

- 2014-yil 1-yanvargacha yangidan tashkil etilayotgan ta'mirlash-qurilish tashkilotlari soliqlarning barcha turlaridan va ayrim majburiy ajratmalarni to'lashdan ozod qilingan;

- 2012-yilning 1-yanvarigacha go'sht va sutni qayta ishlashga ixtisoslashgan mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun yagona soliq to'lovi stavkasi 50 foizga kamaytirilgan, chetdan olib kelinadigan texnologiya uskunalari bojxona to'lovlaridan ozod qilingan;

- 2012-yilning 1-yanvarigacha 15 xildagi nooziq-ovqat iste'mol tovarlari ishlab chiqarishga ixtisoslashgan mikrofirmalar va kichik korxonalar foyda solig'i, mulk solig'i va yagona soliq to'lovlaridan ozod qilingan;

- 2012-yilning 1-yanvargacha respublika yo'l jamg'armasiga majburiy ajratmalar to'lashdan; ishlab chiqarishda foydalaniladigan uskunalarni import qilishda bojxona to'lovlaridan ozod qilingan.

## **6.7. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarida audit va auditorlik taftishini o'tkazish**

Tadbirkorlarning iqtisodiy faoliyat yuritishlarida moliyaviy va buxgalteriya hisob-kitoblarini to'g'ri amalga oshirishlarida auditorlik firmalari ham muhim rol o'ynaydi. Auditorlik firmalari bozor infratuzilmasining eng muhim elementlaridan biri bo'lib, mulkdorlar va davlatning mulkiy manfaatlarini himoya qilish maqsadida mustaqil moliyaviy nazoratni amalga oshiradi.

O`zbekistonda audit O`zbekiston Respublikasi «Auditorlik faoliyati to`g`risida»gi qonuni asosida amalga oshiriladi.

**Audit** xo`jalik yurituvchi subyektlarni mustaqil ekspertiza va moliyaviy hisobotini tahlil etuvchi tashkilotdir. Buni shunga vakil qilingan shaxslar auditorlar (auditorlik firmalari) bajaradilar .

Auditning asosiy maqsadi moliyaviy va xo`jalik operatsiyalarining to`g`riligi va ularning O`zbekiston Respublikasi qonunchiligi va boshqa me`yoriy hujjatlariga nechog`lik mosligini aniqlash, bularning to`la-to`kisligi, aniq - ravshanligi, buxgalteriya hisobi yoki boshqa moliyaviy hisob yuritishga qo`llanilayotgan talablarga nechog`lik monandligini aniqlashdan iboratdir. Audit tarkibiga yana konsalting, ya`ni mijoz bilan shartnoma tuzib, xizmatlar ko`rsatish ham kiradi.

Auditorlik faoliyati xo`jalik yurituvchi subyektlarning faoliyati ustidan maxsus vakolat olgan davlat idoralarining nazorati o`rnini bosmaydi. Auditning asosiy «harakatlanuvchi shaxsi» auditor va auditorlik firmasidir. Auditor belgilangan tartibda auditorlik faoliyati bilan shug`ullanish huquqini olgan hamda auditorlik kasbi ro`yxatiga kiritilgan mutaxassisdir. Auditorlik firmasi yuridik va jismoniy shaxs tomonidan tuzilib, belgilangan tartibda ro`yxatdan o`tgach, ustaviga ko`ra auditorlik xizmati ko`rsatish bilan shug`ullanuvchi tashkilot.

Auditorlik firmalari kichik korxonalar, mas`uliyati cheklangan jamiyatlar va boshqa korxonalarining tashkiliy-huquqiy shakllarida ochilishi mumkin, ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyatlari bundan mustasno.

Quyidagilarga auditorlik tekshiruvini o`tkazish ta`qiqlanadi:

- tekshirilayotgan xo`jalik yurituvchi subyektning rahbarlari va boshqa mansabdor shaxslari bilan yaqin qarindosh bo`lgan shaxs;

-tekshirilayotgan xo`jalik yurituvchi subyektda shaxsiy-mulkiy manfaatlari bo`lgan shaxs;

-xo`jalik yurituvchi subyektning rahbarlari, muassasalari yoki mulkdorlari;

-tekshirilayotgan xo`jalik yurituvchi subyekt yoki uning filiallari xodimi;

-davlat hokimiyati va boshqaruvi idoralarining mansabdor shaxslari;

-kreditorlar, investorlar va boshqa manfaatdor shaxslar.

Auditorlar va auditorlik firmalari davlat ro`yxatidan o`tib, litsenziya olganlaridan keyin faoliyat boshlaydi.

Auditorlar va auditorlik firmalari qonunda belgilab qo`yilgan tartibda O`zbekiston Respublikasining Adliya Vazirligida Davlat ro`yxatidan o`tadi.

Auditorlik faoliyati bilan shug`ullanish huquqi uchun litsenziya davlat ro`yxatidan o`tgandan keyin beriladi. Ularni berish tartibini O`zbekiston Respublikasining Vazirlar Mahkamasi belgilaydi.

Auditorlar (auditorlik firmasi) quyidagi huquqlarga ega:

- xo`jalik yurituvchi subyektning hisobotini audit qilish va tuzilgan shartnomaga binoan konsalting xizmati ko`rsatish;

- O`zbekiston Respublikasining «Auditorlik faoliyati to`g`risida»gi qonuni va boshqa me`yoriy hujjatlar talablariga binoan tekshiruvning shakl va usullarini mustaqil belgilash;

- tekshirilayotgan obyektida ham, uchinchi shaxslar qo`lida ham bo`lgan, tekshirilayotgan xo`jalik yurituvchi subyektlarning mulkiy holati va faoliyatiga daxldor hujjatlar bilan tanishish imkoniyatiga ega bo`lish;

- o`tkazilayotgan tekshirish yoki ko`rsatilayotgan auditorlik xizmati munosabati bilan tekshirilayotgan xo`jalik yurituvchi subyekt rahbarlari va boshqa xodimlaridan, shuningdek uchinchi shaxslardan og`zaki yoki yozma tarzda zarur izohlar olish;

- litsenziyadan mahrum etish haqida qaror qabul qilinganida sudga ariza bilan murojaat etish va hokazo.

Auditor (auditorlar firmasi)ning burchlari:

- auditor tekshiruvini sifatli, mukammal o`tkazish, tekshiruvlar o`tkazish bilan aloqador boshqa auditorlik xizmati ko`rsatish;

- tekshirilayotgan xo`jalik yurituvchi subyekt rahbariyatiga tekshiruv vaqtida aniqlangan qonunchilikning buzilish hollari va buxgalteriya hisoboti yuritish hamda moliyaviy hisobotni tuzishga qo`yilgan talablarning buzilish dalillari haqida ma'lumot berish;

- o`z vazifalarini bajarish chog`ida ma'lumotlarni sir saqlash. Mijozga zarar etkazadigan ma'lumotlar faqat sudning talabi bilan oshkor qilinishi mumkin;

- uzrli sabablar bo`lmasa, o`z faoliyatini to`xtatmaslik, uni oxiriga yetkazish va xulosa chiqarish;

- mabodo ishi va xulosalarida xolis va obyektiv bo`lishning imkoni bo`lmay qolsa, o`z faoliyatini to`xtatish.

Auditorni mijoz bilan shartnoma tuzgan auditorlik firmasi xo`jalik yurituvchi subyekt mulkdorlari bilan kelishilgan holda tayinlaydi.

Xo`jalik yurituvchi subyekt mulkdorlari qarori bilan yoki audi-torni tayinlagan yuridik shaxsning qaroriga ko`ra, auditor chaqirib olinishi mumkin, auditor bu haqda barvaqt yozma tarzda, uning xizmatidan voz kechish sabablarini ko`rsatib xabardor qilinadi.

Tekshiruv vaqtida yoki buyurtmaga ko`ra, boshqa ishlar qilinayotganida xizmatdan voz kechilsa, xo`jalik yurituvchi mulkdor auditor xizmatiga haq to`lashi shart.

Surishtiruv organi, proquror, tergovchi va sud topshirig`i bilan auditorlik tekshiruvni o`tkazilsa, xarajatlar tekshirilayotgan xo`jalik subyekti zimmasiga tushadi, uning qo`lida yetarli mablag` bo`lmasa, tekshiruvni tayinlagan organ zimmasiga tushadi.

Agar xo`jalik yurituvchi subyekt qo`lida zarur mablag` bo`lsa-yu, tekshiruv xarajatlarini to`lashdan bo`yin tovlasa, prokuror auditor yoki auditorlik firmasining mulkiy manfaatlarini himoya qilib tegishli sudga murojaat qilishi shart.

Xo`jalik yurituvchi subyekting rahbarlari va boshqa mansabdor shaxslari auditorning talabi bilan quyidagilarni bajarishi shart:

- moliyaviy-xo`jalik faoliyatiga daxldor hujjatlarni berishi;

- og`zaki yoki yozma tarzda izohlar berishi;

- tekshirilayotgan obyektning moliyaviy-xo`jalik faoliyatini sifatli ekspertiza qilish uchun boshqa zarur shart-sharoitlarni yaratishi.

«Auditorlik faoliyati haqida»gi qonun va boshqa qonun hujjatlarining qoidalarini auditorlik tekshiruv vaqtida buzganlik uchun auditor va auditorlik firmasi javobgar hisoblanadi va quyidagi javobgarlikka tortiladi:

- O'zbekiston Respublikasi qonunchiligiga binoan mulkiy va ma'muriy javobgarlikka;

- litsenziya huquqini to'xtatib qo'yish yoki auditorlik faoliyati bilan shug'ullanish huquqini beradigan litsenziyadan mahrum etishgacha (litsenziya bergan organ qaroriga muvofiq) bo'lgan intizomiy jazolar beriladi.

Auditor faoliyatini tartibga solib turish uchun qonunchilikda auditorlar palatasini ochish nazarda tutilgan.

O'zbekistondagi aksariyat auditorlik firmalarini auditorlarning o'zlari tashbuskor bo'lib tuzgan, ammo mustaqil audit o'tkazish uchun ularning soni yetarli emas. Bu muammoni hal etish uchun Davlat mulk qo'mitasi tashabbusi bilan 1996-yilning may oyida qimmatli qog'ozlar bozori qatnashchilariga maslahat-auditorlik va axborot xizmati ko'rsatish uchun maxsus agentlik «Konsauditinform» tashkil etildi. Hozirgi kunda qo'shma korxonalar auditi, hissadorlik jamiyatlari auditi, investitsiya fondlarining auditi va sug'urta kompaniyalarining auditi shakllandi.

### **6.8. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini axborot bilan ta'minlashni tashkil etish**

Biznes faoliyatini yetarli va aniq axborotlarsiz amalga oshirish mumkin emas. Bu axborotlar biznes uchun zarur ma'lumotlar, xabarlar majmuasidan iborat bo'ladi. Axborot ishlab chiqaruvchilar, tovarni sotuvchilar va xaridorlar o'rtasidagi aloqa shaklidir.

Ishbilarmonlar asosan turli xil axborotlar statistik, moliyaviy, operativ, tashkiliy axborotlar, farmoyish tarzidagi axborot, buxgalterlik, marketing axboroti, ta'minot, xodimlar bo'yicha, ma'lumotga oid axborot va boshqa axborotlar bilan ishlaydilar. Axborotlar yana ichki va tashqi, dasturiy va me'yoriy axborotlarga bo'linadi.

Ichki axborot kichik korxonalar yoki savdo tashkiloti ichki materiallaridan iborat bo'ladi hamda korxonalar faoliyati, uning texnik iqtisodiy ko'rsatkichlarini moddiy va mehnat xarajatlari hajmi, naqd pul harakati, debitorlik va kreditorlik qarzlari haqidagi ma'lumotlarni o'zida aks ettiradi.

Tashqi axborotlar mahsulot ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar, hokimiyat idoralari, banklar, raqobatchilar va boshqa tashkilotlar bilan bo'ladigan aloqalarni ifodalaydi. U tovarlarni sotish va xarid qilish shartlari haqidagi tashqi muhit xabarlaridan iborat bo'ladi.

Foydalanish vaqti bo'yicha axborotlar operativ, davriy va uzoq muddatli, o'zgarish darajasi bo'yicha birlamchi va ikkilamchi axborotga bo'linadi.

Tadbirkorlikda iqtisodiy axborotlar yetakchi rol o'ynaydi, chunki ular tovar ishlab chiqarish, moddiy boyliklarni taqsimlash, ayirboshlash va iste'mol qilish jarayonidagi munosabatlarni aks ettiradi.

Kichik korxonalar uchun fan-texnika axborotlarning roli ham muhim, ular ishlab chiqarishni ilmiy-texnik taraqqiyot asosida rivojlanishni aks ettiradi.

Doimiylik darajasi bo'yicha axborotlar doimiy, shartli-doimiy va o'zgaruvchan bo'ladi. Doimiy axborot o'z ma'nosini uzoq vaqt davomida o'zgartirmaydi (shaharlar, korxonalar, savdo tashkilotlari nomlari, tovar turlari va boshqalar haqidagi axborotlar).

Shartli-doimiy axborotlar ma'lum vaqt davomida o'z ma'nosini saqlab turadi. Unga mahsulot tayyorlash uchun texnik shartlar, me'yorlar, tarif miqdorlari, lavozim, ish haqi va hokazolar kiradi.

O'zgaruvchan axborotlar xarid qilish va sotishning o'sishini aks ettiradi. Ular qaror qabul qilish uchun doimo tezlik bilan qayta ishlashni talab qiladi, aks holda, ularni olishdan ma'no qolmaydi.

Har qanday axborot hujjatlarda aks ettiriladi. Hujjat axborot tarqatuvchi vositadir.

Nafaqat ishbilarmonlar, balki bu hujjatlarni o'quvchi, ulardan foydalanuvchi, ularni qayta ishlovchi va saqlovchi odamlarning mehnat xarajatlari hujjatning shakllariga bog'liq. Biznesda keraksiz hujjatlarning bo'lishi mumkin emas.

Axborotlar oqimi muvaffaqiyatli biznes uchun kerakli aloqalarni ta'minlaydi. Bunday aloqalar tovar ishlab chiqaruvchilar va ularning iste'molchilari, mahsulotlarni sotuvchilar va xaridorlar, turli muassasalar o'rtasida zarurdir.

Axborot almashish kichik biznes faoliyati va xususiy tadbirkorlikning eng murakkab muammolaridan biridir.

Samarali ishlayotgan ishbilarmonlar aloqa va axborot vositalaridan o'z o'rnida unumli foydalanayotgan kishilardir. Ular aloqa va axborot jarayonlarining mohiyatini tushunadilar, og'zaki va yozma muomalaning uddasidan chiqa oladilar.

**Aloqa jarayoni** ikki yoki undan ortiq kishilar o'rtasida axborot ayirboshlash jarayonidir. Aloqa qilish jarayonining asosiy vazifasi almashuv mavzui bo'lgan axborotni tushunishni ta'minlash. Ammo axborot almashuvining o'zi axborot almashuvida ishtirok etayotgan ishbilarmonlarning aloqalari samaradorligiga kafolat bermaydi.

Axborot almashuvi jarayonida to'rtta element ishtirok etadi: axborot jo'natuvchi, xabar-axborotning o'zi, kanal-axborotni uzatuvchi vosita va axborot oluvchi. Bu zaminij elementlarning ishi aniq yo'lga qo'yilgan bo'lishi, axborot buzilgan bo'lmasligi kerak.

Axborot almashuvi chog'ida ikki tomon (sotuvchi va xaridor) muhim rol o'ynaydi. Agar sotuvchi tovar narxini aytsa, bu faqat axborot almashuvining boshlanishi. Axborot almashuvi samarali bo'lishi uchun xaridor tovarni shu narxga xarid qilishga rozi ekanligini sotuvchiga xabar qilishi lozim.

Agar bir tomon axborotni taqdim etsa va boshqa tomon uni buzmasdan qabul qilsa, u holda axborot almashuvi sodir bo'ladi. SHu bois aloqa jarayoniga alohida e'tibor berishi kerak.

Aloqa texnikasi turli-tumandir. Biznesda aloqa texnikasi vositalaridan biri kompyuterlashtirishdir.

Kompyuterlashtirishning ahamiyati bozor munosabatlariga o'tish, ishbilarmonlarning jahon bozoriga chiqish munosabati bilan taqqoslab bo'lmaydigan holda o'smoqda. Ma'lumki, jahon amaliyotida kompyuterlashtirish kundalik va muhim texnika bo'lib qolgan.

Kompyuterlar yordamida biznes-rejalar tuziladi, mehnatga haq to`lash ishlari amalga oshiriladi, bozorlar tadqiq qilinadi, chakana va ulgurji savdolar o`rganiladi.

Aytilganlardan kelib chiqib, xulosa qiladigan bo`lsak, axborot biznesda, kichik va xususiy tadbirkorlikda katta ahamiyatga ega bo`lib, ular qabul qilinayotgan qarorlarning manbai hisoblanadi. Haqiqatda axborotlarsiz, kerakli ma`lumotlarsiz hech kim ishlay olmaydi. Qabul qilinayotgan qarorlarning amaliyligi, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning samaradorligi axborotlar sifatiga, uni o`z vaqtida yig`ish, uzatish va qayta ishlashga bog`liq.

Axborotlar majmui tadbirkorlik faoliyati axborot tizimini tashkil qiladi. Tadbirkorlik faoliyatining axborot tizimi o`z ichiga kerakli axborotlar, hujjatlar, biznes tadqiqotlari tizimi, aloqa kanallari va texnik vositalarni qamrab oluvchi murakkab axborot tuzilmasidir.

Tadbirkorlar o`z ish kunlarini kichik va xususiy korxonalar, savdo korxonalarini ishi haqidagi ma`lumotlar, mahsulotlarga buyurtmalar va mahsulotni ortib-jo`natish haqidagi teleks hisobotlari bilan tanishish, haqiqiy va reja ko`rsatkichlarining o`zaro munosabatlari, ishlab chiqarish xarajatlarini o`rganishdan boshlaydilar. Ular mahsulotlarni joriy va o`tgan vaqtda sotilishi, tovar-moddiy zahiralari, mehnatni tashkil qilish va unga haq to`lash, transportda tashish va aholiga boshqa xizmatlar ko`rsatish haqidagi axborotlarni sanoqli daqiqalarda oladilar. Bunda ularga hisoblash texnikasi va axborotlarni qayta ishlash jarayonini kompyuterlashtirish yordam beradi.

Yig`ilgan va qayta ishlangan axborotlar tadbirkorlarga boshqaruv qarori qabul qilishda yordam beradi. Samarali ishlayotgan korxonalar yig`ilayotgan axborotlar sifatini oshirish va miqdorini ko`paytirishga yetarli darajada kuch sarflaydilar. Ular o`z xodimlarini sodir bo`layotgan voqealarni qayd qilish va ular haqida xabar qilishga o`rgatadilar hamda buning uchun taqdirleydilar. Firma ulgurji va chakana sotuvchilar va boshqa ittifoqchilarini muhim xabarlarini uzatishga rag`batlantiradi. Ishbilarmonlarga raqiblari haqida axborotlar zarur. Bunday axborotlarni raqiblar tovarlarini xarid qilish orqali «ochiq eshiklar kuni»da, ixtisoslashtirilgan ko`rgazmalarga borganda olishlari mumkin. Raqiblar haqidagi ma`lumotlarni ularning hisobotlarini o`qib va hissadorlar majlislarida ishtirok etib, raqib korxonalar xodimlari, raqiblarga mol yetkazib beruvchilar va xaridorlar bilan suhbatlashib ham olish mumkin.

Raqiblarning reklamalari yig`indisi, ularning reklama xarajatlari va ular foydalanayotgan reklama vositalari to`plamini olish uchun reklama byurosining pullik xizmatlariga murojaat qilinadi.

Tadbirkorlarga mijozlar, dilerlar va bozorda harakat qiluvchi raqobatchilar haqida ma`lumotlar kerak. Bozor munosabatlariga o`tish yanada kengroq va sifatliroq axborotlar olish zarurligini shart qilib qo`yadi.

Tadbirkorlar uchun xaridorning tovar xususiyatlariga munosabatlarini oldindan bashorat qilish borgan sari qiyinlashmoqda va ular tadqiqotlarga murojaat etmoqdalar. Ishbilarmonlarga borgan sari ko`proq axborotlar kerak bo`ladi va ularga doimo axborot etishmaydi. Shuning bilan bir vaqtda, ishbilarmonlar kerakli aniq va foydali ma`lumotlarni yetarli miqdorda yig`a olmayotganliklaridan shikoyat qiladilar.

Ba`zi korxonalarda joriy axborotlarni yig`ish va tarqatish bo`yicha maxsus bo`limlar yoki laboratoriyalar tashkil etilgan. Bu bo`lim xodimlari kerakli

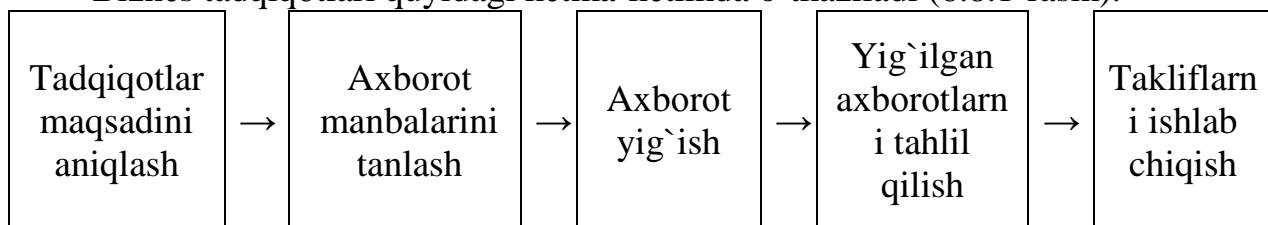
axborotlarni qidirib topish uchun eng muhim nashrlar, gazeta va jurnallarni ko`zdan kechiradilar va ishbiarmonlarga maxsus tayyorlangan axborot varaqalarini jo`natadilar. Bunday xizmatlar tadbirkorlarga kelib tushayotgan axborotlar sifatini keskin oshirishga imkon beradi.

Ishbiarmonlarda, qoidaga ko`ra, o`z kuchlari bilan biznes tadqiqotlari o`tkazish uchun vaqt va ko`nikma mavjud emas, shuning uchun ular bunday tadqiqotlarni buyurishga majburlar. Korxonada shartnoma asosida tadqiqot o`tkazishga qandaydir ilmiy tadqiqot instituti yoki oliy o`quv yurtiga buyurtma berishi mumkin. Yirik korxonalar o`z tadqiqot bo`limlari va laboratoriyalarini ochishlari mumkin. Bo`lim xodimlari orasida muhandislar, iqtisodchilar, so`siologlar, psixologlar, biznes bo`yicha mutaxassislar bo`lishi maqsadga muvofiqdir.

Biznes tadqiqotlari tizimi quyidagilarni o`z ichiga oladi:

- bozorni tadqiq qilish;
- reklama vositalari va e`lonlari samaradorligi;
- xodimlarning ishga faolligi;
- raqiblar tovarlari;
- narx-navo siyosati;
- tovar assortimentlari;
- xalqaro bozorlarni o`rganish;
- axborotlar bilan ta`minlashni tadqiq qilish;
- xodimlar bilan ishlash siyosati va xodimlarning faoliyatini baholashni o`rganish va hokazo.

Biznes tadqiqotlari quyidagi ketma-ketlikda o`tkaziladi (6.8.1-rasm).



**6.8.1-rasm. Biznes tadqiqotlarini o`tkazish ketma-ketligi**

Tadqiqotchilar tadqiqotning dastlabki bosqichida muammoni aniq belgilashlari va tadqiqot maqsadini belgilab olishlari kerak. Axborotlarni yig`ish ancha og`ir va mas`uliyatli ishdir. Muammoni mujmal yoki noto`g`ri belgilash ishlab chiqarish bilan bog`liq bo`lmagan xarajatlarga olib keladi. Aniq qo`yilgan maqsad muammoni hal etish asosidir.

Tadqiqotning keyingi bosqichida buyurtmachini qiziqtirayotgan axborot turi va uni eng samarali yig`ish yo`lini aniqlash zarur. Tadqiqotchi ikkilamchi yoki birlamchi axborotlar yoki ikkalasini bir vaqtda yig`ishi mumkin.

**Ikkilamchi axborot** avval boshqa maqsadlar uchun yig`ilgan mavjud axborotdir.

Quyidagilar ikkilamchi axborot manbalarini tashkil etadi:

- korxonalarining hisobotlari;
- bo`lg`usi tadqiqotlar to`g`risidagi hisobotlar;
- davlat muassasalarining nashrlari;
- korxonada, muassasalarining balans hisobotlari;



- statistik ma'lumotlar;
- birjalar ma'lumotnomalari;
- gazeta va jurnallar, radio, televidenie eshittirishlari va h.k.

Ikkilamchi axborot tadqiqotning boshlang'ich nuqtasi bo'lib xizmat qiladi. U arzon tushishi va olinishi osonligi bilan ajralib turadi. Ammo tadqiqotchiga kerakli ma'lumotlar eskirgan, noaniq, to'liqsiz yoki ishonchsiz holda etib kelishi mumkin. Bu holda tadqiqotchining yanada ko'proq mablag'lar va vaqt sarflashi orqali birlamchi axborot yig'ishiga to'g'ri keladi.

**Birlamchi axborot** aniq maqsad uchun birinchi marta yig'iladigan axborotdir. Birlamchi axborot yig'ishning uchta usuli bor:

1. Kuzatish usuli.
2. Tajriba usuli.
3. So'rov usuli.

**Kuzatish** birinchi axborot yig'ishning eng asosiy uslublaridan biri bo'lib, unda tashkilotchi odamlar va vaziyatlar ustidan bevosita kuzatish olib boradi. Kuzatish foydali g'oyalarga, raqiblar tajribasini o'rganishga olib kelishi mumkin.

Ma'lumot yig'ishning boshqa usuli **tajriba**.

Tajriba tadqiqotlari o'zaro taqqoslanayotgan subyektlar guruhini tanlash, bu guruhlar uchun turli xil holatlarni yaratish, taqqoslanayotganlar ustidan nazorat va kuzatilayotgan farqlarning darajasi va ahamiyatini belgilashni talab qiladi.

Bunday tadqiqotning maqsadi kuzatish natijalarini ziddiyatli izohlashlarni saralash yo'li bilan sabab-natija munosabatlarini ochib tashlashdan iborat.

**So'rov** tajriba-sabab-natija aloqalarini aniqlashda tadqiqot o'tkazishning eng qulay usulidir.

Biznes tadqiqotchisi ishga kirishishdan oldin ish rejasini ishlab chiqishi kerak. Rejada kimdan so'rash kerakligi, so'rovga qancha miqdordagi odamlarni jalb qilish zarurligi, so'raluvchilarni qanday tartibda tanlab olish, ishni bajarish muddati va hokazolar belgilangan bo'lishi kerak.

Tadqiqotchi o'zi uchun qanday axborotlar zarurligi va bular ko'proq kimlarda bo'lishini hal qilishi kerak.

Tadqiqot rejasini ishlab chiqish va axborotlarni yig'ish tadqiqotning eng qiyin va ahamiyatli bosqichidir. Bunda kerakli axborotlarni qaerdan olish, birinchi navbatda kimlardan so'rashni aniqlash kerak bo'ladi. Ba'zi bir so'raluvchilar uyda ham, ishda ham bo'lmasliklari mumkin. Boshqa birovlar so'rovda ishtirok etishdan bosh tortishlari, yana birlari esa g'araz bilan, samimiy bo'lmagan holda javob berishlari mumkin. Bulardan tashqari, belgilangan axborotlar bo'lgan hujjatlar bilan tanishishda ham qiyinchiliklar vujudga keladi.

Tadqiqotning keyingi bosqichi yig'ilgan axborotlarni tahlil qilish, ya'ni olingan ma'lumotlar majmuasidan eng muhim ma'lumotlar va natijalarni ajratib olishdir. Yig'ilgan axborotlar olingan ma'lumotlarni statistik yoki iqtisodiy-matematik uslub orqali qayta ishlash yo'li bilan tahlil qilib, o'rganiladi.

Biznes faoliyatini axborot bilan ta'minlashning asosiy vazifasi barcha martabadagi ishbilarmonlarga o'zlarini qiziqtiradigan barcha masalalarga doir ma'lumotlarni o'z vaqtida yetkazib berishdan iboratdir .

Axborotlarga ehtiyoj kichik biznes va xususiy tadbirkorlik axborotlar bilan ta'minlanishining asosiy sharti hisoblanadi. Ehtiyoj esa tadbirkorlarning bajarayotgan ishlarini hisobga olgan holda kichik tadbirkorlikning maqsadi hamda vazifalaridan kelib chiqib aniqlanadi. Axborotlar hajmi, ularning turlari, ularda qayd qilingan kerakli ma'lumotlarning miqdori, ko'rsatkichlarini aniqlash, axborotlar bilan ta'minlash tizimi tashkilotchilarining birinchi navbatdagi ishi hisoblanadi. Tadbirkorlar samarali ishlashi uchun yetarli miqdordagi axborotlar bilan ta'minlangan bo'lishlari kerak. Axborot to'g'ri, ishonchli va aniq bo'lishi, o'z vaqtida kelib tushishi lozim.

Har bir kichik korxonada hujjatlarni o'rganish jarayonida doimiy, o'zgaruvchan va hosila axborotlar, ularning davriyligini, qaror qabul qilishda ishlatilishini aniqlash kerak.

Hujjatlarni bajarilayotgan biznesning u yoki bu xizmatlariga tegishli ekanligini aniqlash uchun texnik, rejaviy, moliyaviy, me'yoriy, dasturiy va hokazo yo'nalishlar bo'yicha guruhlariga ajratish mumkin.

Hujjatlarni bunday turkumlash hujjatlar harakatining umumiy qonuniyatini aniqlash, hujjatlarning tuzilishi, ma'lumotlarni qayta ishlash ketma-ketligini, xodimlarni ish bilan band qilish darajasi hamda hisoblash texnikasini belgilashga imkon beradi.

Shunday turkumlash asosida hujjatlar aylanuvi tahlil qilinadi. Bu esa ma'lumotlarni qayta ishlash tizimining umumiy ko'rsatkichlarini aniqlash va uni takomillashtirish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqishga imkon beradi. Hujjatlarning shakllanishi va harakati qonuniyatini hisobga olgan holda hujjatlar aylanuvi tasvirini ko'rish mumkin. Tasvirlar hujjatlarning tarkibi va qayta ishlanishini batafsil tadqiqot qilish natijalarini umumlashtirish bo'ladi. Ular yordamida bajarilayotgan ish turlari, hujjat shakllari va xodimlar vazifalari orasida mavjud aloqalar va o'zaro bir-birlarini almashtirishni grafik shaklida ko'rgazmali tasvirlash mumkin bo'ladi.

Axborot oqimlarini tashkil qiluvchi manbalar:

- axborot manbalari va iste'molchilarni aniqlash;
- hujjatlarni ishlab chiqish;
- axborotlarni yig'ish, uzatish, qayta ishlash va saqlash uchun texnik vositalarni aniqlash hamda hujjatlarni tuzish;
- rasmiylashtirish, ro'yxatdan o'tkazish, muvofiqlashtirish va tasdiqlash tartiblarini belgilashni o'z ichiga oladi.

Kichik biznesni axborot bilan ta'minlashni tashkil qilishda mavjud hisoblash va perfokartali texnikalarning mavjudligi, axborotlarni yig'ish, qayta ishlashni avtomatlashtirish va mexanizatsiyalashtirish darajasidan kelib chiqish kerak.

Texnik vosita qancha mukammal bo'lsa, biznesmen, ishbilarmon mehnatini tashkil qilish shunchalik samarali bo'ladi. Kichik biznesni axborot bilan ta'minlashni ikki asosiy sinfga bo'lish mumkin: tashkil qilish texnik vositasi va hisoblash mashinalari.

Tashkil qilish texnik vositalariga axborotlarni olish va qayta ishlash, nusxa ko'chirish va ko'paytirishga mo'ljallangan turli xil uskunalar, moslamalar, mashinalar hamda aloqa vositalari kiradi. Bunga yana axborot tashuvchilar va xizmat ko'rsatish vositalari, xizmat xonalari asbob-uskunalarini ham kiritish mumkin.

Ishbilarmonlar o'z ishlarida ko'plab oddiy qurol va moslamalardan: qalamlar, ruchkalar, schyotlar, idora daftarlari, jadvallar, grafiklar, va hokazolardan foydalanadilar.

Kichik biznes faoliyatini axborot bilan ta'minlashni tashkil qilish, hujjatlarni saqlash vositalari: tokchalar, javonlar, karto-tekalar, magnit tasmalari, magnit va lazer disklerini ko'zda tutadi. Aloqa vositalarining: telefon, teleks, direktorlik va dispetcherlik kommutatorlari, radioaloq a, chaqirish va avariya signal berish qurilmalari va hokazolarning mavjudligi ham muhimdir.

Biznesda xilma-xil idishlar, tarozilar, soatlar, hisoblagichlar va axborot datchiklari, turli xil o'lchov asboblari, yozuv va nusxa ko'chirish mashinalari ham muhim ahamiyatga ega.

Biznesda ma'lumotlarni qayta ishlash uchun yuzlab turdagi hisoblash mashinalaridan foydalaniladi. Bu mashinalarni quyidagi guruhlariga bo'lish mumkin:

- hisoblash-klavishli mashinalar;
- hisoblash-perfokartali mashinalar;
- elektron-hisoblash mashinalari.

Hisoblash-klavishli mashinalar eng sodda arifmetik amallarni bajarishga imkon beradi. Hisoblash-perfokartali mashinalar qo'shish, olish, ko'paytirish va bo'lishni hamda eng murakkab amallarni bajaradi.

Elektron -hisoblash mashinalari murakkab mantiqiy operatsiyalarni: taqqoslash, keyingi amalni tanlash, ishlab chiqarilgan dasturlar bo'yicha murakkab hisoblarni bajarish qobiliyatiga ega.

Biznesda texnik vositalardan foydalanishni tashkil qilish shakllari turli-tuman. Kichik korxonalarda mashina-hisoblash stansiyalari tashkil qilinadi.

Ko'pgina ishbilarmonlar axborot-hisoblash markazlari xizmatlaridan xo'jalik shartnomalari asosida foydalanadilar.

Axborotlar bilan ta'minlashni tashkil qilish axborotlarni yig'ish, uzatish va qayta ishlash bilan mashg'ul xodimlar mehnatini ham tashkil qilishni ko'zda tutadi. Unumli mehnat uchun quyidagilar zarur:

- ishchi o'rinlarini tashkil qilish va ularga xizmat ko'rsatish;
- mehnatni aniq taqsimlash va birlashtirish;
- mehnat jarayonlarini mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirish, xodimlar mehnati va hayotining qulay sanitariya -gigiyena sharoitlarini yaratish.

Tadbirkor tomonidan qabul qilinayotgan boshqaruv qarorlari xususiyatlarining tahlili tadbirkorning axborotga ehtiyojini aniqlash uchun obyektiv asos bo'ladi. Qaror qabul qilish uchun turli-tuman axborotlar kerak. Bular, avvalo, biznesni ta'riflovchi ichki axborotlardir. Moddiy va mehnat zahiralari, ishlab chiqarish texnologiyasi, mahsulotlarning tannarxi, korxonada yuklarni tashish, xodimlar mehnatiga haq to'lash, ularning malakalarini oshirish va boshqalar shunday axborotlardan bo'lishi mumkin.

Bunday axborotlar operativ xarakterga ega bo'lib, mahsulot ishlab chiqarish va sotishni hamda biznesning iqtisodiy ko'rsatkichlarini aks ettiradi.

Ichki axborotdan tashqari tadbirkorga tashqi axborot ham kerak bo'ladi. U keng doiradagi ma'lumotlardan iborat bo'lib, ishbilarmonga bozor, tovarlar narxlari, transport xarajatlari, eng yangi uskunalar va ilg'or texnologiya, biznesning uni

qiziqtirgan sohasidagi fan va amaliyot yutuqlari, raqiblari haqida ma'lumotlar beradi. Bulardan tashqari har bir ishbilarmon soliqlar, tadbirkorlik haqidagi qonunlar, mehnat qonunchiligi va boshqa me'yoriy hujjatlarni yaxshi bilishi kerak.

Tadbirkorga yana ijtimoiy-psixologik axborotlar:

- tabiiy muhitning ekologik holati;

- mahsulot iste'molchilarining yashashi va maishiy sharoitlari haqidagi axborotlar ham kerak.

Tadbirkor qo'yilgan vazifalardan kelib chiqqan holda eng zarur axborotlarni tanlab olishi, ular bilan tanishishi, keraksiz va kam ahamiyatga ega ma'lumotlarni tashlab yuborishi hamda u yoki bu masala bo'yicha boshqaruv qarorini ishlab chiqishi zarur.

Ishbilarmon axborot bilan bog'liq o'z ishini hamda axborotlarni tayyorlovchi o'z xodimlari mehnatini samarali tashkil qilishi kerak. Aks holda rahbarga tasodifiy ma'lumotlar etib borishi mumkin.

Tadbirkorga axborot xizmati ko'rsatishni tashkil qilishda eng asosiy ortiqcha ma'lumotlarni saralovchi ishonchli filtni yaratishdir. Tadbirkorning yordamchilari ana shunday filtr bo'lishlari kerak.

### **Qisqa xulosalar**

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, firmalar va boshqa yuridik shaxslar bilan bo'ladigan iqtisodiy munosabatlar, ya'ni olingan daromadlardan soliq to'lash, transport, kommunal xizmatlari uchun barcha turdagi to'lovlar, shuningdek olinadigan kreditlar va boshqa hisob-kitoblar banklar orqali amalga oshiriladi.

Bank operatsiyalari aktiv va passiv operatsiyalardan iborat bo'ladi. Passiv operatsiyalar pul mablag'larini ma'lum bir yo'nalishga safarbar etishga qaratilgan bo'ladi. Aktiv operatsiyalar turli xarakterdagi kreditlar berish bilan bog'liqdir.

Soliqlar qonun bilan belgilangan, budjetga majburiy to'lanadigan pul to'lovlaridir. Soliqlar, avvalo, davlatning vazirliklarini moliyaviy mablag'lar bilan ta'minlash zaruratidan kelib chiqadi. O'zbekiston Respublikasida umumdavlat va mahalliy soliqlar amal qiladi. 2005-yilning 1-iyulidan boshlab, mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun yagona soliq tizimi joriy etilgan.

Tadbirkorlikning iqtisodiy faoliyat yuritishlari, moliyaviy va buxgalteriya hisob-kitoblarini to'g'ri amalga oshirishlarida auditorlik xizmati muhim o'rin tutadi. Auditning asosiy maqsadi korxonalarining moliyaviy va xo'jalik operatsiyalari to'g'riligi va O'zbekiston qonunchiligiga mosligini aniqlashdan iborat.

### **Nazorat va muhokama uchun savollar**

1. Bankning passiv va aktiv operatsiyalarining mohiyati nimada?
2. Bankda kredit berish tartibi qanday tashkil etilgan?
3. Banklar bilan tadbirkorlar o'rtasida bajariladigan operatsiyalarda o'zaro munosabatlar qanday tashkil etiladi?

4. Banklar bilan tadbirkorlar o`rtasidagi valyuta operatsiyalari qanday bajariladi?
5. Tadbirkorlik faoliyatida soliq solish tartibini izohlab bering.
6. Soliq solish obyekti va bazasi nima?
7. Soliq stavkalarining tarkibi qanday tuzilgan?
8. Aksiz solig`i nima? Uning amal qilish tartibi qanday?
9. Auditning asosiy maqsadi nimalardan iborat?
10. Auditorlarning huquq va burchlari nimalardan iborat?
11. Kichik biznes faoliyatida axborotning mohiyati va ahamiyati nimada?
12. Biznesda axborot turlari va ularning tutgan o`rni qanday?
13. Axborot almashinuvining asosiy elementlari nimalardan iborat?
14. Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishda axborotlar tizimidan qanday foydalanadilar?

### **Adabiyotlar**

1. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi: 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma`ruzasi. – T.: O`zbekiston, 2011.– 48 b.
2. Karimov I.A. Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi: O`zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining qo`shma majlisidagi ma`ruzasi. -T.: O`zbekiston, 2010.– 56 b.
3. O`zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi “Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi” mavzusidagi ma`ruzasini o`rganish bo`yicha O`quv-uslubiy majmua. – T.: Iqtisodiyot, 2011. – 377 b.
4. Boltabayev M.R., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva Sh.J., G`oyipnazarov B.K., Samadov A.N., Xodjayev R.S. Kichik biznes va tadbirkorlik. – T.:ADIB NASHRIYOTI, 2011. – 283 b.
5. G`oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik – mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. –T.: Fan, 2011. -185 b.
6. Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. -T.: TDIU, 2010. – 260 b.
7. Предпринимательство: учебник / под. ред. М.Г.Лапусты. – 4-е издательство, доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. - 667 б.
9. Анискин Ю.П. Организация и управление малым бизнесом: Учебное пособие. –М.:Финансы и статистика, 2008. –160.



## **7-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA ISHLAB CHIQUARISH XARAJATLARI VA MAHSULOT TANNARXI TAHLILI**

### **7.1. Ishlab chiqarish xarajatlarining mohiyati, tarkibi va elementlari**

Har bir korxonada mahsulot ishlab chiqarish jarayoni 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 boshqalar) va jonli mehnat sarfi ishlab chiqarish xarajatlarini tashkil etadi.

Korxonaning ishlab chiqarish, sotish va boshqa faoliyati natijasida yuzaga keladigan xarajatlarni quyidagicha turkumlash mumkin (7.1.1-rasm):

1. Ishlab chiqarish jarayonidagi ishtirokiga ko`ra:

- ishlab chiqarish xarajatlari;
- noishlab chiqarish xarajatlari.

2. Ishlab chiqarishda sarf etiladigan resurslar manbaiga ko`ra:

- ichki xarajatlar;
- tashqi xarajatlar.

3. Mahsulot ishlab chiqarish hajmining o`zgarishiga nisbatan:

- doimiy xarajatlar;
- o`zgaruvchan xarajatlar.

4. Mahsulot tannarxiga olib borilishi jihatidan:

- bevosita xarajatlar;
- bilvosita xarajatlar.

5. Korxonaning umumiy ishlab chiqarish, moliyaviy va boshqa faoliyati natijasida yuzaga keladigan:

- mahsulot tannarxiga kiritiladigan xarajatlar;
- davr xarajatlari;
- moliyaviy faoliyat bo`yicha xarajatlar;
- favqulodda zararlar.

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

- bevosita moddiy 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 operacion xarajatlar va zararlar;
- favqulodda zararlar kiradi.



### 7.1.1-rasm. Xarajatlarning turkumlanishi

Ishlab chiqarish jarayonida foydalaniladigan korxonaning o'ziga tegishli resurslar sarfi (masalan, fermer xo'jaligida asosiy vositalar eskirishi, xo'jalikning o'zida ishlab chiqarilgan yem-xashak, organik o'g'itlar, asosiy podaga o'tkazilayotgan yosh chorva mollari va boshqalar) korxonaning ichki xarajatlarini, tashqi mol yetkazib beruvchilar va boshqa subyektlardan sotib olingan resurslar uchun to'lovlar korxonaning tashqi xarajatlarini tashkil qiladi.

Qisqa muddatli davrda mahsulot hajmining o'sishiga nisbatan xarajatlar doimiy va o'zgaruvchi xarajatlarga bo'linadi.

Doimiy xarajatlar mahsulot hajmining o'zgarishiga bog'liq bo'lmay, korxonaning ma'lum bir vaqt oralig'ida sarflashi qat'iy belgilab qo'yilgan o'zgarmas xarajatlarini ifoda etadi. Bunga asosiy vositalarning amortizatsiyasi, boshqaruv xodimlarining ish haqi, sug'urta to'lovlari, telefon uchun abonentlik to'lovi va ijara to'lovlari misol qilib keltirish mumkin. Doimiy xarajatlarning o'ziga xos xususiyati shundan iboratki, mahsulot hajmining oshib borishi bilan bir birlik mahsulotga to'g'ri keluvchi o'rtacha doimiy xarajatlar kamayib boradi.

O'zgaruvchi xarajatlar miqdori mahsulot ishlab chiqarish hajmining o'sishi yoki kamayishiga qarab o'zgarib turadi, ya'ni mahsulot hajmi o'zgarishiga mutanosib bo'ladi. O'zgaruvchan xarajatlar tarkibiga ishchilarning ish haqi va unga nisbatan ajratmalar, xomashyo, yonilg'i-moylash materiallari, yoqilg'i va energiya, transport xarajatlari va boshqa vositalar farqi kiradi. O'zgaruvchan xarajatlarning o'ziga xos xususiyati shundan iboratki, mahsulot hajmining oshib borishi bir birlik mahsulotga to'g'ri keluvchi o'rtacha o'zgaruvchi xarajatlarning o'zgarishiga uncha ta'sir ko'rsatmaydi.

Doimiy va o'zgaruvchi xarajatlar yig'indisi korxonaning umumiy xarajatlarini ( $TS=G\`S+US$ ) tashkil qiladi. Bundan tashqari mahsulot ishlab chiqarishning (Q) bir birligiga sarflangan o'rtacha umumiy xarajatlar tushunchasi ham mavjud. Umumiy



xarajatlar summasini mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bo'lish orqali topish mumkin.

Ishlab chiqarishning dastlabki bosqichida, moddiy resurslar va asosiy vositalar to'la bandlik darajasiga erishmagan davrda, o'rtacha doimiy xarajatlar qiymati yuqori bo'ladi va ishlab chiqarish hajmining oshib borishi bilan u kamayib borish xususiyatiga ega. O'rtacha o'zgaruvchi xarajatlar ishlab chiqarish hajmi optimal chegaraga etguncha kamayib boradi, ammo undan keyin ishlab chiqarishga jalb etilgan ortiqcha resurslar samarasiz bo'lishi tufayli, o'rtacha o'zgaruvchi xarajatlar ortib boradi.

Keyingi har bir qo'shimcha mahsulot birligini ishlab chiqarishga sarflanadigan xarajatlar chegaraviy xarajatlar deb yuritiladi. Uni umumiy xarajatlar summasining o'sgan qismini mahsulot hajmining o'sgan qismiga bo'lish orqali topish mumkin. Chegaraviy xarajatlar ishlab chiqarilayotgan har bir qo'shimcha mahsulot birligi korxonaga qanchaga tushishini ko'rsatadi. Bir birlik mahsulot ishlab chiqarishga ketadigan moddiy, mehnat va boshqa xarajatlar sarfi optimallashtirib borgan sari chegaraviy xarajatlar kamayib boradi. Ammo, korxonaning ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish imkoniyatlari to'liq bandlikka erishgach, keyingi birlik mahsulotni ishlab chiqarish xarajatlari borgan sari qimmatlashib boradi.

Natijada yuzaga keladigan xarajatlar O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1999-yil 5-fevraldagi 54-sonli qarori bilan tasdiqlangan "Mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to'g'risidagi Nizom"ga muvofiq quyidagicha turkumlanadi:

1. Mahsulot ishlab chiqarish tannarx hosil qiluvchi xarajatlar:

- ishlab chiqarishning moddiy xarajatlari;
- ishlab chiqarish xususiyatiga ega;
- ishlab chiqarishga tegishli asosiy vositalar va nomoddiy aktivlar amortizatsiyasi;
- ishlab chiqarish ahamiyatiga ega boshqa xarajatlar.

2. Ishlab chiqarish tannarxiga kiritilmaydigan, biroq asosiy faoliyatidan olingan foydani aniqlashda hisobga olinadigan davr xarajatlari:

- mahsulotni sotish xarajatlari;
- boshqaruv xarajatlari;
- boshqa operatsion xarajatlar.

3. Korxonaning umumxo'jalik faoliyatidan olingan foydasini aniqlashda hisobga olinadigan moliyaviy faoliyat bo'yicha xarajatlar:

- foizlar bo'yicha to'lovlar;
- mol-mulkni uzoq muddatli ijaraga (lizingga) olish to'lovlari;
- xorijiy valyuta bilan operatsiya bo'yicha salbiy kurs tafovutlari;
- qimmatli qog'ozlarga qo'yilgan mablag'larni qayta baholash;
- moliyaviy faoliyatga oid boshqa xarajatlar.

4. Korxonaning odatdagi faoliyatiga mos kelmaydigan, bir necha yillar davomida takrorlanib turmaydigan va kichik tadbirkorlik korxonasi boshlig'ining (mulk egasining) qabul qilgan boshqaruv qarorlariga bog'liq bo'lmagan holda vujudga keladigan voqea va hodisalar (suv toshqini, yong'in, jala, do'l kabi tabiiy

ofatlar va mamlakat qonunchiligida o'zgarish) natijasida ko'rilgan favqulodda zararlar.

## 7.2. Mahsulot 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 va oqilona yuritish omillari, mahsulot ishlab chiqarishni 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-x o'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 ishlab chiqarishga sarflangan barcha xarajatlarni birgalikda hisobga olish uchun ularni yagona o'lchov birligiga - qiymat-pul ko'rinishiga keltirish talab etiladi.

### 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		+

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.

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;

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 bo'yicha haqiqatda erishilgan) tannarx hisoblab borilishi mumkin. Bu rejalashtirilgan ishlab chiqarish xarajatlarini haqiqatda erishilgan daraja bilan taqqoslash, ortiqcha moddiy va mehnat resurslari sarflariga yo'l qo'yilgan yoki tejamga erishilganini aniqlash va kelgusida tegishli xulosalar chiqarishga imkon beradi.

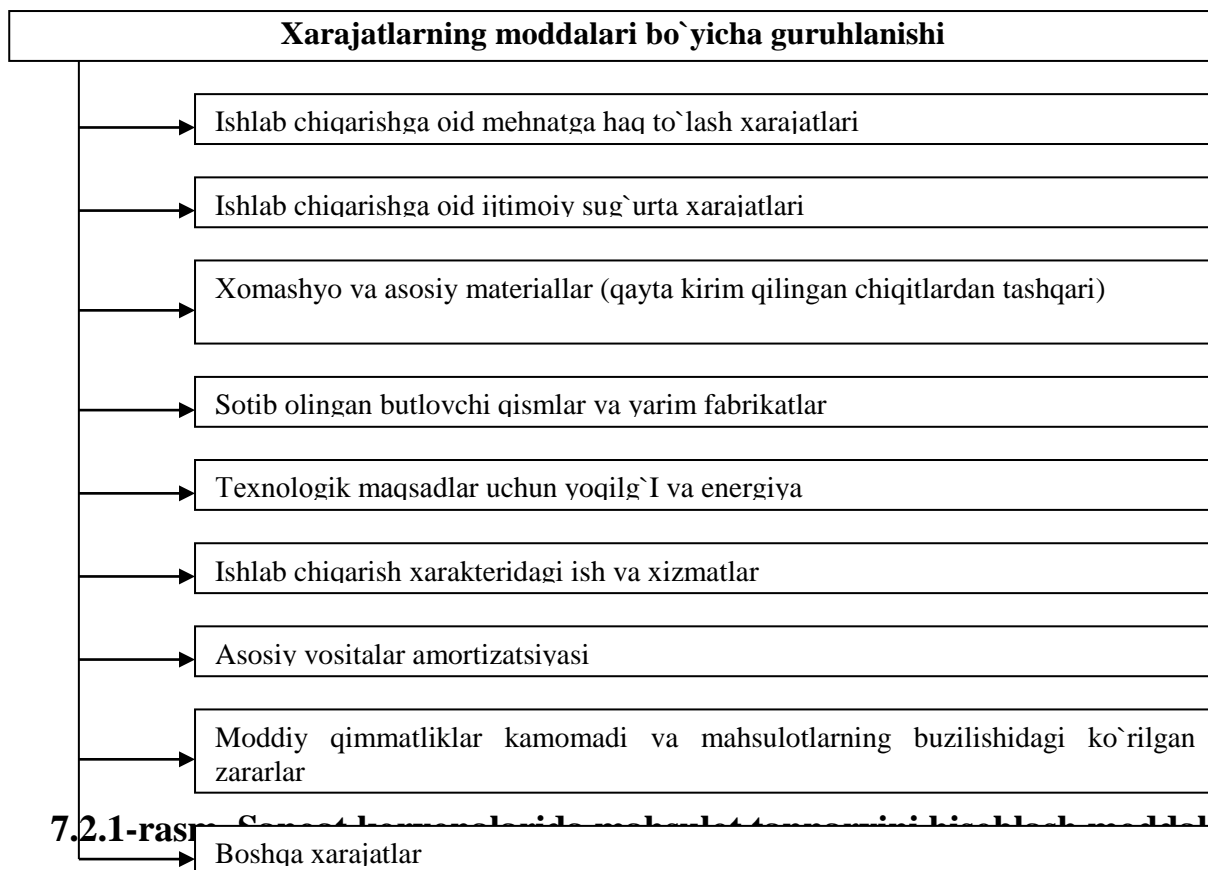
Rejadagi tannarx korxonaning mavjud texnik, texnologik va kadrlar salohiyati doirasida mahsulot ishlab chiqarishga sarflanishi ehtimoli bo'lgan xarajatlarning kutilayotgan maksimal darajasini aks ettiradi. Rejadagi tannarx moddiy resurslarni sarflash me'yorlari asosida hisoblanadi.

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 xarajatlari hisobiga kiritiladi.

Mahsulot tannarxini aniqlashda hisoblash obyektlarini bilish muhimdir. Unga qilingan xarajatlarni alohida hisobga olish mumkin bo`lmaganligidan, umumiy ishlab chiqarish xarajatlarini hisoblash obyektlari bo`yicha to`g`ri taqsimlash muhimdir.

Mahsulot tannarxiga kiritiladigan ishlab chiqarish xarajatlari xarajat **elementlari** va **moddalari** bo`yicha guruhlarga ajratiladi. Bunday guruhlash:

- rejalashtirilgan mahsulot ishlab chiqarishning moddiy va mehnat sarflariga ehtiyojni aniqlash;
- xarajatlarni iqtisodiy mazmuniga ko`ra taqsimlash;
- umumiy ishlab chiqarish xarajatlari miqdorida u yoki bu xarajat elementlarining ulushini aniqlash imkonini beradi.



7.2.1-rasmi Sanoat korxonalarida mahsulot tannarxini hisoblash moddalari

Masalan, buxgalteriya hisobida mahsulot ishlab chiqarish tannarxini hosil qiluvchi xarajatlar iqtisodiy mazmuni va umumiylik xususiyatlariga ko`ra quyidagi **elementlarga** ajratiladi:

- ishlab chiqarishning moddiy xarajatlari;
- ishlab chiqarishga tegishli mehnatga haq to`lash xarajatlari;
- ishlab chiqarishga tegishli ijtimoiy sug`urtaga ajratmalar;
- asosiy vositalar va nomoddiy aktivlar amortizatsiyasi;
- ishlab chiqarishga oid boshqa xarajatlar.

Iqtisodiy hisob-kitoblarda mahsulot tannarxini rejalashtirish va hisoblashda xarajatlarni **hisoblash moddalari** bo`yicha guruhlash qabul qilingan. Sanoat korxonalarida **mahsulot tannarxini hisoblash moddalari** quyidagilardan tashkil topadi:

Mahsulotning ishlab chiqarish tannarxini hosil qiluvchi xarajat **elementlari** va **hisoblash moddalari** orasida o`zaro bog`liqlik mavjud.

**"Xomashyo va asosiy materiallar"** moddasida mahsulotning asosini tashkil etib, uning tarkibiga kiradigan yoki mahsulot tayyorlashda (ishlarni bajarish va xizmatlar ko`rsatishda) zarur tarkibiy qism hisoblangan chetdan sotib olinadigan xomashyo va materiallar, shuningdek bir maromdagi texnologiya jarayonini ta'minlash, mahsulotlarni o`rash yoki boshqa ishlab chiqarish ehtiyojlariga sarflanadigan (asbob-uskunalar, binolar, inshootlar va boshqa asosiy vositalar sinovini o`tkazish, nazorat qilish, saqlash, tuzatish va ulardan foydalanish uchun ishlab chiqarish jarayonida foydalaniladigan), xarid qilinadigan materiallar o`z aksini topadi.

Mahsulot tannarxiga kiritiladigan xomashyo va materiallar xarajatlaridan qaytariladigan chiqitlar qiymati va idish, o`rash-joylash materiallari qiymati ularning amalda sotilishi, foydalanilishi yoki omborga kirim qilinishi narxi bo`yicha chiqarib tashlanadi.

**"Sotib olingan butlovchi qismlar va yarim tayyor mahsulotlar"** moddasida kelgusida korxonada montaj qilinadigan yoki qo`shimcha ishlov beriladigan butlovchi buyumlar va yarim tayyor mahsulotlar hisobga olinadi.

**"Ishlab chiqarish xarakteridagi ish va xizmatlar"** moddasiga tashqi yuridik va jismoniy shaxslar, shuningdek korxonaning ichki bo`linmalari tomonidan bajariladigan faoliyatning asosiy turiga tegishli bo`lmagan ishlab chiqarish xususiyatiga ega ishlar va xizmatlar kiradi.

Unga mahsulot tayyorlash bo`yicha ayrim operatsiyalarni bajarish, xomashyo va materiallarga ishlov berish, iste'mol qilinayotgan xomashyo va materiallar sifatini aniqlash uchun sinovlar o`tkazish, belgilangan texnologik jarayonlarga rioya etilishi ustidan nazorat qilish va boshqalarga tegishli bo`ladi.

Korxonada ichida tashqi subyektlarning transport xizmatlari (xomashyo, materiallar, instrumentlar, detallar, yuklarning boshqa turlarini ombordan sexga keltirish va tayyor mahsulotni saqlash uchun omborga tashish) ham ishlab chiqarish xususiyatiga ega xizmatlarga tegishli bo`ladi.

Korxonaning transporti va xodimlari tomonidan moddiy resurslarni yetkazish bilan bog`liq xarajatlar (yuklash va tushirish ishlari ham shular jumlasiga kiradi) ishlab chiqarish xarajatlarning tegishli elementlariga kirishi kerak (mehnatga haq to`lash xarajatlari, asosiy fondlari amortizatsiyasi, moddiy xarajatlar va boshqalar).

**"Texnologik maqsadlar uchun ishlatilgan yoqilg`i va energiya"** moddasida texnologik maqsadlar, energiyaning barcha turlarini ishlab chiqarish, binolarni isitishga sarflanadigan yonilg`ining chetdan sotib olinadigan barcha turlari, korxonaning texnologik, transport va boshqa ishlab chiqarish va xo`jalik ehtiyojlariga sarflanadigan barcha turdagi xarid qilinadigan energiya aks ettiriladi.

**"Ishlab chiqarishga tegishli mehnatga haq to`lash xarajatlari"**ga korxonada qabul qilingan mehnatga haq to`lash shakl va usullariga muvofiq qo`llaniladigan tarif stavkalari va lavozim maoshlaridan kelib chiqib hisoblangan:

- ishlab chiqarish xususiyatidagi amalda bajarilgan ish uchun hisoblangan ish haqi, shu jumladan, bajarilgan ishni hisobga olish bo`yicha dastlabki hujjatlarda nazarda tutilgan rag`batlantiruvchi tUSDagi to`lovlar;

- kasb mahorati va murabbiylik uchun tarif stavkalari va okladlarga ustamalar;

- ish tartibi va mehnat sharoitlari bilan bog`liq kompensatsiya tushidagi to`lovlar, shu jumladan, tungi smenada, ishdan tashqari vaqtda, dam olish va bayram (ishlanmaydigan) kunlari ishlaganlik uchun tarif stavkalari va okladlarga ustamalar va qo`shimcha haq;

- ko`p smenali tartibda ishlaganlik, kasblarni birga qo`shib olib borganlik va xizmat ko`rsatish zonalarini kengaytirganlik uchun ustamalar;

- hukumat tomonidan tasdiqlangan kasblar va ishlar ro`yxati bo`yicha og`ir, zararli, alohida zararli mehnat va tabiiy-iqlim sharoitlarida ishlaganlik uchun ustamalar, shu jumladan, ushbu sharoitlardagi uzluksiz ish staji uchun ustamalar;

- qurilish, rekonstruksiya qilish va mukammal ta`mirlashda bevosita band bo`lgan, shuningdek qonun hujjatlarida nazarda tutilgan hollarda vaxta usuli bilan ishlarni bajargan xodimlar uchun ishning ko`chma va qatnov xususiyati uchun ustama;

- mehnatga haq to`lashning rayonlar bo`yicha tartibga solinishi, shu jumladan, rayon koeffitsientlari va amaldagi qonun hujjatlariga muvofiq cho`l, suvsiz va yuqori tog` joylarida ishlaganlik uchun koeffitsientlar bilan belgilagan to`lovlar;

- amaldagi qonun hujjatlariga muvofiq navbatdagi (yillik) va qo`shimcha ta`tillar, navbatdagi (har yilgi) foydalanilmagan va qo`shimcha ta`tillar uchun kompensatsiyalar, o`smirlarning imtiyozli soatlari, bolani ovqatlantirish uchun onalar ishidagi tanaffuslar, shuningdek tibbiy ko`riklardan o`tish bilan bog`liq vaqt uchun haq to`lash;

- majburiy ta`tildagi xodimlarga, asosiy ish haqini qisman saqlab qolgan holda haq to`lash;

- davlat vazifalarini bajarganlik uchun (harbiy yig`inlar, favqulodda vaziyatlar bo`yicha yig`inlar va boshqalar) mehnat haqi to`lash;

- korxonada shtatida turmaydigan xodimlar mehnatiga ular tomonidan fuqarolik-huquqiy tushidagi tuzilgan shartnomalar bo`yicha ishlar bajarilganligi uchun haq to`lash, agar bajarilgan ish uchun xodimlar bilan hisob-kitob korxonaning o`zi tomonidan amalga oshirilsa, pudrat shartnomasi ham shu jumlagacha kiradi;

- belgilangan tartibga muvofiq ishlab chiqarish jarayonida qatnashuvchi xodimlar mehnatiga haq to`lash fondiga kiritiladigan to`lovlarning boshqa turlari.

"Ishlab chiqarishga tegishli ijtimoiy sug`urtaga ajratmalari" moddasida qonun hujjatlari bilan belgilangan me`yorlar bo`yicha mehnatga haq to`lash fondiga ijtimoiy turdagi majburiy ajratmalar, nodavlat pensiya jamg`armalariga, ixtiyoriy tibbiy sug`urta va ixtiyoriy sug`urtaning boshqa turlariga ajratmalar aks ettiriladi.

"Asosiy vositalar amortizatsiyasi"ga asosiy ishlab chiqarish fondlari va nomoddiy aktivlarning belgilangan tartibda tasdiqlangan me`yorlar bo`yicha dastlabki (tiklash) qiymatidan kelib chiqib hisoblangan amortizatsiya ajratmalar summasi (lizing bo`yicha va qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiriladigan jadallashtirilgan amortizatsiya ham) kiradi.

**"Asosiy vositalar amortizatsiyasi"** saqlash va ishlatishga hamda korxonada tomonidan amalga oshirilgan joriy, oraliq va mukammal ta`mirlashga tegishli;

- asosiy vositalarga xizmat ko`rsatuvchi xodimlarning ish haqi;

- ularning ish haqidan ijtimoiy ajratmalar qilish;

- yonilg`i-moylash materiallariga qilingan xarajatlar;

- asosiy vositalarni barcha turdagi ta'mirlash va texnik xizmat ko'rsatish xarajatlari;

- ta'mirlashda ishtirok etgan ishchi va mutaxassislar ish haqi va ish haqidan ijtimoiy ajratmalar;

- asosiy vositalarni ta'minlashga sarflangan ehtiyot qismlar, qurilish materiallari va boshqa materiallar, ta'mirlash va undan so'ng sinab ko'rish chog'ida sarflangan yonilg'i-moylash materiallari qiymati tannarxni hisoblashning tegishli moddalarida (xomashyo va asosiy materiallar, sotib olingan butlovchi qismlar va yarim fabrikatlar, texnologik maqsadlar uchun ishlatilgan yoqilg'i va energiya, ishlab chiqarishga tegishli mehnatga haq to'lash xarajatlari, ishlab chiqarishga tegishli ijtimoiy sug'urta ajratmalari) hisobga olinadi.

**"Moddiy qimmatliklar kamomadi va mahsulotlarning buzilishidan ko'rilgan zararlar"** da ishlab chiqarish sohasida moddiy boyliklarning tabiiy yo'qolish me'yorlari doirasida va ulardan ortiqcha yo'qotilishi, yaroqsizlanishi va kam chiqishi hisobga olinadi.

**"Ishlab chiqarishga oid boshqa xarajatlar"** moddasi quyidagilardan tashkil topadi:

- ishlab chiqarishni xomashyo, materiallari, yonilg'i, energiya, moslamalar va boshqa mehnat vositalari va buyumlari bilan ta'minlash xarajatlari;

- chetdan jalb etilgan korxonalar tomonidan amalga oshirilgan korxonaning asosiy ishlab chiqarish fondlarini ish holatida saqlash xarajatlari (texnik ko'rik va qarov, o'rtacha, joriy va mukammal tuzatish xarajatlari);

- ishlab chiqarish faoliyatiga tegishli asosiy vositalarni joriy ijaraga olish bilan bog'liq xarajatlar;

- ifloslantiruvchi moddalarni yo'l qo'yiladigan me'yorlar doirasida va undan ortiqcha atrof-muhitga chiqarganlik uchun to'lovlar;

- ishlab chiqarish xususiyatlari bilan bog'liq mehnatning normal sharoitlari va texnika xavfsizligini ta'minlash xarajatlari;

- xodimlarga tekin ko'rsatiladigan kommunal xizmatlar, oziq-ovqat, tekin beriladigan joy haqini to'lash xarajatlari (yoki uy-joy, kommunal xizmatlar va boshqalar uchun pul kompensatsiyasi summasi);

- amaldagi qonun hujjatlariga muvofiq tekin beriladigan va shaxsiy foydalanishda qoladigan buyumlar qiymati (shu jumladan, formali kiyim-bosh, maxsus ovqatlar) yoki ular pasaytirilgan narxlar bo'yicha sotilishi munosabati bilan imtiyozli summasi;

- ishlab chiqarish xodimlarini belgilangan ishlab chiqarish jarayoniga tegishli xizmat safarlariga yuborish bo'yicha me'yorlar doirasida va ulardan ortiqcha xarajatlar;

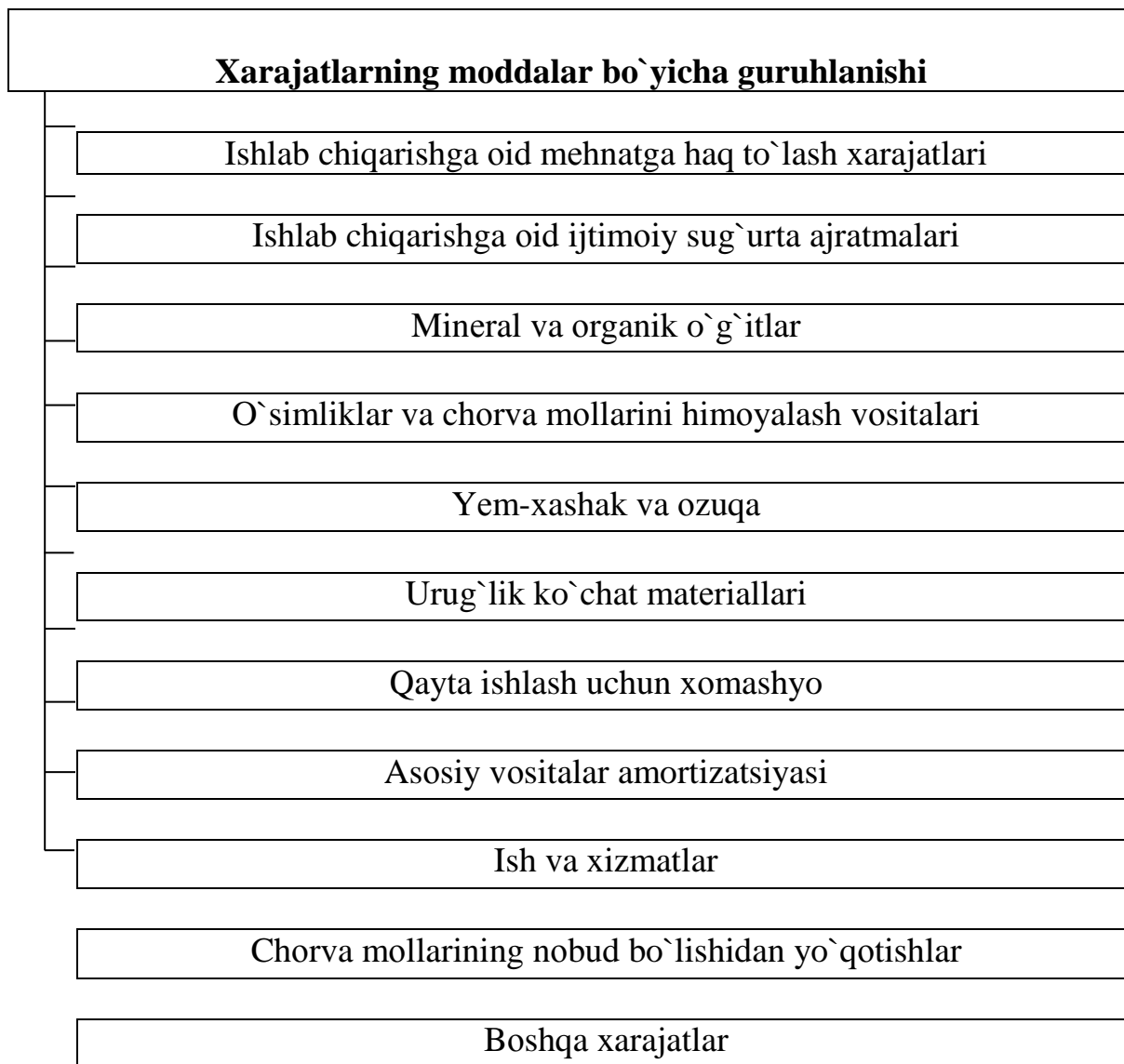
- ishlab chiqarishdagi ishchilari va ishlab chiqarish aktivlarini majburiy sug'urta qilish xarajatlari;

- kafolatli xizmat muddati belgilangan buyumlarni kafolatli tuzatish va ularga sifatli xizmat ko'rsatish xarajatlari;

- mahsulotni (xizmatlarni) majburiy sertifikatsiya qilish xarajatlari;

- ishlab chiqarish jarohatlari tufayli mehnat qobiliyati yo`qolishi munosabati bilan tegishli vakolatli organlarning qarorlari asosida va qarorlarisiz to`lanadigan nafaqalar;

- xodimlarni ish joyiga olib borish va olib kelish bilan bog`liq xarajatlar;
- ishlab chiqarish xarakteridagi boshqa xarajatlar.



### **7.2.2-rasm. Qishloq xo`jaligida mahsulot tannarxini hisoblash bo`yicha xarajat moddalari**

Korxonaning qaysi tarmoqqa mansubligidan kelib chiqib, mahsulot tannarxini hisoblash moddalari farq qiladi. Masalan, qishloq xo`jaligida tannarxni hisoblash moddalari quyidagicha turkumlanadi:

- qishloq xo`jaligida mahsulot tanarxini hisoblashning **"Ishlab chiqarishga oid mehnatga haq to`lash xarajatlari"**, **"Ishlab chiqarishga oid ijtimoiy sug`urta ajratmalari"** va **"Asosiy vositalar amortizatsiyasi"** moddalaridan tashqari boshqa moddalari tarkibi sanoat korxonalar mahsuloti tannarxini hisoblash moddalaridan farq qiladi.



- **"Mineral va organik o'g'itlar"** moddasida ekinlarga solingan mineral va organik o'g'itlar qiymati hisobga olinadi. Bunda korxonaning o'zida mavjud organik o'g'itlar (go'ng va boshqa) ularni ishlab chiqarish tannarxida, chetdan sotib olinganlari esa sotib olish bahosida hisobga olinadi.

Ushbu o'g'itlarni ekinlarga solish (transportga yuklash, tashish, tushirish, sepish va boshqalar) bu moddada aks etmay, tegishli moddalar bo'yicha (mehnatga haq to'lash, asosiy vositalarni saqlash, ish va xizmatlar va boshqa) hisobga olinadi.

**"O'simliklar va chorva mollarini himoyalash vositalari"** moddasida ekinlar va chorva mollarini kasalliklar, zararkunandalardan himoyalash va begona o'tlardan tozalashda ishlatiladigan vositalar: gerbitsidlar, pestitsidlar, defoliantlar, kimyoviy va biologik vositalar, biopreparatlar, tibbiy va dezinfeksiya vositalari hamda boshqa himoya vositalarini sotib olish bilan bog'liq xarajatlar o'z aksini topadi.

Ushbu himoya vositalari bilan ekinlarga ishlov berish xarajatlari (sepish, changlatish, defolyatsiya qilish va boshqalar) bu moddada aks etmay, tegishli moddalar bo'yicha (mehnatga haq to'lash, asosiy vositalarni saqlash, ish va xizmatlar va boshqalar) hisobga olinadi. Chorvachilikda bu moddaga biopreparatlar, tibbiy va dezinfeksiya vositalarini ishlatish bilan bog'liq xarajatlar ham hisobga olinadi.

**"Yem-xashak va ozuqa"** moddasida chorva mollarini oziqlantirishda ishlatilgan korxonaning o'zida etishtirilgan hamda chetdan sotib olingan em-xashak va boshqa ozuqa turlari qiymati o'z aksini topadi. Bunda ozuqalarni korxonada daladan omborga, ombordan mollarga berish joyiga tashish xarajatlari, shuningdek ularni ozuqaga tayyorlash bilan bog'liq xarajatlar ushbu moddada aks etmay tegishli moddalarda (mehnatga haq to'lash, asosiy vositalarni saqlash, ish va xizmatlar va boshqa) hisobga olinadi.

**"Urug'lik va ko'chat materiallari"** moddasida o'zida ishlab chiqarilgan hamda sotib olingan ekish uchun mo'ljallangan urug'lik va ko'chatlar hisobga olinadi. Bunda korxonaning o'zida yetishtirilgan urug'lik va ko'chatlar ularni ishlab chiqarish tannarxi, chetdan sotib olinganlari esa sotib olish bahosida hisobga olinadi. Ushbu urug'lik va ko'chatlarni ekishga tayyorlash (transportga yuklash, tashish, tushirish, ekish va boshqalar) bu moddada aks etmay, tegishli moddalar bo'yicha (mehnatga haq to'lash, asosiy vositalarni saqlash, ish va xizmatlar va boshqa) hisobga olinadi.

**"Qayta ishlash uchun xomashyo"** moddasida korxonaning yordamchi tarmoqlarida mahsulotlarni qayta ishlashda ishlatilgan va yaratilayotgan mahsulotning asosi yoki tarkibiy qismlaridan birini tashkil etadigan xomashyo va materiallar sarfi o'z aksini topadi:

- aralash ozuqa (kombikorma) tayyorlashda - don, don aralashmasi, o't uni, suyak uni va boshqa mikro va mineral qo'shimchalar qiymati;
- tegirmonda - bug'doy qiymati;
- sabzavot va mevalarni qayta ishlashda - sabzavotlar, mevalar, turli xil qo'shimcha va konservantlar qiymati;
- qassobxonada - so'yiladigan chorva mollari qiymati;
- sut mahsulotlari tayyorlashda - sut, sut mahsulotlari, shakar, vanilin, achitqi va boshqa qo'shimchalar qiymati.

**"Asosiy vositalarni saqlash"** moddasida aynan shu ekin yoki chorva mollari turiga taqsimlanadigan, asosiy vositalarning balans qiymatidan kelib chiqib o`rnatilgan me'yorda hisoblanadigan amortizatsiya ajratmalari hisobga olinadi.

O`simlikchilik tarmog`ida ishlatiladigan asosiy vositalarni saqlash xarajatlari alohida ekin turlari mahsulotlari va tugallanmagan ishlab chiqarish turlari tannarxiga quyidagi tartibda qo`shiladi:

-tor ixtisoslashuvdagi asosiy vositalarniki (masalan, sholi o`ruvchi kombaynlar va paxta terish mashinalari) - bevosita shu ekin mahsulotlari tannarxi;

-traktorlarniki - ular tomonidan ekin turlari bo`yicha ishlov hajmiga (shartli etalon gektarda) mutanosib ravishda;

-tuproqqa ishlov beruvchi mashinalarniki - ekin turlari bo`yicha ekilgan maydon hajmiga mutanosib ravishda;

-ekish agregatlariniki - ekin turlari bo`yicha ekilgan maydon hajmiga mutanosib ravishda;

-hosilni o`rib-yig`uvchi kombaynlarniki - ekin turlari bo`yicha ishlov berilgan maydon hajmiga mutanosib ravishda;

-mineral o`g`it soluvchi mashinalarniki - ekinlarga solingan o`g`itlarning fizik hajmiga mutanosib ravishda;

-bir necha turdagi chorva mollari joylashtirgan binolarniki - har bir chorva moli turining binoda egallagan joyi hajmiga (metr kvadratda) mutanosib ravishda;

-bir turdagi chorva mollari joylashtirgan binolarniki - to`g`ridan -to`g`ri shu chorva mollari tannarxiga olib boriladi;

-mahsulotlarni saqlash omborlariniki - har bir mahsulot turining omborda egallagan maydoni hajmiga mutanosib ravishda.

**"Ish va xizmatlar"** moddasida korxonaga boshqa korxonaga va tashkilotlar tomonidan ko`rsatilgan ishlab chiqarish xarakteridagi ish va xizmatlar uchun haq to`lash xarajatlari, shuningdek korxonaning yordamchi ishlab chiqarish bo`linmalari bajargan ish va xizmatlarning xarajatlari aks ettiriladi.

Yordamchi ishlab chiqarish bo`linmalariga ot-arava, yuk avtotransporti, traktorlar tomonidan bajariladigan yuk tashish ishlari, ta`mirlash ustaxonasi, mahsulotlarni qayta ishlash bo`linmalari (tegirmon, moyjuvos, sabzavot va mevalarni qayta ishlash  exlari, ozuqa tayyorlash sexi) va boshqalar kiritiladi.

Mahsulotni qayta ishlovchi yordamchi bo`linmalarning texnologik jarayonlarni (xomashyoni yuvish, qaynatish, sharbat va namakob tayyorlash, qovurish, qizdirish, maydalash, quritish va hokazo) ta`minlashga sarflaydigan yoqilg`i, elektr, gaz, suv, shuningdek mahsulotni muzlatkichlar va boshqa tarzda saqlash xarajatlari ham ushbu moddada aks ettiriladi. Bu moddaga tashqi subyektlar tomonidan qishloq xo`jaligi ishlarini (er haydash, yerni ekishga tayyorlash, ekinlarni ekish, tuproqqa ishlov berish, o`g`it solish, kimyoviy himoya vositalari bilan ishlov berish, hosilni o`rib-yig`ib olish, omborlarga tashish, veterinariya va zootexnika xizmatlarni ko`rsatish va boshqalar) bajarish, turli xizmatlar ko`rsatish, asosiy va yordamchi ishlab chiqarishni moddiy resurslar, suv, gaz, issiqlik va elektr energiyasi bilan ta`minlash xarajatlari ham kiritiladi.

**"Chorva mollarining nobud bo`lishidan yo`qotishlar"** moddasida o`suvdagi va mahsuldor chorva mollari, parranda, ish hayvonlari, asalarilarning nobud

bo`lishidan ko`riladigan yo`qotishlar (aybdorlardan udiriladigan va tabiiy ofatlar natijasida nobud bo`lganlardan tashqari) aks ettiriladi.

**"Boshqa xarajatlar"** moddasiga yuqorida keltirilgan moddalarda aks etmagan, ammo ishlab chiqarishga taalluqli bo`lgan quyidagi boshqa xarajatlar kiritiladi:

-ishlab chiqarishni xomashyo, materiallar, yonilg`i, energiya, instrument, moslamalar va boshqa mehnat vositalari va buyumlari bilan ta`minlash xarajatlari;

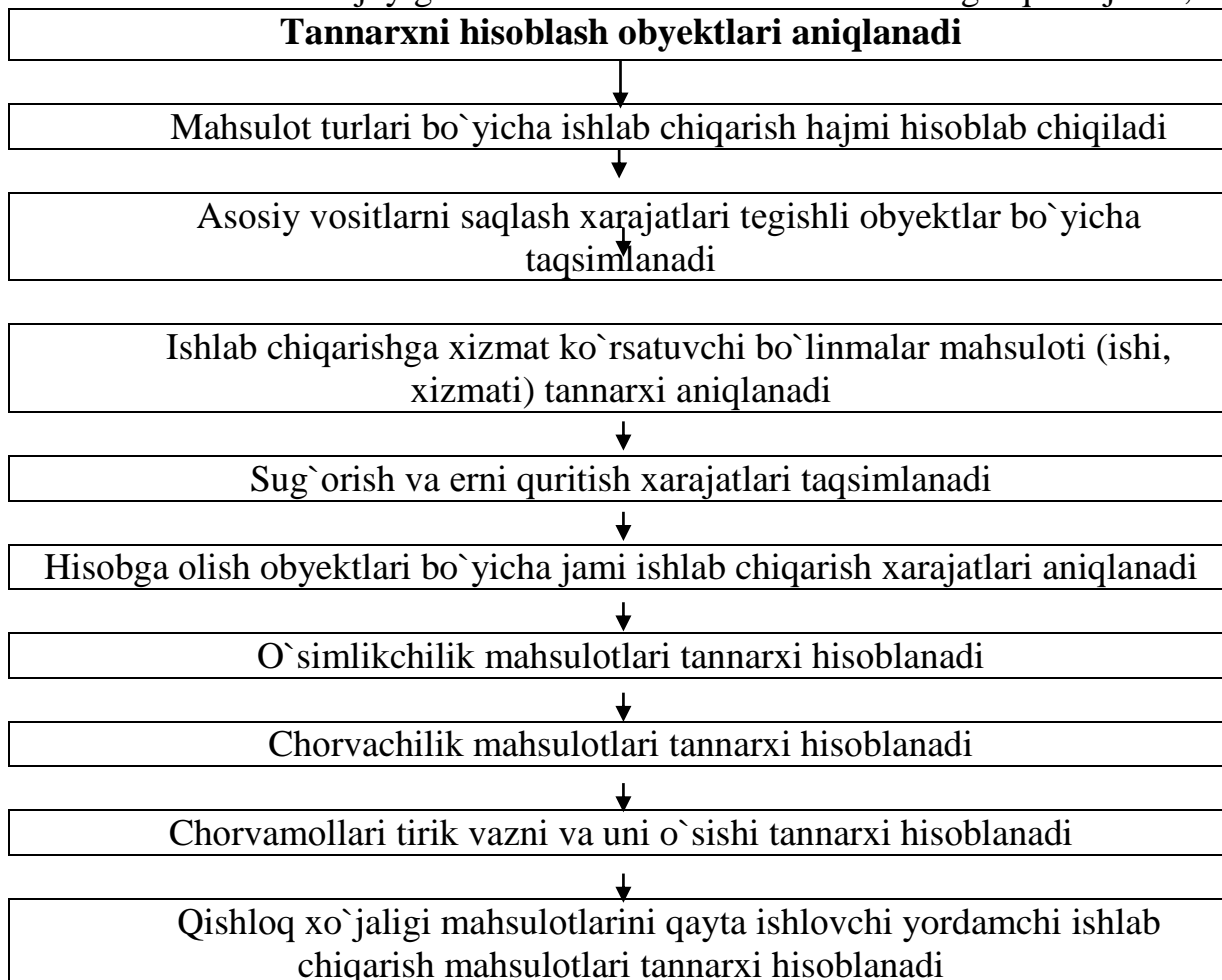
-chetdan jalb etilgan korxonalar tomonidan amalga oshirilgan korxonaning asosiy ishlab chiqarish fondlarini ish holatida saqlash xarajatlari (texnik ko`rik va qarov, o`rtacha, joriy va mukammal tuzatish xarajatlari);

-ishlab chiqarish faoliyatiga tegishli asosiy vositalarni joriy ijaraga olish bilan bog`liq xarajatlar;

-ishlab chiqarish xususiyatlari bilan bog`liq mehnatning normal sharoitlari va texnika xavfsizligini ta`minlash xarajatlari;

-ishlab chiqarish jarohatlari tufayli mehnat qobiliyati yo`qolishi munosabati bilan tegishli vakolatli organlarning qarorlari asosida va qarorlarisiz to`lanadigan nafaqalar;

-xodimlarni ish joyiga olib borish va olib kelish bilan bog`liq xarajatlar;



### **7.2.3-rasm. Mahsulot tannarxini hisoblash ketma-ketligi**

-ekinlar, chorva mollari va ishlab chiqarish vositalarini majburiy sug`urtalash xarajatlari;

-yong`inga qarshi, ekinzorlar, asosiy vositalarni qo`riqlash xarajatlari;

-ishchilarga bepul beriladigan maxsus kiyim - bosh (xalat, kurtka, etik, fartuk va boshqa), oziq - ovqat xarajatlari;

-mollarning tagini quruqlashga sepiladigan somon, qirindi va boshqa material xarajatlari;

-fermalar atrofini devor bilan o`rash, chorva mollari uchun yozgi soyabon va otarlar qurish xarajatlari;

-ishlab chiqarish ahamiyatiga ega boshqa xarajatlar.

Qishloq xo`jaligida yetishtirilgan mahsulotlar tannarxini hisoblash bilan birga, avtotransport, traktorlar va ishchi hayvonlar tomonidan bajarilgan ishlar tannarxi ham hisoblanadi. Bunda avtotransport bajargan ish tonna - kilometrda, haydov traktorlari bajargan ish shartli etalon -gektarda, otlarniki ot - kunida hisobga olinadi. Shuningdek, bir gektar erdagi bir mahsulot turini ishlab chiqarish tannarxi, bir bosh chorva molini parvarishlash tannarxi ham hisoblanishi mumkin.

Har bir korxonada uchun mahsulot tannarxini pasaytirish imkoniyatlarini izlab topish iqtisodiy samaradorlik nuqtai nazaridan muhim hisoblanadi. Chunki, mahsulot tannarxi qanchalik arzon bo`lsa, shunchalik korxonada oladigan foyda miqdori oshib boradi.

Keyingi yillarda ishlab chiqarish jarayonida iste`mol qilinadigan resurslar hamda xizmat ko`rsatish korxonalari ish va xizmatlari narxlarining tez sur`atlar bilan oshib borganligi mahsulotlar tannarxining ham qimmatlashib ketishiga sabab bo`lmoqda. Bu vaziyat aksariyat hollarda kichik tadbirkorlik korxonalari etishtirayotgan mahsulotlarni zarar bilan sotishiga sabab bo`ladi. Shuning uchun kuchli raqobatga asoslangan munosabatlar sharoitida kichik tadbirkorlik korxonalari oldida mahsulot tannarxini har tomonlama pasaytirish yo`llarini izlab topish vazifasi turadi.

Mahsulot tannarxini pasaytirish yo`llari quyidagilardan iborat bo`lishi mumkin:

- ishlab chiqarishga yuqori unumli, ishonchli va arzon ishlab chiqarish vositalarini joriy etish;

- asosiy aylanma fondlardan oqilona va samarali foydalanish;

- ishlab chiqarishning material sig`imini kamaytirish va tejamkorlikka erishish;

- mashina va texnikalarning kunlik va yillik ish unumini ko`tarish;

- resurslarni tejavchi va chiqitsiz texnologiyalardan keng foydalanish;

- ishlab chiqarish va mehnatni tashkil etishning ilg`or shakllaridan foydalanish;

- mehnat unumdorligini oshirish;

- mahsulotlar sifatini oshirish va nobudgarchilik, yo`qotishlarga yo`l qo`ymaslik;

- qishloq xo`jaligida ekinlar hosildorligi va chorva mollari mahsuldorligini oshirish va boshqalar.

### **Qisqa xulosalar**

Mahsulot tannarxini hisoblashda faqat shu mahsulotni ishlab chiqarish bilan bog`liq xarajatlar hisobga olinadi. Mahsulotni sotish va ishlab chiqarishni boshqarish bilan bog`liq umumkorxonada xarajatlari mahsulot tannarxiga kiritilmay davr xarajatlari hisobiga kiritiladi.

Mahsulot tannarxini aniqlashda hisoblash obyektlarini bilish muhimdir. Unga qilingan xarajatlarni alohida hisobga olish mumkin bo`lmaganligidan, umumiy ishlab chiqarish xarajatlarini hisoblash obyektlari bo`yicha to`g`ri taqsimlash muhimdir.

Iqtisodiy hisob-kitoblarda mahsulot tannarxini rejalashtirish va hisoblashda xarajatlarni hisoblash moddolari bo`yicha guruhlash qabul qilingan. Keyingi yillarda ishlab chiqarish jarayonida iste`mol qilinadigan resurslar hamda xizmat ko`rsatish korxonalari ish va xizmatlari narxlarining tez sur`atlar bilan oshib borganligi mahsulotlar tannarxining ham qimmatlashib ketishiga sabab bo`lmoqda.

Bu vaziyat aksariyat hollarda kichik tadbirkorlik korxonalari etishtirayotgan mahsulotlarni zarar bilan sotishiga sabab bo`ladi. SHuning uchun kuchli raqobatga asoslangan munosabatlar sharoitida kichik tadbirkorlik korxonalari oldida mahsulot tannarxini har tomonlama pasaytirish yo`llarini izlab topish vazifasi turadi.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Ishlab chiqarish xarajatlariga nimalar kiradi?
2. Mahsulot tannarxi nima?
3. Mahsulot tannarxi qanday usullar bilan hisoblanadi?
4. Sanoat korxonalarida mahsulot tannarxi qanday hisoblanadi?
5. Asosiy vositalar amortizatsiyasi deganda nimani tushunasiz?
6. Qishloq xo`jaligida mahsulot tannarxi qanday hisoblanadi?
7. Qishloq xo`jaligida mahsulot tannarxini hisoblashda xarajat moddalarini sanab bering?
8. "Boshqa xarajatlar" moddasiga qanday xarajatlar kiritiladi?
9. Mahsulot tannarxini hisoblash ketma-ketligi qanday amalga oshiriladi?
10. Mahsulot tannarxini pasaytirish yo`llari nimalardan iborat?

### **Adabiyotlar**

1. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi: 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma`ruzasi. –T.: O`zbekiston, 2011.– 48 b.

2. Karimov I.A. Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi: O`zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining qo`shma majlisidagi ma`ruzasi. -T.: O`zbekiston, 2010. –56 b.

3. O`zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning 2010 yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011 yilga mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi "Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi" mavzusidagi ma`ruzasini o`rganish bo`yicha O`quv-uslubiy majmua. – T.: Iqtisodiyot, 2011. – 377 b.

4. Boltabayev M.R., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva Sh.J., G`oyipnazarov B.K., Samadov A.N., Xodjaev R.S. Kichik biznes va tadbirkorlik. –T.:ADIB NASHRIYOTI, 2011. –283 b.

5. G`oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik – mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. –T.: Fan, 2011. -185 b.

6. Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. -T.: TDIU, 2010. – 260 b.

7. Предпринимательство: учебник / под. ред. М.Г.Лапусты. – 4-е издательство, доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. - 667 б.

8. Анискин Ю.П. Организация и управление малым бизнесом: Учебное пособие. –М.: Финансы и статистика, 2008. –160.

## **8-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING MOLIYAVIY FAOLIYATI TAHLILI**

### **8.1. Kichik biznes va tadbirkorlikning moliyaviy faoliyatini ifodalovchi ko`rsatkichlar**

Kichik biznes korxonalarining moliyaviy faoliyati ularning davlat, boshqa korxonalar, tashkilotlar va shaxslar bilan o`zaro munosabatini tartibga solish bilan bog`liq pul hisob-kitoblarini ifodalaydi.

Kichik biznes korxonalarining ish faoliyati uning moliyaviy holati bilan chambarchas bog`langanidir. Moliyaviy holat korxonaning har tomonlama faoliyatining natijalarini aks ettiradi va rejada belgilangan ishlarning bajarilishiga ta`sir ko`rsatadi. Har bir kichik korxonaning moliyaviy xo`jalik faoliyati to`g`ri olib borilishi muhim ahamiyat kasb etadi.

Korxonalar faoliyatining moliyaviy natijalarini ifodalovchi ko`rsatkichlardan asosiysi foydadir. Korxonalar foydasining turlari quyidagilardan iborat:

a) mahsulotlar sotishdan tushgan yalpi foyda (YAF). Bu sotishdan tushgan sof tushum (ST) va sotilgan mahsulotning tannarxi (MT) o`rtasidagi farqdan iborat, ya`ni

$$\mathbf{YAF = ST - MT;}$$

b) asosiy ishlab chiqarish faoliyatidan tushgan foyda (ICHF). Bu ma`lum davr ichida mahsulotlar sotishdan tushgan yalpi foyda (YAF) va xarajatlar (Aharaj.) o`rtasidagi farq va plyus boshqa asosiy faoliyat sohalari daromadlari (Bdar.) yoki kamomadlari (Bkam.) ayirmasidan iborat, ya`ni:

$$\mathbf{ICHF = YAF - A_{haraj.} + B_{dar.} B_{kam.};}$$

v) umumiy xo`jalik faoliyatidagi foyda (UXF). Bu algebrik ifodalar yig`indisi tarzida ifodalanadi: asosiy faoliyatidagi foyda (AFF) plyus dividendlar (DD) va foizlar bo`yicha daromadlar (FD) plyus (yoki minus) chet el valyutalari bo`yicha operatsiyalaridan olingan daromadlar (yoki kamomadlar) (CHEV) plyus (yoki minus) qimmatbaho qog`ozlarni qayta baholashdagi daromadlar (yoki kamomadlar) (KKKB) minus foizlar bo`yicha xarajatlardan (FX) iborat, ya`ni:

$$\mathbf{UXF = AFF + DD + FD \pm CHEV \pm KKKB - FX;}$$

g) soliq to`lovlarigacha bo`lgan foyda (SF). Bu ko`rsatkich ham algebrik ifodalar yig`indisi tarzida ifodalanib, umumiy xo`jalik faoliyatidagi foyda (UXF) va tasodifiy (ko`zda tutilmagan) foyda yoki kamomadlar (TFK) saldosiidan iborat, ya`ni:

$$\mathbf{SF = UXF \pm TFK;}$$

d) yillik sof foyda (YSF). Bu barcha soliqlarni to`lab bo`lgandan so`ng korxonaga hisobiga qoladigan daromad, ya`ni soliq to`lovlarigacha bo`lgan foydadan (SF), daromad yoki foyda solig`ini (FS) hamda boshqa soliqlar yoki to`lovlarni (BS) olib tashlangandan keyin qolgan qismidir, ya`ni:

$$\mathbf{YSF = SF - FS - BS;}$$

Korxonalarining xo`jalik faoliyatini yuritishi davomida kelib chiqadigan xarajatlar o`z xususiyatlariga ko`ra quyidagicha tasniflanadi:

#### **Mahsulotlarning ishlab chiqarish tannarxi:**

a) to`g`ri va egri moddiy xarajatlar;

b) to`g`ri va egri mehnat xarajatlari;

v) boshqa to`g`ri va egri xarajatlar.

**Ma'lum davrdagi xarajatlar:**

a) sotish bilan bog`liq xarajatlar;

b) boshqarish bilan bog`liq xarajatlar (ma'muriy xarajatlar);

v) boshqa jarayonlar bilan bog`liq xarajatlar.

**Moliyaviy faoliyat bilan bog`liq xarajatlar:**

a) foizlar bo`yicha xarajatlar;

b) xorijiy valyutalar bilan bog`liq operatsiyalarda kurslarning salbiy farqi;

v) qimmatbaho qog`ozlarni qayta baholash;

g) moliyaviy faoliyat bilan bog`liq boshqa xarajatlar.

**Tasodifiy xarajatlar (tabiiy ofatlar natijasida kelib chiqadigan xarajatlar).**

Korxonalarining xo`jalik faoliyatining yuritishi davomida kelib tushadigan daromadlari o`z xususiyatlariga ko`ra quyidagicha guruhlanadi va u hisobotlarda quyidagi asosiy bo`limlar bo`yicha aks etadi:

- sotishdan tushgan sof tushumlar;

- asosiy faoliyat sohalaridagi boshqa daromadlar (operation daromadlar);

- moliyaviy faoliyat sohalaridagi daromadlar;

- tasodifiy daromadlar.

**Sotishdan tushgan sof tushumlar** mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan tushgan tushumlardan qo`shimcha qiymat solig`i, aksiz solig`i, eksport solig`i (sotib oluvchi tomonidan beriladigan ayrim skidkalar) va boshqa to`lov hamda ajratmalarni olib tashlagandan keyin qolgan qismi sifatida hisoblanadi.

Korxonalarining eksport faoliyati bilan bog`liq operatsiyalardan tushgan foyda va daromadlarni hisoblash, mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan tushgan tushumlar hajmini aniqlash kabi belgilangan tartibda amalga oshiriladi.

Asosiy faoliyat sohalaridagi boshqa daromadlar (operation daromadlar) hisobot bo`limining «Boshqa daromadlar va tushumlar» moddasida ko`rsatiladi.

Ushbu daromadlarga:

- xo`jalik shartnomalari shartlarini buzganlik uchun turli xildagi sanksiyalar, jarimalar, penyalar, shuningdek keltirilgan zarar va kamomadlarni qoplash;

- hisobot yilida, o`tgan yildagi daromadlar va foydalarni hisoblash natijasida topilgan summa;

- mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotish yoki ishlab chiqarish jarayonlari bilan bog`liq bo`lmagan boshqa daromadlar, ya'ni renta daromadlari, xizmat ko`rsatish tarmoqlaridan tushgan daromadlar, korxonada tizimidagi oshxonalar va kafelar hisobidan kelib tushadigan tushumlar;

- asosiy fondlar va korxonaning boshqa mol-mulklarining faoliyatidan kelib tushadigan moliyaviy daromadlar kiradi.

Moliyaviy faoliyat sohalaridagi daromadlar quyidagilarni o`z ichiga oladi:

- royalti (litsenziya bitimida ko`rsatilgan narsadan foydalanish huquqi uchun sotuvchiga vaqt-vaqti bilan pul o`tkazib turish) va transfert (egasining nomi yozilgan qimmatbaho qog`ozlarni bir kishi nomidan boshqa kishiga o`tkazish) kapitallarini to`plash;



- korxonada tizimida faoliyat ko'rsatayotgan tarmoqlarning qimmatbaho qog'ozlarga qo'shgan ulushlaridan kelib tushadigan dividendlar hisobidagi daromadlar;

- valyuta schyotlari bo'yicha kurslar farqining ijobiy saldolari;

- shu'ba korxonalarining qimmatbaho qog'ozlarga sarflangan mablag'larini qayta baholash hisobidan kelib tushadigan foydalar va boshqalar.

**Tasodifiy foyda yoki daromadlar** xo'jalik faoliyatini yuritish davomida ko'zda tutilmagan tasodiflar, hodisalar, e'tiborga olinmagan jarayonlar va voqealar tufayli vujudga keladigan daromadlardir. Bularga, asosiy faoliyat yuritish davomida ifodalangan hisobotlarda aks etgan boshqa daromadlar bo'limi moddasidagi daromadlar kiritilmaydi.

Xo'jalik faoliyatini yuritish davomida korxonalar o'z mablag'lari darajasini aniqlashi va nazorat qilishi muhim o'rin tutadi. Chunki mulkiy javobgarlik, tuzilgan kontraktlar va shartnomalar asosida kelib chiqadigan o'zaro kelishmovchiliklar yoki muammolar mana shu mulkka bo'lgan egalik huquqlari bo'yicha kafolatlanadi.

Mulkiy javobgarlik, mulk shaklidan qat'iy nazar faqat korxonaning o'z mablag'lariga quyilishi mumkin. O'z mablag'larning miqdori buxgalteriya balansi ma'lumotlariga asosan aniqlanadi.

## **8.2. Kichik biznes va tadbirkorlikni kredit bilan ta'minlash shakllari**

Kichik biznesni kredit bilan ta'minlash deganda, bu ularga pul yoki tovar shaklidagi vositalarni ma'lum muddatga haq to'lash sharti bilan qarzga olish va qaytarib berish yuzasidan kelib chiqadigan munosabatlar tushuniladi.

Kredit munosabati da ikki subyektning biri pul egasi, ya'ni qarz beruvchi; ikkinchisi pulga muhtoj, ya'ni qarz oluvchi o'rtasida yuzaga keladi. Kredit, tovar va pul ko'rinishidagi mablag'larni qaytarib berish, muddatlilik va foiz to'lash shartlari asosida berish natijasida yuzaga keladi.

Kredit berish muddatiga ko'ra, uch turga bo'linadi:

1. Qisqa muddatli kreditlar (muddati bir yilgacha bo'lgan kreditlar).

2. O'rta muddatli kreditlar (muddati bir yildan uch yilgacha bo'lgan kreditlar).

3. Uzoq muddatli kreditlar (muddati uch yildan ortiq kreditlar).

Xalqaro kreditlar berilish muddatiga ko'ra birmuncha farq qiladi. Bunda bir yildan besh yilgacha muddatga berilgan kreditlar o'rta muddatli, besh yil va undan ortiq muddatga berilgan kreditlar uzoq muddatli kreditlar deb hisoblanadi.

Kredit va moliya tushunchalari o'rtasida bir tomondan, umumiylik bo'lsa, ikkinchi tomondan, farqli jihatlar mavjud.

Agar moliya barcha xo'jalik subyektlarining o'ziga tegishli pul mablag'lari xususidagi aloqalarni anglatrsa, kredit, bundan farqliroq, o'zga mulki bo'lgan pulni qarzga olib ishlatish borasidagi munosabatlarni bildiradi va bozor munosabatlarining bir elementi hisoblanadi.

Moliya bilan kreditning umumiyligi shuki, ularning har ikkalasi ham pul mablag'lari yuzasidan bo'lgan munosabatlarni jamlash va ishlatish usulining turlicha bo'lishidan kelib chiqadi.

Moliyada o'z mulki bo'lgan pul resurslarini xohlagan vaqtda, hech qanday xarajatsiz ishlatishi mumkin. Kredit esa o'zgalarga pul mablag'ini haq to'lagan holda

vaqtincha ishlatib turish va muddati kelganda qaytarib berishni anglatadi. Kredit tovar-pul munosabatlariga xos va pul harakatini bildiruvchi kategoriyadir.

Kredit subyektlari har xil bo`lishi mumkin. Bularga korxonalar, firma, tashkilot, davlat va turli toifadagi aholi kiradi.

**Kredit obyekt**i har qanday pul emas, balki faqat vaqtincha bo`sh turgan, berilishi mumkin bo`lgan pullar va tovarlardir.

Bo`sh pul uch xil bo`ladi:

- tadbirkorlar yoki katta puldorlar qo`lidagi pul, ya'ni kapital;
- aholi qo`lidagi pul ertami-kechmi ehtiyojni qondirish uchun to`plangan pul, egasi qo`lida kapital emas, balki iste'molni qondirish vositasi;
- davlat ixtiyorida pul. Bu pul ham kapital (davlat korxonasi uchun), ham umumiy iste'mol pulidir.

Qayd qilingan bo`sh pullar ssuda fondini (qarz fondini) tashkil etadi. Bo`sh pullar quyidagi manbalardan kelib chiqadi:

- amortizatsiya pulining muddati tugagunga qadar to`planib borishi. Amortizatsiya puli har yili ajratiladi va u bir necha yildan keyin ishlatilishi sababli ma'lum davr bo`sh turadi;

- ishlab chiqarishni o`stirish uchun foydadan investitsiya puli muqim ajratib boriladi, lekin bu pulni ma'lum miqdorda yig`ilgandan so`ng investitsiya qilish mumkin;

- xomashyo, yoqilg`i va materiallar uchun oldin sarflangan pul tovar sotilishi bilan egasiga qaytarib beriladi, lekin ularni yangidan sotib olish shu vaqtning o`zida yuz bermaydi. Ammo bu mablag`lar dastlab joriy schyotga kelib tushadi. Bu resurslar depozit qilib rasmiylashtirilgandan keyingina kredit resurslari sifatida hisobga olinadi;

- foydadan ajratilgan ijtimoiy fondlar pulining kelib tushish vaqti bilan ishlatish vaqti ham to`g`ri kelmaydi, natijada pul bo`sh qoladi;

- ish haqi pulining kelib tushishi va sarflanishi bir vaqtda yuz bermaydi. Ma'lumki, tovar sotilgach, pul tushib turaveradi, ish haqi har kuni emas, har 15 kundan so`ng beriladi. Natijada, ish haqi fondining puli ham bo`sh turishi mumkin;

- fuqarolarning iste'molchi sifatida qarilikni ta'minlash, qimmatbaho tovar olish, sayohat qilish yoki katta marosim o`tkazish uchun jamlangan puli bo`ladi, u yetarli miqdorga borguncha, yoki ishlatish fursati kelguncha bo`sh turadi;

- davlat budjetiga pul daromadlarining kelib tushishi va ularning sarflanishi ham bir vaqtda yuz bermaydi;

- turli-tuman xayr-ehson va sug`urta pullarining hosil bo`lishi va ishlatilishi ham turli vaqtda yuz berganidan, uning bir qismi sarflanmay, bo`sh turib qoladi.

Xullas, jamiyatdagi pul resurslari harakatining notekis bo`lishi, bir qism pulning bo`sh qolib, qarz fondiga aylanishi uchun imkon beradi.

Kredit to`rt xil vazifani bajaradi:

**Birinchi**dan, pulga tenglashtirilgan to`lov vositalari (masalan, veksel, chek, sertifikat va hokozolar)ni yuzaga chiqarib, ularni xo`jalik aylanmasiga jalb qiladi.

**Ikkinchi**dan, bo`sh pul mablag`larini harakatdagi, ishdagi kapitalga aylantirib, pulni pul topadi, degan qoidani amalga oshiradi.

**Uchinidan**, qarz berish orqali pul mablag`larini turli tarmoqlar o`rtasida qayta taqsimlash bilan ishlab chiqarish resurslarining ko`chib turishini ta'minlaydi.

**To`rtinchidan**, qarz berish, qarzni undirish vositalari orqali iqtisodiy o`shish rag`batlantiriladi.

Kredit va undan foydalanishda turli natijalarga erishiladi. Bu natijalar ijobiy yoki salbiy bo`lishi mumkin. Ijobiy natijalar deganda, kreditdan samarali foydalanish natijasida qo`lga kiritilgan yutuqlar tushuniladi. Masalan, Andijonning Asaka shahrida asosan, bank krediti hisobidan qurilayotgan yangi avtomobil zavodi respublikaning yyengil avtomobillarga ehtiyojini ma'lum darajada qondirsa va jahon bozorida munosib o`rin egallasa, bu kreditning ijobiy yo`li hisoblanadi.

Kreditning salbiy roli, asosan, quyidagi ikki holatda namoyon bo`ladi:

- kredit turli yo`llar bilan asossiz ravishda ko`p berilsa va oqibatda pul massasi ko`payib, milliy pul qadrsizlansa;

- agar olingan xalqaro kreditlardan samarali foydalanilmasa va mamlakat boshqa daromad manbalari, masalan, oltinini sotish hisobidan kreditni qaytarsa.

Kredit aloqalari pul egasi bilan qarz oluvchi o`rtasida bevosita va bilvosita bo`lishi mumkin. Birinchi holda ular to`g`ridan-to`g`ri muomalaga kirishadi. Ikkinchi holda ular aloqachi vositachilar orqali yuz beradi. Shunga qarab, kreditning quyidagi asosiy shakllari kelib chiqadi:

1. Tijorat krediti.
2. Bank krediti.
3. Iste'molchi krediti.
4. Davlat krediti.
5. Xalqaro kredit.

**Tijorat krediti** sotuvchilarning xaridorlarga tovar shaklida beriladigan kreditidir. Bunda tovarlar ma'lum muddatda pulini to`lash sharti bilan nasiyaga beriladi. Tijorat kreditini nasiyaga oluvchi uning egasiga veksel (qarzning majburiyatnomasi)ni beradi.

Nasiyaga olish orqali berilgan qarz yig`indisi tovarning o`z narxi va miqdoriga bog`liq bo`ladi. Masalan, 1000 metr duxoba nasiyaga har bir metri 2 dollardan beriladi. Bunda duxoba egasining xaridorga bergan qarzi 2000 dollarni ( $1000 \times 2$ ) tashkil etadi.

Tijorat kreditida foiz nasiyaga sotilgan duxoba narxiga ustama shaklini oladi, shu sababli, duxoba nasiyaga o`z narxidan yuqori narxda beriladi. Masalan, duxoba naqd pulga har metri 2 dollardan sotilsa, nasiyaga 2,5 dollar ustama foiz bo`ladi. Bizning misolimizda 1000 metr duxobaga ustama 500 dollarni tashkil etadi ( $1000 \times 2,5 = 2500$ ;  $2500 - 2000 = 500$ ).

Tijorat krediti berishning, asosan, beshta usuli mavjud:

- veksel usuli;
- ochiq schyot orqali berish, chegirma berish usuli;
- mavsumiy kredit;
- konsignatsiya.

Veksel usulida tovar yetkazib berilganda sotuvchi xaridorga trattani taqdim etadi. Xaridor o`z navbatida, uni akseptlaydi, ya'ni trattada ko`rsatilgan summani o`z vaqtida to`lashga rozilik beradi.

Ochiq schyot orqali tijorat kreditini berishning mazmuni shundaki, xaridor tovarga buyurtma berishi bilanoq u yuklab jo`natiladi, to`lov esa o`rnatilgan muddatlarga vaqt-vaqti bilan amalga oshirib boriladi. Bunda xaridor har gal tovar olishda kreditni rasmiylashtirib o`tirmaydi, ya`ni kreditga murojaat etmaydi.

Chegirma berish usulida xaridor to`lov hujjatlari yozilgandan so`ng, shartnomada kelishilgan ma`lum davr ichida to`lovni amalga oshirsa, to`lov yig`indisidan chegirma beriladi. Agar ushbu davr ichida to`lay olmasa, unda to`lovni belgilangan muddatda to`liq amalga oshiradi.

Mavsumiy kredit, odatda, o`yinchoqlar, suvenirlar va boshqa keng iste`mol mollarini sotishda keng qo`llaniladi. Masalan, chakana savdo tashkilotlari yil davomida archa o`yinchoqlarini sotib oladilar va shu yo`l bilan o`yinchoqlar uchun katta zahira to`playdilar, o`yinchoqlar haqini esa yangi yil bayrami o`tgandan so`ng yanvar-fevral oylarida to`laydilar. Ishlab chiqaruvchilar uchun bunday usulning qulayligi shundaki, ular o`yinchoqlarni omborlarda saqlash xarajatlaridan xolos bo`ladilar.

Konsignatsiya shunday usulki, bunda sotib oluvchilar tovarlarni majburiyatsiz sotib oladilar, ya`ni tovar sotilgandan so`ng puli to`lanadi. Agar tovar sotilmay qolsa, u egasiga qaytarib beriladi.

**Bank krediti.** Bank va boshqa kredit tashkilotlari pulni uning sohiblariga foiz to`lash sharti bilan o`z qo`lida jamlaydilar va o`z nomidan qarzga berib, foiz oladilar. Bunda uch subyekt:

- pul egasi;
- kredit tashkiloti;
- qarz oluvchining kredit aloqasi paydo bo`ladi.

Banklar orasida tijorat banklari markaziy bo`g`in hisoblanadi. O`zbekiston Respublikasining «Banklar va bank faoliyati» to`g`risidagi qonuniga ko`ra, tijorat banklari aksiyali, pay asosida tashkil topgan va xususiy bo`ladiki, ular «kredit hisob-kitob va o`zga xil bank xizmati»ni ko`rsatadilar.

Banklar qarzni ishonchli, pulni samarali ishlatishga qodir xo`jalik subyektlariga qarz beradilar. Ular, o`z navbatida, bu pulni investitsiya uchun sarflab, iqtisodiyotni o`stirishga erishadilar. Bank ishonchli mijozlarni tanlagan holda, qarzni ularning mol-mulki yoxud boshqa boyligi garovga qo`yilgan sharoitda beradi. Masalan, bank fermerga 15000 dollar qarz bersa, uning garovga qo`yilgan mulki qiymati shu summadan kam bo`lmasligi kerak.

**Iste`molchi krediti.** Tijorat banklari tadbirkorlik uchun firmalarga, iste`molchilarga tovar sotib olish uchun qarz beradi. Buning natijasida iste`molchi krediti paydo bo`ladi. Masalan, AQSHda banklar iste`molchilarga kredit kartochkalari beradi, ularga narxi 2500 dollarga qadar tovarlar xarid etiladi, xarid puli banklar va do`konlar bergan schyotga qarab to`lanadi. Bunday kredit g`oyat imtiyozli bo`ladi, uning foizi boshqacha qarz foizidan kam bo`ladi, hatto foizsiz ham bo`lishi mumkin.

Iste`molchi krediti aholining iste`mol ehtiyojlarini qondirishga mo`ljallangan. U tovar va pul shaklida bo`lishi mumkin. Xususan, yakka tartibda uy-joy qurish maqsadlariga beriladigan uzoq muddatli kreditlar pul shaklidagi iste`molchi kreditlaridir.

**Davlat krediti.** Banklar davlatga ham qarz beradi. Shu bilan birga undan qarz ham oladi. Bunda davlat krediti paydo bo`ladi. Qarz va uning foizi budjet hisobidan qaytariladi. Davlat krediti sharoitida qarz beruvchilar kamdan-kam hollarda banklar bo`ladi. Ko`pincha bu vazifani aholi, firma, korxonalar va tashkilotlar bajaradi.

Davlat qarzni turli shaklda, avvalo, davlat zayomlari shaklida oladi. Zayom davlatning qarzdorlik guvohnomasi bo`lib, u qarzni vaqti kelganda qaytarib olish va foiz to`lashni kafolatlaydi. Zayomlarni markaziy va mahalliy hokimiyatlar chiqaradi. Zayomlar qarz haqi to`lash jihatdan foiz to`lanadigan, yutuq chiqadigan, ham yutuq, ham foiz beriladigan va ba`zan, foizsiz ham bo`ladi.

Kredit munosabatlarida davlat faqat qarzdor vazifasini o`tamay, qarz beruvchi rolini ham bajaradi. Davlat o`z mablag`lari hisobiga bankda qarz fondini tashkil etadi, xazinadan qarz ham beradi. Xazina qarzi davlat budjetidan korxonalar, firma va tashkilotlarga ularning moliyaviy sanatsiyasi uchun sarflanadi. Mazkur qarz ham ma`lum muddatga, qaytarib berish va foiz to`lash sharti bilan beriladi. Ammo foiz g`oyat imtiyozli bo`ladi va daromad olishni ko`zlamaydi. Davlat o`z qarzidan voz kechishi ham mumkin.

**Xalqaro kredit** ssuda kapitalining xalqaro miqyosdagi harakati bo`lib, bu harakat tovar va valyuta ko`rinishidagi mablag`larni qaytarib berish, muddatlilik va haq to`lash asosida berish bilan bog`liqdir.

Xalqaro kredit munosabatlarida qatnashuvchi subyektlar bo`lib, tijorat banklari, markaziy banklar, davlat organlari, hukumat, yirik korporatsiyalar hamda xalqaro va mintaqaviy moliya-kredit tashkilotlari hisoblanadi.

Xalqaro kreditning asosiy shakllari sifatida firmaviy kredit, akseptli kredit, akseptli-rambursli kreditlarni ko`rsatish mumkin.

**Firmaviy kredit** bir mamlakat firmasi tomonidan ikkinchi mamlakatdagi firmaga berilgan kreditdir. Uning eng keng tarqalgan turi bu eksportchining importchiga tovarlarni to`lov muddatini kechiktirish asosida sotishga asoslangan kreditdir.

**Akseptli kredit** yirik banklar tomonidan tratalarni akseptlash shaklida beriladigan kreditlar. Agar eksport qiluvchi import qiluvchining to`lovga qobilligiga shubha qilsa yoki to`lov yig`indisini tezda olishni xohlasa, ushbu kreditdan foydalaniladi.

**Akseptli-rambursli kreditning** ma`nosi shundaki, eksport qiluvchining vekseli uchinchi mamlakat banki tomonidan akseptlanadi va importchi vekselida ko`rsatilgan yig`indini akseptlangan bankiga o`tkazadi.

Ma`lumki, xususiylar ham xalqaro tashkilotlar (Xalqaro valyuta fondi, Yevropa tiklanish va taraqqiyot banki, Osiyo rivojlanish banki va boshqalar) kabi xalqaro kreditlar beradilar. Ammo ularning kreditlarning berish shartlari o`zaro jiddiy farq qiladi.

Bu farqlar quyidagilardan iborat:

- xalqaro tashkilotlar, odatda, uzoq muddatli kreditlar beradi. Xususiylar banklari esa, asosan qisqa muddatli kreditlar berish bilan shug`ullanadi;

- xalqaro tashkilotlar beradigan kreditlarning foiz stavkasi kichik. Odatda, yiliga 7-9%ni tashkil etadi. Xususiylar banklariniki esa nisbatan yuqori, ko`pchilik hollarda 18-20%dan iborat bo`ladi;

- xalqaro tashkilotlar iqtisodiyotni barqarorlashtirish dasturlari asosida kredit beradi. Bunda aniq dasturlar ularning ekspertlari tomonidan ko`rib chiqiladi. Bundan tashqari xalqaro tashkilotlar kredit oluvchi mamlakatlardan ma'lum ko`rsatkichlarga budjet defitsitini yalpi ichki mahsulotga nisbatan ma'lum nisbati, inflyatsiyaning oylik darajasi va hokazolarga rioya etilishini talab qiladi; xususiyy banklar esa, bu tahlitdagi dasturlarga, ko`rsatkichlarga rioya qilishni talab etmaydi;

-xususiyy banklar beradigan xalqaro kreditlar hajmida ta'minlangan kreditlarning salmog`i katta bo`ladi. Xalqaro tashkilotlarning kreditida esa aksincha, ularning salmog`i, odatda, kichik bo`ladi.

Kredit jamiyatdagi vaqtinchalik bo`sh pul mablag`larini pullarga ehtiyojmand subyektlar o`rtasida taqsimlaydi. Bu taqsimlash jarayoni qayta taqsimlash deyiladi, chunki bu mablag`lar moliya kategoriyasi yordamida birlamchi taqsimlash jarayonidan o`tgan mablag`lardir. Bizga ma'lumki, moliya kategoriyasi yordamida milliy daromad dastlabki taqsimlanganda to`rt yirik qismga bo`linib ketadi:

- moddiy ishlab chiqarish sohasida band xodimlarning ish haqi;
- moddiy ishlab chiqarish sohasidagi korxonalarining foydasi;
- banklar bergan kredit uchun foiz stavkasi;
- yer egalari uchun er rentasi.

Bu pul mablag`lari banklarning kredit resurslari uchun manba hisoblanadi. Masalan, ish haqini olaylik, korxonalarda ish haqi, odatda, oyiga 2 marta to`lanadi. Ish haqiga mo`ljallangan mablag`lar ishlatilgunga qadar kredit berish maqsadlariga ishlatilishi mumkin. Yoki korxonalar foydasi hisobidan tashkil etiladigan fondlarni olaylik. Ular ham kredit resursi sifatida ishlatiladi.

### 8.3. Kredit stavkasini aniqlash

Kreditning asosiy sharti qarz uchun haq to`lash. Bu haq qarz qilingan summaga nisbatan foiz hisobida olinganidan uni **qarz foizi** yoki **kreditning foiz stavkasi** deb yuritiladi. Qarz foizi pul bozorida amal qiladi. Bozorga chiqarilgan pulning narxi foiz bo`ladi. Boshqa tovarlardan farqliroq, qarz pulining narxi uning ma'lum to`lov ehtiyojini qondirish xossasidagi foydalanganlik uchun beriladigan haq bo`ladi. Qarz puli kapital sifatida yoki odatdagi to`lov yoki xarid vositasida qo`llaniladi.

Mana shuning uchun ham qarzdor shaxs pul egasiga foiz stavkasini to`laydi. Foiz stavkasi oldindan belgilanadi.

Kreditning foiz stavkasi quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$$\mathbf{KFS = KF / KM * 100;}$$

Bu yerda, KFS kreditning foiz stavkasi, %;

KF - qarz foizi, so`m;

KM - qarz miqdori, so`m.

Kreditlarning foiz stavkasi mamlakatning ssuda kapitallari bozorida aniqlanadi. Xalqaro kreditlarning foiz stavkasi esa jahon ssuda kapitallari bozorida aniqlanib, bu bozorlarning asosiy qismi London, Tokio, Nyu-York, Frankfurt, Parij va Bryussel shaharlarida joylashgan.

Kreditlarning foiz stavkasi turli omillar ta'sirida o`zgarib turadi. Bu omillarning asosiylari quyidagilardir:

Pul bozoridagi talab va taklifning nisbati, ya'ni bozorda qanday miqdorda qarz puliga talab bor va unga nisbatan qanday miqdorda qarzga beriladigan pul chiqarilgan. Talab oshsa, foiz ortadi, taklif tushsa, u kamayadi.

Qarzga olinadigan pulni ishlatishdan kutiladigan naf darajasi, aniqrog'i shu pulning iste'mol qiymati. Qarz puli tadbirkor uchun ko'p foyda keltirsa yoki iste'molchi ehtiyojini to'laroq qondirsa, foiz yuqori bo'ladi, aks holda u pasayib ketadi. Bunda pulni hozir ishlatishdan tegadigan naf taqqoslanadi.

**Qarzni to'lash muddati va sharti.** Agar qarz uzoq muddatga berilib, uni sekin-asta, kichik-kichik qismlarga bo'lib, bemaolol qaytarish mumkin bo'lsa, qarzdor yuqori foizga rozi bo'ladi. Agar qarz qisqa vaqtga berilsa va uni bir yo'la to'lash shart bo'lsa, qarzdor past foizni ma'qul ko'radi. Gap shundaki, qarz qanchalik uzoq muddatga berilsa, shunchalik uni ishlatib, daromad ko'rish mumkin va shu hisobdan foiz to'lash oson bo'ladi.

**Qarzning qanday pul bilan berilishi.** Agar qarz erkin konvertirlangan valyutada berilsa, foiz yuqori belgilanadi, agar u oddiy valyutada berilsa, foiz nisbatan past o'rnatiladi. Konvertirlangan pul nufuzli bo'lgani uchun uni ishlatish oson, undan tezda daromad ko'rish mumkin.

**Inflyatsiya darajasi.** Inflyatsiya yuz bersa, qarzga berilgan pul egasiga qaytib kelgunicha o'z qadrini qisman yo'qotadi. Bunda pul egasi yutqazadi. Shu sababli foiz inflyatsiyani hisobga olib o'rnatiladi. Foiz inflyatsiya shiddatiga nisbatan to'g'ri mutanosiblikda o'zgaradi.

**Pulni qarz berishdan ko'ra boshqa yo'sinda ishlatishdan tushadigan daromad.** Bunda pul egasining afzal ko'rish prinsipi amal qiladi. Agar aksiya dividendi yuqori bo'lsa, foiz pasayadi va aksincha. Agar aksiyaga 15% dividend berilsa, foiz undan yuqori bo'lishi shart. Aks holda pul egasi uni qarzga bermay, aksiya sotib olishni afzal ko'radi.

**Qarz berishning xatar darajasi .** Agar qarzning qaytib kelishi kafolatlansa, foiz past, agar bu xatarli bo'lib, qarz qaytishi shubhali bo'lsa, foiz yuqori bo'ladi. Odatda, moliyaviy baquvvat va nufuzli firmalar uchun foiz tayinlanadi. Yuqori va past foiz o'rtasidagi farq pul egalari uchun ma'lum darajada qarz xatarini kamaytiradi, chunki bir yerda foizning kamligi, boshqa yerda uning ortiq bo'lishi bilan qoplanadi.

#### **8.4. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy samaradorligi**

**Iqtisodiy samaradorlikning mohiyati.** Bozor iqtisodiyotiga o'tish xo'jalik yuritishning oqilona yo'llarini izlab topishni talab qiladi. Bu esa materiallar va xomashyoni tejab-tergab sarflash, dastgoh va uskunalardan yaxshiroq foydalanish, xodimlar ish unumdorligini oshirish, mahsulot birligiga to'g'ri keladigan xarajatlarni pasaytirish, pirovardida, korxonalar rentabelligi va foydaliligini oshirishni ko'zda tutadi.

Ko'rsatib o'tilgan omillarning barchasi ishlab chiqarishning iqtisodiy samaradorligiga erishish tushunchasiga birlashadi. Korxonalar xo'jalik faoliyatining yakuniy natijasi (foyda)ni unga erishishga sarflangan resurslar bilan taqqoslash ishlab chiqarishning samaradorligini aks ettiradi. Samaradorlikning oshishi xarajatlar

birligiga to'g'ri keladigan iqtisodiy natijalarning ko'payishi bilan ifodalanadi. Samaradorlik xo'jalik yuritish mexanizmining takomillashganlik darajasidan, biznesni to'g'ri yo'nalishda olib borilayotganligidan darak beradi.

Samaradorlikning ta'rifi asosida ishlab chiqarish xarajatlarining tarkibi va hajmi yotadi. **Xarajatlar** korxonaning ishlab chiqarish va tijorat faoliyatini amalga oshirishda zarur omillar (sarmoyalar, mehnat resurslari, tabiiy resurslar, tadbirkorlik faoliyati) uchun sarflangan mablag'larning pulda aks ettirilishidir. Ular mahsulot tannarxi ko'rsatkichida namoyon bo'lib, barcha moddiy xarajatlar, mahsulotni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari, mehnatga haq to'lash xarajatlarining puldagi ifodasidir.

Ishlab chiqarishning barcha xarajatlarini ikki guruhga: domiy va o'zgaruvchan xarajatlarga bo'lish mumkin.

Ishlab chiqarish xarajatlarining bunday bo'linishi korxonalar faoliyati samaradorligining har xil ko'rsatkichlarini aniqlash uchun zarurdir. Ishlab chiqarish samaradorligini aniqlash uslubi umumiy xarajatlar va ularning ayrim turlarini xo'jalik faoliyatining natijalari bilan taqqoslashdan iboratdir. Buning uchun turli xil ko'rsatkichlardan foydalaniladi.

Bunda barcha ko'rsatkichlarni quyidagi uchta guruhga birlashtirish maqsadga muvofiqdir: xo'jalik faoliyatini umumlashtiruvchi ko'rsatkichlar; resurslarning ayrim turlaridan foydalanish samaradorligi ko'rsatkichlari; moliyaviy faoliyatni baholovchi ko'rsatkichlar.

**Kichik korxonalarining xo'jalik faoliyatini umumlashtiruvchi ko'rsatkichlar.** Mahsulotni ishlab chiqarish va sotish korxonalar faoliyatining oxirgi natijasi hisoblanadi. Kichik korxonalar uchun sotilgan (xaridorlarga ortib jo'natilgan va ular tomonidan haq to'langan) mahsulot hajmi pul tushumini ta'minlash, ishlab chiqarish xarajatlari va boshqa zaruriy sarflarning o'rnini qoplashga imkon beradi. Bundan tashqari, pul tushumining tarkibida foyda ham mavjud bo'ladi. Undan korxonalar tomonidan ishlab chiqarishni kengaytirish, moddiy rag'batlantirish fondlarini yaratish, davlat budjeti oldidagi majburiyatlarni bajarish uchun foydalaniladi. Iste'molchi mahsulot sotilishi natijasida ishlab chiqarish vositalari yoki iste'mol mollari ko'rinishidagi zaruriy mahsulotni oladi.

Korxonalar mahsulotlarini sotishda ayrim kamchiliklarga ham yo'l qo'yadi. Xususan, ayrim hollarda sotish rejasini oshirib bajarish bilan birga mahsulotlarning ayrim turlarini xaridorlarga belgilangan muddatlarda yetkazib berish rejasini bajarilmaganlik hollari uchraydi. Bu korxonaning o'ziga (u penyalar va jarimalar to'laydi) va xaridorga zarar keltiradi. Shuning uchun sotish rejasining bajarilishi mahsulot yetkazib berish bo'yicha shartnoma majburiyatlarining bajarilishini hisobga olish bilan tahlil qilinadi. Bunda bitta xaridorga yetkazib berish rejasini bajarilishi boshqa xaridorlarga yetkazib berish rejasining bajarilmaganligiga sabab bo'lganligi hisobga olinadi. Shuning uchun shartnoma majburiyatlari rejasini bajarilishi 100 %dan oshib ketmasligi kerak.

Sotish hajmi tayyor mahsulotni ishlab chiqarish va uni o'z vaqtida sotishga to'g'ridan-to'g'ri bog'liqdir. Tovar mahsuloti mahsulotni sotish ko'rsatkichlarida sotilmagan mahsulotlarning o'zgaruvchan qoldiqlarining o'zgarishi bilan aks ettiriladi. Mahsulotlar sotilishining bir maromdaligini ta'minlash uchun korxonalar



tayyor mahsulotlarning zarur hajmiga ega bo'lishi kerak. Ammo amaliyotda sotilmagan mahsulotlarning haqiqiy qoldiqlari me'yoriy qoldiqlardan ancha oshib ketish hollari ham uchraydi. Bu hisobot davrida mahsulotning sotilish hajmi ancha kamayishiga olib keladi. Mahsulot sifatining yetarlicha yuqori bo'lmisligi, mahsulotlarni bir maromda ishlab chiqarilmasligi, korxonada mahsulotlarni ortib jo'natish uchun transport bilan yetarlicha ta'minlanmaganligi va boshqalar bunday vaziyatning sabablari hisoblanadi.

Mahsulotni sotish aniq iste'molchi tomonidan buyumlarning ayrim turlari ko'rinishida amalga oshiriladi. Yetkazib beruvchilar va xaridorlar mahsulot yetkazib berish to'g'risida shartnoma tuzadilar. Unda buyumlarning ro'yxati, miqdori, yetkazib berish muddatlari va boshqa shartlar ko'zda tutiladi. Ularning bajarilishi tahlili 8.4.1-jadvalda keltirilgan.

#### 8.4.1-jadval

#### Mahsulotlarni sotish rejasi va shartnoma majburiyatlarining bajarilishi tahlili (ming so'm)

Ko'rsatkichlar	Reja bo'yicha	Haqiqatda	Farqi (+; -)	Rejaning bajarilishi, % da	Sotish hajmiga ta'siri
Mahsulotlarning amaldagi narxlarda sotilish hajmi	14520	14321	+71	100,5	
Tovar mahsuloti	14265	14493	+228	101,6	228
Sotilmagan mahsulotlar qoldiqlarining o'zgarishi	+ 15	+ 172	+ 157		-157
Xaridorlarga mahsulotlar yetkazib berish bo'yicha shart-nomalarning bajarilishi	14250	14010	-240	98,3	

Jadvaldan ko'rinishicha, sotilgan mahsulotlarning hajmi rejaga nisbatan 71 ming so'mga yoki 0,5%ga oshgan. Bunga tovar mahsulotlarini ishlab chiqarish rejasini 228 ming so'mga yoki 1,6 %ga oshirib bajarilganligi sabab bo'lgan. Ammo tovar mahsulotlarining rejadan ortiq ishlab chiqarilishi to'liq sotilmagan.

Sotilgan mahsulotlarning o'tuvchi qoldiqlari rejalashtirilganiga ko'ra 157 ming so'mga o'sgan, bu sotish hajmini shu summaga pasaytirgan.

Sotilmagan mahsulotlar qoldiqlarining o'sishi mahsulotlarni sotish hajmi ko'payishining foydalanilmagan rezervlaridan iborat bo'ladi. Mahsulotlarni sotish rejasining 0,5 % oshirib bajarilishiga qaramay, korxonada mahsulotlarni yetkazib berish bo'yicha shartnoma majburiyatlarini 240 ming so'mga yoki 1,7 %ga kamroq bajargan, bu korxonada ishining salbiy ko'rsatkichlaridan biridir.

Bozor sharoitlarida mahsulot sifati yaxshilanishi tobora katta ahamiyat kasb etadi. Mahsulotning sifati deganda uning foydalanish uchun yaroqlilik darajasini belgilovchi xususiyatlar majmui tushuniladi. Mahsulotning belgilangan turlari attestatsiyadan o`tkaziladi va ularning sifati ikki nav oliy va birinchi navga bo`linadi. Sifatning oliy naviga, sifat parametrlariga asoslangan, oliy fan-texnika yutuqlari darajasiga mos keluvchi mahsulotlar kiradi.

Bunday mahsulotlarning sifat parametrlari amaldagi standartlarga mos kelishi kerak. Mahsulot sifatini xarakterlovchi ko`rsatkichlardan biri oliy navli mahsulotlar hajmining umumiy ishlab chiqarilgan mahsulotlar hajmiga nisbatan salmog`idir (8.4.2-jadval).

#### 8.4.2-jadval

##### Oliy navli mahsulotlar ishlab chiqarish bo`yicha ko`rsatkichlar dinamikasi

Ko`rsatkichlar	O`tgan yil	Hisobot yili		O`zgarish	
		reja bo`yicha	haqiqatda	o`tgan yilga nisbatan	rejaga nisbatan
Tovar mahsuloti	14006	14265	14495	+489	+230
Shu jumladan oliy navli mahsulotlar	2831	3459	3663	+832	+204
Oliy navli mahsulotlarning umumiy mahsulotlar hajmiga nisbatan salmog`i,	20,2	24,4	25,2	+5	+0,8

Jadvaldan ko`rinishicha, korxonada hisobot yilida o`tgan yil va rejaga nisbatan ishlab chiqarilgan mahsulotlar sifati yaxshilanishi kuzatilgan, ya`ni sifatning oliy navini tovar mahsulotining umumiy hajmiga nisbatan salmog`i o`tgan yilga nisbatan 5 %, rejaga nisbatan 0,8 % ga oshgan.

Mahsulotning sifatiga uni ishlab chiqarish uchun foydalanilgan xomashyo va materiallarning sifati, belgilangan texnologik jarayonga aniq rioya etilishi, ishchilarning malakasi, mahsulot sifatini yaxshilaganlik uchun moddiy rag`batlantirish, tayyor mahsulotlarni saqlash, tashish va boshqalar ta`sir qiladi.

Mahsulotning tannarxi kichik korxonalar ishining tejamlilikini ta`riflovchi eng muhim ko`rsatkichlardan biridir. Mahsulot tannarxining pasayishi korxonada rivojlanishining eng muhim omili hisoblanadi. Mahsulotlar, ishlar va xizmatlarning tannarxi deganda bevosita mahsulotlarni tayyorlash va ishlarni bajarish, ishlab chiqarish sharoitlarini yaxshilash va uni takomillashtirish jarayonida foydalaniladigan resurslarning barcha turlari: asosiy fondlar, tabiiy xomashyo va sanoat xomashyosi, materiallar, yonilg`i va energiya, mehnatning pul shaklida aks ettirilgan xarajatlari tushuniladi. Mahsulot tannarxiga kiritilgan xarajatlarning tarkibi, ularni moddalar bo`yicha tasniflash davlat standarti tomonidan, kalkulyatsiyalash usullari esa korxonada tomonidan belgilanadi. Mahsulotning tannarxi korxonaning ishlab chiqarish va muomala xarajatlaridan iborat bo`ladi, xarajatlar va daromadlarni tenglashtirish, ya`ni o`z xarajatlarini o`zi qoplashi bozor mexanizmining asosiy xususiyatlaridan biridir.

Tayyor mahsulotlar, bajarilgan ishlar va ko`rsatilgan xizmatlarning sotilishi korxonada faoliyati moliyaviy natijalarini aniqlashga imkon beradi.

Hisobot davrida xaridorlarga ortib jo`natilmagan mahsulotning qiymati va firma ichidagi aylanma sotish hajmiga kiritilmaydi.

**Mahsulotning sotilishidan tushgan tushum** korxonada tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar, bajarilgan ishlar, ko`rsatilgan xizmatlar uchun olinadigan pul mablag`larining hajmi. Bu korxonada xarajatlarini qoplash va daromadlar ni shakllantirish mablag`larining asosiy manbaidir. Asosiy mahsulotni sotishdan tushgan tushumdan tashqari, korxonada boshqa sotishlardan hamda sotishdan tashqari operatsiyalardan tushumlar olishi mumkin.

Tadbirkorlik faoliyati jarayonida moddiy ishlab chiqarish sohasida yaratilgan sof daromadni aks ettiruvchi foyda korxonada faoliyatining eng muhim umumlashtirilgan ko`rsatkichi hisoblanadi. Tadbirkor hamma vaqt foyda olishni maqsad qilib qo`yadi, ammo hamma vaqt ham foyda ololmaydi. Agar tushum tannarxaga teng bo`lsa, unda faqat mahsulot ishlab chiqarish va sotish xarajatlarining o`rnini qoplashga erishiladi. Tushumdan oshib ketuvchi xarajatlarda korxonada salbiy moliyaviy natija ko`radi, bu uni murakkab moliyaviy ahvolga solib qo`yadi, bankrotlik ham istisno emas.

Mahsulotlarni sotishdan olingan foyda (zarar) qo`shimcha qiymat solig`i va aksizsiz mahsulot sotishdan tushgan tushum va mahsulotlar ning tannarxiga kiritilgan ishlab chiqarish va sotish xarajatlari o`rtasidagi farq sifatida aniqlanadi. Keltirilgan ta`rifdan foyda korxonaning o`z mahsulotlari (ishlari, xizmatlari)ni talab va taklif asosida vujudga kelgan narxlar bo`yicha sotishdan hosil bo`lgan yalpi daromad hajmiga bog`liqligi ma`lum bo`ladi.

**Korxonaning yalpi daromadi** mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan tushgan tushumdan moddiy xarajatlarni chiqarib tashlagandan keyin ish haqi va foydani o`z ichiga oluvchi korxonada sof mahsulotlaridan iboratdir. Bozor munosabatlari sharoitida korxonada eng katta foyda olishga erisha olmasa, tovarlarni sotish va xizmatlar ko`rsatish bozorida o`z mavqeini mustahkam ushlab turish, raqobat sharoitida o`z ishlab chiqarishini dinamik rivojlanishini ta`minlashga imkon beruvchi foyda hajmini olishga harakat qilishi kerak.

Quyidagi 8.4.3-jadvalda korxonada foyda olishning tahlili berilgan.

#### 8.4.3-jadval

#### Asosiy faoliyatdan olinadigan foyda (zarar) va uning o`zgarishiga ta`sir qiluvchi omillar tahlili (ming so`m)

Ko`rsatkichlar	Haqiqatda		Farqi (+;-)	Foyda hajmiga ta`siri
	O`tgan yil uchun	Hisobot yil uchun		
Mahsulotni sotishdan olingan yalpi foyda	26399	26704	+305	+305
Davriy xarajatlar	10341	11553	+ 1212	-1212
Boshqa daromadlar	5452	6089	+637	+637
Boshqa zararlar	24310	25774	+ 1464	-1464

Asosiy faoliyatdan foyda (zarar)	-2400	-4534	2134	x
----------------------------------	-------	-------	------	---

Jadval ma'lumotlariga ko'ra, korxonada asosiy faoliyat bo'yicha o'tgan yili 2400 ming so'm, hisobot yilida esa 4534 ming so'm zararga yo'l qo'yilgan, ya'ni zararlarning o'sishi yiliga 2134 ming so'mni tashkil etgan. Bu zararlarga boshqa xarajatlarning 1464 ming so'mga va davriy xarajatlarning 1212 ming so'mga ko'payishi natijasida yo'l qo'yilgan. Shu bilan birga sotishdan yalpi foydani 305 ming so'mga, boshqa daromadlarning 637 ming so'mga o'sishi hisobiga korxonada asosiy faoliyatdan 942 (305+637) ming so'm foyda olgan. Ammo foydaning bu mikdori zararni qoplash uchun yetarli emas.

Korxonada ish faoliyatining samaradorlik darajasini baholash uchun olingan natija (yalpi daromad, foyda) xarajatlar yoki foydalanilgan resurslar bilan taqqoslanadi. Foyda va xarajatlarni tenglashtirish rentabellik yoki aniqrog'i rentabellik me'yori bildiradi.

Amaliyotda rentabellik me'yori o'lchashning ikki variantidan foydalaniladi. Bu foydaning korxonaning joriy sarf-xarajatlari (tannarx)ga yoki avanslashgan qo'yilmalar (asosiy ishlab chiqarish fondlari va aylanma mablag'lar)ga nisbatidir. Ikkala o'lchov varianti ham bir-biri bilan avanslashgan qo'yilmalar aylanmasi tezligi ko'rsatkichi bilan bog'langan:

$$R_1 = R / F_a, R_2 = R / F_z,$$

bu yerda, R - foyda;

R<sub>1</sub>, R<sub>2</sub> - foyda me'yori (1- va 2-variantlar);

F<sub>a</sub>, F<sub>z</sub> - avanslashgan fondlar va tannarx qiymati.

Aylanishlar soni  $P = F_z / F_a$  bo'lganligi uchun  $R_2 = R_1 \times P$ .

Korxonada rentabelligi me'yori quyidagicha hisoblash mumkin:

$$R = P (U S) * 100 / (F_o + F_{ob}),$$

bu yerda, R - foyda;

P - mahsulot hajmi;

U - mahsulot birligi narxi;

S - mahsulotning tannarxi;

F<sub>o</sub> - asosiy ishlab chiqarish fondlarining o'rtacha yillik qiymati;

F<sub>ob</sub> - aylanma mablag'larning hajmi.

Korxonalar ish amaliyotida rentabellikning bir qator ko'rsatkichlari qo'llaniladi. Mahsulotning rentabelligini sotilgan barcha mahsulotlar bo'yicha va uning alohida turlari bo'yicha aniqlash mumkin. Birinchi holda u mahsulotni sotishdan olingan foydaning uni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari nisbati sifatida aniqlanadi. Sotilgan mahsulotlarning rentabelligi tovar mahsulotini sotishdan olingan foydaning mahsulotni sotishdan tushgan tushumga nisbati sifatida; sof foydaning sotilgan mahsulotdan tushgan tushumga nisbati bo'yicha hisoblanadi.

Ishlab chiqarish fondlarining rentabelligi asosiy faoliyatdan olingan foydaning asosiy ishlab chiqarish fondlari va moddiy aylanma mablag'larning

o`rtacha yillik qiymatiga nisbati sifatida hisoblanadi. Bu ko`rsatkichni sof foyda bo`yicha ham hisoblash mumkin.

Korxonada qo`yilmalarining rentabelligi uning ixtiyoridagi mulkning qiymati bo`yicha aniqlanadi. Hisoblashda asosiy faoliyatdan olingan foyda va sof foyda ko`rsatkichlaridan foydalaniladi. Mulkning qiymati buxgalteriya balans bo`yicha aniqlanadi. Bu ko`rsatkich korxonada mulkning bir so`m qo`yilmalariga sotish darajasini ifodalaydi.

Korxonada shaxsiy mablag`larining rentabelligi sof foydaning balans bo`yicha belgilangan, uning shaxsiy mablag`lariga nisbati bilan aniqlanadi.

Uzoq muddatli moliyaviy qo`yilmalarning rentabelligi qimmatbaho qog`ozlar va boshqa korxonalarda ulushli ishtirok etishdan daromadlar miqdorining uzoq muddatli moliyaviy qo`yilmalarning umumiy hajmiga nisbati sifatida hisoblanadi. Quyidagi 8.4.4-jadvalda rentabellikning tahlili haqidagi ma`lumotlar ko`rsatilgan.

Jadval ma`lumotlariga ko`ra, hisobot yilida sotilgan mahsulotlarning rentabelligi o`tgan yilga nisbatan 0,4 %ga pasaygan. Bu sotishdan sof foyda miqdorining 3645 ming so`mga ko`paygani natijasida sodir bo`lgan.

#### 8.4.4-jadval

##### Sotilgan mahsulotlar rentabelligi tahlili

Ko`rsatkichlar	O`tgan vilda	Hisobot vilda	Farqi (+; -)
Sotishdan olingan sof foyda, ming so`m	122441	126086	+3645
Sotilgan mahsulotning tannarxi, ming so`m	96042	99382	+3340
Sotilgan mahsulotdan yalpi foyda, ming so`m	26399	26704	+305
Sotilgan mahsulotning rentabelligi, %da	21,6	21,1	-0,4

**Resurslarning ayrim turlaridan foydalanish samaradorligi ko`rsatkichlari.** Mehnat unumdorligi ishlab chiqarish samaradorligining eng muhim o`lchovlaridan biridir. Mehnat unumdorligi bilan xodimlarning ishlab chiqarish faoliyati samaradorligi aniqlanadi. Mehnat unumdorligining o`shishi jonli va buyumlashgan mehnatning tejalishini bildiradi.

**Mehnat unumdorligi** bir xodim tomonidan ish vaqti birligi ichida ishlab chiqarilgan mahsulotning miqdori yoki mahsulot birligini ishlab chiqarishga ish vaqtining miqdori bilan o`lchangan jonli mehnat sarfining samaradorligidir.

Birinchi ko`rsatkich bir xodimning vaqt birligi ichida ishlab chiqargan mahsulotini aniqlaydi:

$$\text{Ishlab chiqarish} = \frac{\text{Ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori } (Q)}{\text{Ishlangan vaqt } (T)}$$

Ikkinchi ko`rsatkich mehnat sarfini, ya`ni mahsulot birligiga sarflangan vaqtni aniqlaydi:

$$\text{Mehnat sarfi} = \frac{\text{Ishlangan vaqt (T)}}{\text{Ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori (Q)}}$$

Mehnat unumdorligi oshishi mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirish, mahsulot tannarxini pasaytirish, ish kuchiga ehtiyojni nisbatan qisqartirish, xodimlar ish haqining o'sishini ta'minlashga imkon beradi. Bular kichik korxonaning muvaffaqiyatli ishlashi uchun zarurdir.

Mehnat unumdorligining quyidagi ko'rsatkichlari mavjud: bir ishchi ishlovchining o'rtacha yillik ishlab chiqarishi (mahsulot hajmini ishlovchilarning o'rtacha ro'yxatdagi soniga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi); bitta ishchiga to'g'ri keladigan o'rtacha yillik ishlab chiqarish (mahsulot hajmini ishchilarning o'rtacha ro'yxatdagi soniga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi); bitta ishchiga to'g'ri keladigan o'rtacha kunlik ishlab chiqarish (bir kunlik mahsulot hajmini barcha ishchilar soniga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi); bitta ishchiga bir soatga to'g'ri keladigan o'rtacha ishlab chiqarish (bir soatda ishlab chiqarilgan mahsulot hajmini barcha ishchilar soniga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi).

**Fondning qaytarilishi va fondning sarflanishi.** Bu ko'rsatkichlar bilan korxonada asosiy ishlab chiqarish fondlaridan foydalanish samaradorligi aniqlanadi. **Fondning qaytarilishi** asosiy fondlarning bir so'miga to'g'ri keluvchi ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori (summasi)ni ko'rsatadi.

$$\text{Fondning qaytarilishi} = \frac{\text{Ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori (Q)}}{\text{Asosiy fondlarning o'rtacha yillik qiymati (F)}}$$

**Fondning sarflanishi** fond qaytarilishining teskari miqdori bo'lib, mahsulot birligiga asosiy fondlarning qanday summasi to'g'ri kelishini ko'rsatadi:

$$\text{Fondning sarflanishi} = \frac{\text{Asosiy fondlarning o'rtacha yillik qiymati (F)}}{\text{Ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori (Q)}}$$

Fondning qaytarilishining oshishi mahsulot ishlab chiqarish hajmini ko'paytirish, ishlab chiqarilgan mahsulotning tannarxini pasaytirish va asosiy fondlarga ehtiyojni nisbatan qisqartirishga imkon beradi.

Fondning qaytarilishi va fondning sarflanishi miqdoriga har xil omillar ta'sir etadi. Fondning umumiy qaytarilishi asosiy ishlab chiqarish fondlari o'rtacha yillik qiymatidagi mashina va uskunalarning o'rtacha yillik qiymatining bir so'miga to'g'ri keladigan mahsulot chiqarishiga bog'liqdir.

Mashinalar, uskunalarning qiymatining bir so'miga to'g'ri keladigan mahsulot ishlab chiqarish mehnatdan foydalanishning samaradorligini ifodalaydi. Ushbu ko'rsatkichlar tahlili 8.4.5-jadvalda berilgan.

## Fondning qaytarilishi va sarflanishi ko`rsatkichlari tahlili

Ko`rsatkichlar	O`tgan yil uchun	Hisobot yili uchun	Farqi (+; -)
Taqqoslangan va ulgurji narxlardagi tovar mahsuloti (ming so`m)	14006	14493	+487
Asosiy ishlab chiqarish fondlarining o`rtacha yillik qiymati (ming so`m)	9337	8526	+297
Asosiy ishlab chiqarish fondlarining fond qaytarilishi	1,5	1,7	+0,2
Asosiy ishlab chiqarish fondlarining fond sarflanishi	0,7	0,6	+0,1

Jadval ma'lumotlariga ko`ra, hisobot yilida asosiy fondlardan foydalanish samaradorligi, ya'ni fondning qaytarilishi o`tgan yilga nisbatan 0,2 so`mga ko`paygan, bu korxonada ishiga ijobiy ta'sir etgan.

**Mahsulotga material sarflanishi.** Bu aylanma fondlar (mablag`lar)dan foydalanishning umumlashtiruvchi ko`rsatkichi bo`lib, u korxonaning iste'mol qilingan aylanma fondlari qiymatining ishlab chiqarilgan mahsulot qiymatiga nisbati bilan aniqlanadi.

Mahsulot birligiga sarflangan xomashyo va materiallarning miqdori haqida darak beruvchi tabiiy o`lchovdagi aniq ko`rsatkichlarni ham xuddi shu ko`rsatkichga o`xshab hisoblash mumkin. Bu ko`rsatkichlar xo`jalikning isrofgarchilik yoki tejamkorlik bilan olib borilganligini ko`rsatadi. Bu pirovardida tannarxning pasayishi va foydaning ko`payishiga ta'sir qiladi.

Ko`rib o`tilgan ko`rsatkichlar korxonada faoliyatini baholash uchun muhim ahamiyatga ega bo`lsa-da, biroq cheklangan xarakterga egadir. Ular ishlab chiqarish va xarajatlarning iqtisodiy samaradorligi haqida to`liq tasavvur bermaydi, balki faqat resurslarning ayrim turlaridan foydalanishni ifodalaydi. Xarajatlarning umumiy samaradorligi haqidagi yaxlit ta'rifni umumiy va solishtirma iqtisodiy samaradorlik beradi. Umumiy iqtisodiy samaradorlik quyidagi formula bo'yicha hisoblanadi:

$$E = \text{Foydaning o`shishi (P)} / \text{Kapital qo`yilmalar (K)}$$

Har bir alohida holda xarajatlarning umumiy iqtisodiy samaradorligi ko`rsatkichlari boshqa davrlar yoki boshqa korxonalar uchun me'yoriy yoki xuddi shunday ko`rsatkichlar bilan solishtiriladi.

Yechimlar variantlarini solishtirishda xarajatlarning solishtirma iqtisodiy samaradorligi hisoblanadi. Eng kam xarajatlar eng muvofiq variantning ko`rsatkichi bo`lib xizmat qiladi:

$$Z_p = S + E_p K$$

bu yerda,  $Z_p$  - ushbu variant bo'yicha berilgan xarajatlar;

$S$  - joriy xarajatlar (tannarx);

$K$  - kapital qo'yilmalar hajmi;

$E_p$  - kapital qo'yilmalar solishtirma iqtisodiy samaradorligining me'yoriy koeffitsiyenti. Iqtisodiyot bo'yicha u 0,16 deb belgilangan.

Ushbu koeffitsiyentdan kelib chiqqan holda xarajatlarning o'rnini qoplash muddatini aniqlash mumkin:

$$T_{ok} = 1 : 0,16 = 6,25 \text{ yil}$$

### 8.5. Samaradorlikni baholovchi ko'rsatkichlar

**Korxonaning faoliyati yoki uning moliyaviy holatini baholash** korxonaning xo'jalik va tijorat faoliyati jarayonida vujudga keluvchi moliyaviy va kredit munosabatlari natijasini aks ettiruvchi tushunchadir.

**To'lov qobiliyati koeffitsiyenti** korxonaning to'lov imkoniyatlarini ko'rsatadi va quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$K_{pl} = A_2 / (P_2 (D_{zk} + K_{zk} + A_p)) ,$$

bu yerda,  $K_{pl}$  - korxonaning to'lov qobiliyati koeffitsiyenti;

$A_2$  - aylanma aktivlar (ishlab chiqarish zahiralari, pul mablag'lari va boshqalar);

$P_2$  - majburiyatlar;

$D_{zk}$  - uzoq muddatli qarzlari va kreditlar;

$K_{zk}$  - qisqa muddatli qarzlari va kreditlar;

$A_p$  - xaridor va buyurtmachilardan olingan badallar.

Bu ko'rsatkich birdan katta bo'lishi kerak.

**Shaxsiy va qarz mablag'lar nisbatlarining koeffitsiyenti** qisqa muddatli qarz mablag'larining shaxsiy manbalar bilan ta'minlanish darajasini belgilaydi va quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$K_{es} = P_1 / (P_2 (D_{zk} + K_{zk} + A_p)),$$

bu yerda,  $P_1$  shaxsiy mablag'larning manbalari (ustav sarmoyalari, qo'shimcha sarmoyalar, taqsimlangan foyda).

Bu ko'rsatkich birdan kichik bo'lmasligi kerak.

**Moliyaviy bog'liqlik koeffitsiyenti** korxonada moliyaviy bog'liqligining kamayishi (ko'payishi), kelgusi davrlarda moliyaviy qiyinchiliklar xavfining ko'payishidan (pasayishi)dan darak beradi va korxonada tomonidan kreditorlar oldidagi o'z majburiyatlarini to'lash kafolatini aniqlaydi. Moliyaviy bog'liqlik koeffitsiyenti quyidagi formula bilan hisoblanadi:

$$K_{fsh} = P_1 / I_b$$

bu yerda,  $I_b$  - aktiv yoki passivning natijalari.

Bu ko'rsatkich 0,5 dan katta yoki unga teng bo'lishi kerak.

**Shaxsiy aylanma mablag'lar** bilan ta'minlanganlik koeffitsiyenti korxonada uning moliyaviy barqarorligi uchun zarur mablag'larning mavjudligini ifodalaydi va quyidagi formula bilan ifodalanadi:



$$K_{os} = (P_1 + D_{zk} A_1) / A_2 ,$$

bu yerda  $A_1$  - uzoq muddatli aktivlar.

Bu ko`rsatkich 0,1 dan katta yoki unga teng bo`lishi kerak.

**Aktivlar rentabelligi koeffitsiyenti** moliyaviy-xo`jalik faoliyatida foydalanilayotgan aktivlarning foydaliligi (zararliligi) darajasini ko`rsatadi va quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$K_{ra} = P_r * D_p / I_b ,$$

bu yerda,  $P_r D_p$  - soliqlar to`langunga qadar foyda.

Bu ko`rsatkich noldan katta bo`lishi kerak.

**Ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish koeffitsiyenti** korxonaning ish bilan ta`minlanganlik darajasini ifodalaydi va quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$K_{im} = Q_{haq} / (Q_{loyiha} Q_{ijara} + Q_{konser} ) ,$$

bu yerda  $K_{loyiha}$  - mahsulot ishlab chiqarishning eng katta hajmi;

$Q_{haq}$  - ishlab chiqarilgan mahsulotning haqiqiy hajmi;

$Q_{ijara}$  - ijaraga berilgan quvvatlardagi mahsulotlar hajmi;

$Q_{konser}$  - konservatsiya qilingan quvvatlardagi mahsulotlarning hajmi.

Bu ko`rsatkich 0,6 dan katta yoki unga teng bo`lishi kerak.

**Uskunalar (asosiy fondlar)ning ishdan chiqishi koeffitsiyenti.** Bu ko`rsatkich quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$K_{izp} = I / O ,$$

bu yerda,  $K_{izp}$  - uskunalarining ishdan chiqish koeffitsiyenti;

I - asosiy fondlarning ishdan chiqishi;

O - asosiy fondlarning dastlabki qiymati.

Agar yuqoridagi barcha koeffitsiyentlarning tarmoq miqdori teng yoki katta bo`lsa, bunday korxonalar iqtisodiy qudratli va to`lov qobiliyatiga ega hisoblanadi.

## 8.6. Samaradorlikni oshirishning asosiy yo`nalishlari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar faoliyati ishlab chiqarishning iqtisodiy samaradorligini oshirish yo`llarini doimo qidirishni talab qiladi. Agar shunday qilinmas ekan, korxonaning qat`iy raqobat muhitida omon qolishi mushkul. Bu ayniqsa, kichik va o`rta korxonalarga tegishlidir. Avval aytib o`tilganidek, ularning vujudga kelishi va rivojlanishining barcha bosqichlarida qiyinchiliklar va hal qilinmagan muammolar juda ko`p uchraydi.

Tadbirkor muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi uchun oddiy bozor omillari (mahsulotni doimo yangilash, sifatini oshirish, marketing tadqiqotlari, muvaffaqiyatli raqobat va boshqalar)dan tashqari o`z faoliyatining samaradorligiga erishishning turli-tuman yo`llaridan foydalanishi zarur. Bular quyidagilardir:

- ilg`or texnologiya va zamonaviy uskunalardan foydalanish;
- xomashyo va materiallarning yangi turlarini qo`llash;
- asosiy fondlardan samarali foydalanish;
- aylanma mablag`lar aylanishini jadallashtirish;

- mehnatni tashkil qilishning samarali shakl va usullarini qo'llash;
- menejment fani va amaliyotining ilg'or yutuqlaridan foydalanish;
- mamlakatimiz va xorij firmalarining ilg'or tajribalarini tatbiq etish va boshqalar.

### **Qisqa xulosalar**

Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarining ish faoliyati ularning moliyaviy faoliyati bilan chambarchas bog'liq. Moliyaviy holat korxonaning har tomonlama faoliyati natijalarini aks ettiradi. Korxonalar faoliyatining moliyaviy natijalarini ifodalovchi ko'rsatkichlardan asosiysi foyda hisoblanadi.

Kichik biznes va tadbirkorlikni kredit bilan ta'minlash deganda, bu ularga pul yoki tovar shaklidagi vositalarni ma'lum muddatga haq to'lash sharti bilan qarzga olish va qaytarib berish yuzasidan kelib chiqadigan munosabatlar tushuniladi. Kreditning quyidagi asosiy shakllari mavjud: tijorat krediti; bank krediti; iste'mol krediti; davlat krediti va xalqaro kredit. Kreditlarning foiz stavkalari mamlakatning ssuda kapitallari bozorida aniqlanadi. Xalqaro kreditlarning foiz stavkalari esa jahon ssuda kapitallari bozorida aniqlanadi. Unga xalqaro moliya bozoridagi holatlar bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarida samaradorlikni oshirishning asosiy yo'nalishlari quyidagilar hisoblanadi: ilg'or texnologiya va uskunalardar foydalanish; xomashyo va materiallarning yangi turlarini qo'llash; asosiy fondlardan unumli foydalanish; mehnatni tashkil etishning samarali usullarini qo'llash; xorij firmalarining ilg'or tajribalaridan foydalanish va h.k.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Korxonalarining moliyaviy faoliyati natijalarini ifodalovchi ko'rsatkichlarini hisoblash yo'llarini tushuntirib bering.
2. Korxonada foydasining nechta turi mavjud?
3. Korxonada foydasi qanday aniqlanadi?
4. Korxonalarining moliyaviy xarajatlari qanday tasniflanadi?
5. Korxonaning o'z mablag'lari deganda nima tushuniladi?
6. Kredit qanday vazifalarni bajaradi va uning roli?
7. Kredit qanday turlarga bo'linadi?
8. Kreditning qanday shakllari mavjud?
9. Tijorat krediti deganda nimani tushunasiz?
10. Xalqaro kreditlar deganda nimani tushunasiz?
11. Kreditlarning foiz stavkasi qanday aniqlanadi?
12. Kreditlarning foiz stavkasi qanday omillar ta'sirida o'zgaradi?
13. Kichik korxonalar faoliyati iqtisodiy samaradorligining mohiyati nimadan iborat?
14. Samaradorlikni aniqlashning qanday ko'rsatkichlarini bilasiz?
15. Nima uchun foyda eng muhim umumlashtiruvchi ko'rsatkich hisoblanadi?
16. Foydaning qanday turlari bor va ular qanday aniqlanadi?
17. Korxonada rentabelligi qanday usullarda hisoblanadi?

### **Adabiyotlar**

1. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi: 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. –T.: O'zbekiston, 2011.– 48 b.

2. Karimov I.A. Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi: O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining qo'shma majlisidagi ma'ruzasi. -T.: O'zbekiston, 2010. – 56 b.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2010-yil 28-iyuldagi "Ta'lim muassasalarining bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar"to'g'risidagi Farmoni. //Xalq so'zi, 2010-yil, 29-iyul.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi "Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi" mavzusidagi ma'ruzasini o'rganish bo'yicha O'quv-uslubiy majmua. – T.: Iqtisodiyot, - 2011. – 377 b.

5. Boltabayev M.R., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva Sh.J., G'oyipnazarov B.K., Samadov A.N., Xodjaev R.S. Kichik biznes va tadbirkorlik. – T.: ADIB NASHRIYOTI, 2011. – 283 b.

6. Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. -T.: TDIU, 2010. – 260 b.

7. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учебное пособие для вузов. /Под ред. Проф. В.Я. Горофинкля, проф. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. – 2е изд., перереб. и доп. -М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008. – 320 с.

8. Предпринимательство: Учебник. /Под. ред. М.Г. Лапусты. – 4-е издание. – М.: ИНФРА-М, 2008. - 667 с.

9. Анискин Ю.П. Организация и управление малым бизнесом: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 160 с.

## **9-bob. TADBIRKORLIK ETIKASI VA MADANIYATI**

### **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, iymon, 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 ishbilarmonlik 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 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 tadbirkorga o'ziga xos majburiyatlar yuklaydi.

### **2. Tadbirkor va davlat**

- tadbirkor davlat va uning qonunlarini to'g'ridan-t o'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 hollarda 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 buyurtmalarni 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 binoan 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 sharafi, nufuzi va yaxshiga 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 qadriyatlariga 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 mavqei 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 etkaziladi. 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'ziligini to'xtatish uchun asos bo'ladi;

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

### **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 fazilatlar bilan 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. Ba`zi hakimlar odobni eng mas`um va ko`rkam fe`lga ega bo`lish desalar, ba`zilari nafsni barcha qabih odatlardan tozalash deb ta`rif berishadi. Demak, tadbirkordagi odobning mavjudligi, bu noyob ne`matning mavjudligidir.

Umuman odob ikki xil bo`ladi:

- hikmat odobi;
- xizmat odobi.

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

Odob rahbarni 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 rahbarni 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. E`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 bironing haqiga xiyonat qilmaydigan;

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

- **oriyatli**, ya`ni o`ziga nomunosib yoki ep ko`rilmagan ishdan, narsadan hijolat tortadigan;

- **andishali**, ya`ni oqibatini o`ylab ish qiladigan, yuz-xotirni biladigan, farosatli;

- **vijdonli**, ya`ni nohaq, adolatsiz ishlardan g`azabga keladigan, bularga qarshilik bildiradigan, o`z faoliyatining yaxshi tomonlaridan qanoatlanib, xursand bo`ladigan, yomon tomonlaridan norozi bo`lib, ruhan eziladigan, ya`ni vijdon azobiga tushadigan.

Oddiy tarzda aytganda:

Imon uch narsaning butunligidan hosil bo`ladi: e`tiqod, iqror va amal. E`tiqod ishonch. Iqror so`zda buni tan olish. Amal yaxshi ishlar bilan uni isbotlash.

**Insof** 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 xayolan 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 insoflilar 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".

Bundan shu xulosa kelib chiqadiki, har turli qing`ir yo`llar bilan haddan tashqari boylar orttirib o`zini qo`yarga joy topolmay, "to`qlikka sho`xlik" qiladigan kimsalarning jilovini tortib qo`yish bilan birga, halol mehnat kishilariga imkoniyat yaratib berish, ularni qo`llab-quvvatlash, zarur bo`lsa, rag`batlantirib borish davlat siyosatining muhim yo`nalishlariga aylangan.

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 murosalar 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 ekan, mustaqil mamlakatimizning obro`si, uning manfaati uchun mardlik, jonkuyarlik bilan ishlamas ekan ishlarimiz ko`ngildagidek bo`lmaydi".

Adolatli jamiyatda xalqning ertangi 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 mexanizmida o`z aksini topishi kerak", - masalasini dolzarb vazifa qilib qo`ydi.

Iqtidorli<sup>20</sup> deganda biror soha bo`yicha layoqatini ongli ravishda sezgan, o`zidagi qobiliyatni to`la namoyon etish uchun qat`iyat ko`rsata oladigan kishilar

---

<sup>20</sup> Iqtidorli tushunchadan farqli o`laroq, iste`dod tushunchasi ham bor. Iste`dod har tomonlama rivojlangan, nihoyatda kuchli va takrorlanmas qobiliyatdir. Qobiliyat, iqtidorni tinimsiz mehnat tufayli tarbiyalash mumkin. Ammo iste`dod iborasi ajdodida buyuk siymolar o`tgan avlod farzandlari orasida biror iste`dod egasi bo`y ko`rsatib qolganda tilga olinadi.

tushuniladi. Iqtidorli odamlar kuch-quvvatini ayamaydi va kutiladigan natijasiga maqsadiga yetadi, ya'ni o'zini bor bo'yicha ko'rsatadi.

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 hech qachon cheklanib qolishmaydi. Iqtidorli insonlar o'z faoliyatlari bilan hatto ba'zi bir kamharakat katta iste'dod egalariga nisbatan ham jamiyatga ko'proq foyda yetkazishadi.

**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 yengil 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 vaqtingiz 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 bayon 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 qalastirmang, zudlik bilan ko'rsatma bering;

-suhbatdoshingizni yumushi o'zi uchun o'ta muhim ekanligini unutmang.

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

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 etib 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.

Sohibq iron 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 intilardim. 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 foydaliro q bo`lsa, shuni ixtiyor qilardim"<sup>1</sup>.

O`z vazifasi va olib borilish shakliga qarab kengash turlicha bo`ladi. **Kengash tip (xil)lari:**

**Vazifalari bo`yicha:**

- qaror qabul qilish;
- fikr almashish;
- axborotni tinglash;
- dispetcherlik muhokama;

**Olib borish shakli bo`yicha:**

- diktator (hukmdor)lik;
- avtokrat, yakka hukmdor shaklida;
- bahsli shaklda;
- seregativ shaklda.

**Kengashgacha:**

- majlis rejasini tuzib unga tayyorgarlik ko`ring;
- majlisda ko`riladigan masalalar yuzasidan tayyorlangan materiallarni majlis qatnashuvchilariga oldindan jo`nating;
- majlisga fikrlari o`ta muhim kishilarni taklif qiling;
- majlisni zarurat tug`ilgan hollardagina chaqiring.

**Kengash vaqtida:**

- kengashni belgilangan vaqtda boshlang;
- kengashni o`tkazishning yagona tartibini belgilang;
- ortiqcha huruj, shaxsiy qarshi chiqish hollariga yo`l qo`ymang;
- kengash maqsadini har bir qatnashuvchi e`tiboriga yetkazing.

**Kengash unsurlari:**

- kun tartibini muhokama qilish;
- kengashni o`tkazish tartibini muhokama qilish;
- muammolarni aniqlash;
- muammolar tahlilini qilish;
- muqobil variantlarni izlash;
- muqobil variantlarni baholash;
- qaror qabul qilish.

**Kengashdan so`ng:**

- kengash qarorini tayyorlash;
- ko`rsatuvlarni tayyorlash;

- axborotlarni jo`natish.

Shuni unutmangki, kengash o`tkazuvchi raislar va tinglovchilar turli toifadagi kishilar bo`lishi mumkin, ya'ni:

**Rais:**

- bug`uvchi
- vahimachi
- chalg`ituvchi
- lol qoldiruvchi

**Tinglovchi:**

- indamaslar
- tajovuzkorlar
- g`iybatchilar
- bilag`onlar
- haddan tashqari ishchanlar
- so`nggi oyoqlar

### **9.3. Tadbirkor rahbar faoliyatining ruhiy-psixologik xususiyatlari**

Bozor iqtisodiyoti sharoiti tadbirkor rahbarlardan tadbirkorlik va ishbilarmonlik, boshqaruv uslublarini 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 qiziqtirish 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 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.

Mahsulot ishlab chiqarish bilan uning sifatini nazorat qilish jarayoni hech qachon ajratilmaydi yoki bir-biriga qarama-qarshi qo`yilmaydi. Ularning fikricha, nazoratni kuchaytirish yoki nazoratchining huquqini kuchaytirish bilan yuqori sifatli mahsulot olib bo`lmaydi. Vaholanki mahsulot sifatini tayyor bo`lgandan keyin emas, aksincha, uni tayyorlash jarayonida, bajarilgan har bir ish operatsiyasidan so`ng nazorat qilish kerak. Nazoratchining asosiy vazifasi sifatsiz mahsulot ishlab chiqarayotgan ishchini topib uni jazolash emas, balki uning sababini aniqlash va bartaraf qilishdan iborat bo`lishi kerak. Mana shu uslubni yaponlar to`g`ri yo`lga qo`yganligi sababli har bir ishchi o`z-o`zini nazorat qilishga o`rgangan va doimo o`z ustida izlanishlar olib boradi. Kompaniyalarda sifat guruhlari tashkil qilingan.

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.

Bozor iqtisodiyoti sharoiti boshqaruvida uzoq va yaqin muddatlarga mo`ljallangan rejalar tuzish, qarorlar qabul qilish, ijrochilar o`rtasida ishlarni taqsimlash, qarorlar ijrosini nazorat qilish, ijrochilarni rag`batlantirib borish kabi ishlar ham tadbirkor rahbar zimmasidadir. Boshqaruv qarorlari ichki va tashqi omillarga ega bo`lib, ular oddiy va murakkab sharoitlarda bir qarorni tayyorlash va qabul qilishda jamoa faollarining qatnashuvi hamda tadbirkor rahbar tashkilotchiligi, boshqaruvni demokratik uslubda olib borishi kerakligini ko`rsatadi.

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

Tadbirkor rahbarning tashkilotchilik qobiliyatining ikkinchi yo`nalishi ishlab chiqarish tizimini yaxshilash tadbirlariga qaratilmo g`i, yangi jamoada axloqiy-ruhiy muhitni qaror toptirish, yangi texnologiyani joriy etish, kuchlarni tezkor ishlarni bajarishga qaratish, boshqaruvdagi kishilarni imkon qadar kamaytirish, yangi xodimlar malakasini oshirib borish, kishilardagi «boqimandalik» ruhiyatiga barham berish, ishda har xil mojarolar kelib chiqishiga yo`l qo`maslik, mehnat intizomiga qat'iy rioya qilishdir.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkor rahbar faoliyatining mazmuni uning boshqarish san`atini nechog`lik egallagani, ya`ni kishilarni jamoaga uyushtirish, ishlarni uzoq va yaqin muddatlarga rejalashtirish, nazorat qilish, axborotlar ayirboshlash, boshqarishni oqilona tashkil etish kabi mezonlar bilan ham izohlanadi. Bunda tadbirkor rahbar ongliligi, tadbirkorliligi, ishlab chiqarishni ishning ko`zini bilib tashkil etishi, belgilangan natijalarga erishishi, kishilarning moddiy va ma`naviy ehtiyojlarini qondirib borishi, uning guruh, jamoa, jamiyat oldida mas`uliyat, burch tuyg`usini chuqur his qilishi muhim ahamiyatga ega.

Tadbirkorning tashkilotchilik qobiliyati hamma narsada muvaffaqiyatga erishuvining muhim shartidir. Qanday tadbirkor rahbar muvaffaqiyatiga 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 olishi;

- 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 etib, 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, xazil-mutoyiba tuyg`usi.

His-tuyg`u sifatleri 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 sifatleri yanada yaxshilashga intilish va uni himoya etish, kishilar bilan munosabatda samimiylik, halollik.

Tadbirkor rahbarning ruhiy-fiziologik sifatleri:

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 sifatleri:

1. Mehnatsevarlik, kishilarga nisbatan mehribonlik, insonparvarlik, samimiylik, halollik, vijdonlilik, sabr-matonat, xolislik.

2. Tartibililik va intizomlilik, o`ziga va boshqalarga talabchanlik, o`zgalar fikrini tushunish va hisobga olish.

Tadbirkor rahbarning ishbilarmonlik sifatleri: soha va kasb sirlarini yaxshi bilish, o`z ishi sohasida yuqori malakaga ega bo`lish, yangi texnologiya talablariga mos bilim va tajriba, ishlab chiqarish texnikasi va texnologiyasini chuqur bilish, boshqarish usullarini yaxshi o`zlashtirgan bo`lishi, o`z bilimi, malaka va ko`nikmalarini oshirib borish, axborot ayirboshlashni bilish va hokazo.

Tadbirkor rahbarning tashqi ko`rinishi ham alohida ahamiyatga ega. Uning kiyim-boshi hamisha toza, ozoda, tartibli bo`lishi, o`zi esa xulq-atvorda boshqalarga namuna ko`rsatishi, saranjom-sarishtalikka rioya etishi kerak.

Mana shu xususiyatlarni o`zida namoyon etgan tadbirkor rahbar bozor iqtisodiyoti talablariga to`liq javob beradi. Zero, bozor munosabatlari ishni jiddiy asoslarda, texnologik jarayonlar bilan qo`shib olib borish, tezkorlik, malaka va uquvni, kasb mahorati yaxshi egallashni taqozo etadi. Ishlab chiqarish, savdo-tijorat, xizmat idoralari, iqtisodiyot ning barcha tarmoqlarida faoliyat yurituvchi tadbirkorlarning xorijliklar bilan hamkorlik qilish, shartnomalar va bitimlar tuzish, muzokaralar olib borish uquvini namoyon etishi ham bozor munosabatlari talabidir.

Tadbirkor rahbar o`z qo`l ostidagilarda faollik, onglilik, ijodkorlik, intizomlilik, o`z-o`zini tarbiyalab borish sifatlarini qaror toptirsa, mehnatda ham, xizmatda ham, el-ulus orasida ham obro` topadi. Shuningdek, tadbirkor rahbarning

ko'pchilik bilan muomala qila olish qobiliyati ham uning tashkilotchiligidan nishonadir.

Bundan tashqari, tadbirkor rahbar mehnat jamoalarining uyushishi, jiplashishi va rivojlanishining ruhiy-psixologik jarayonlari bosqichlarini ham hisobga olishi kerak.

**Uyushish-jiplashish bosqichi.** Mehnat jamoasiga uyushish-jiplashish hamkorlikda faoliyat yuritish zaruratidan kelib chiqadi. Bunda jamoa a'zolarining malakasi, qobiliyati, qiziqishlari e'tiborga olinadi. Shaxsiy ehtiyojlarni qondirishdagi faoliyat kishilarni jiplashtiradi. 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, mehnatsevarlik kuchayadi. Hamkorlikdagi mehnatdan zavq olish shaxslararo munosabatlarni yaxshilaydi.

**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 eshita 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.

Tadbirkor rahbar bozor sharoitida o'z huquqidan to'la foydalanishi va zarur hollarda quyidagilarni amalga oshirishi, ya'ni yomon xodimlardan voz kechishi, o'z xodimlaridan zaruriy natijalarni talab etishi, fikrlash qobiliyatiga ega bo'lganlarni g'oyalarga yo'naltirishi kerak va hokazo.

Shular bilan bir qatorda u qat'iy buyruqlar berishi, buyruqning bajarilish natijalaridan voqif bo'lib turishi zarurdir. Shuning uchun u xodimlarning ichki

xususiyatlarini bilishi kerak. Ba'zan xodimlar qasddan mehnat intizomini buzadilar. Bunga sabab moddiy ta'minotining o'z vaqtida bo'lmasligi, bir necha vazifani bir vaqtda berilishi, uning aniq bajarilish vaqti ko'rsatilmaganligi, mukofotlash shaklining nomukammalligidir. Tadbirkor rahbar kishilarning bunday kamchiliklariga sabr-toqat bilan yondashishi kerak.

Tadbirkor rahbar kamsuqum, qat'iy, halol, shijoatli bo'lib, ishchi-xizmatchilarning fikri, taklifi, mulohazalari bilan hisoblashib, demokratik usulda ish ko'radi. Shu bilan bir qatorda, korxonada intizomni, tartibni talabchanlik bilan nazoratga oladi. Sifat bilan ko'rsatkichni e'tibordan chetda qoldirmaydi. Mehnatni aniq hisob-kitob, reja bilan yuritishga erishadi. O'zining qobiliyatiga obyektiv baho bera oladi. Kadrlarni tanlashda, ish jarayonida tanish-bilishchilikka emas, asl mutaxassislarga suyanadi.

#### **9.4. Tadbirkor rahbar faoliyatida mojaroli holatlar va ularni hal etish usullari**

Tadbirkor rahbar faoliyatida har xil ziddiyat (konflikt)lar va mojarolar uchray turadi. Mehnat shart-sharoitlari, mehnat natijalari, moddiy va ma'naviy ehtiyojlarning qondirilmasligi, mehnatdan qoniqmaslik tufayli tadbirkor rahbar va xodimlar o'rtasida ziddiyatlar va mojarolar kelib chiqadi. Bu yerda tadbirkor rahbar bilan xodimlar o'rtasidagi va shaxslararo ziddiyatlarni fikrlash kerak. Bu hollardagi ziddiyatlarning bir necha sabablari mavjud.

**Moddiy-texnik sabablar** mehnat vositalari bilan mehnat jarayonlari, shart-sharoitlari o'rtasidagi ziddiyatlar. Asbob-uskunalar, jihozlar eskiligi uchun mehnat sharoiti yomon, mehnat unumdorligi past va hokazo. Bular xodimlarga g'amxo'rlik qilishga to'siq, moddiy va ma'naviy ehtiyojlar qondirilmasligiga sabab bo'ladi.

**Xo'jalik-tashkiliy sabablar** mehnat natijalarini to'g'ri baholamaslik, mehnatni to'g'ri taqsimlamaslik. Bular xodimlarda norozilik tug'diradi.

**Ijtimoiy-kasbiy sabablar** xodimlarning bilimi, malakasi va kasb mahoratini nazar-pisand etmaslik, xodimdan o'z o'rnida foydalanmaslik, mehnat qonunchiligiga amal qilmaslik.

**Ijtimoiy-demografik sabablar** xodimlarning yoshi, jinsi, millati, ma'lumoti kabi omillarni, oilaviy sharoitlarini inobatga olmaslik.

**Ijtimoiy-psixologik sabablar** xodimlar faoliyatida yaqqol ko'zga tashlanadigan yaxshi va yomon xislatlar, qobiliyati, qiziqishlari, xotirasi, tafakkuri, his-tuyg'usi kabi ruhiy holatlar bilan hisoblashmaslik.

Tadbirkor rahbar faoliyatida qo'l ostidagilar bilan muloqot-muomalada ham ziddiyatli holatlar ro'y berishi mumkin. Bunga rahbarning yoki xodimning kalondimog'ligi, muomala madaniyatining pastligi, qiziqqon-jizzakiligi, qo'rsiligi, qo'polligi, tundligi va boshqalar sabab bo'ladi. Xodimning dangasaligi, yalqovligi, maqtanchoq ligi, loqaydligi, beparvoligi ham ba'zan ziddiyatlar tug'diradi.

Tadbirkor rahbar va xodimlar o'rtasidagi ruhiy psixologik ziddiyatlar kelib chiqishiga sabab:

- 1) mehnat jarayonining noto'g'ri uyushtirilishi;
- 2) shaxslararo munosabatlarning xilma-xilligi va murakkabligi;
- 3) jamoa a'zosining o'ziga xosligidir.

Tadbirkor rahbar bunday ziddiyatli holatlarni to'g'ri idrok etishi, tahlil qilishi, baholashi muhim ahamiyatga ega. Agar rahbar har bir ziddiyatli hodisaga xolisona, do'stona, samimiy munosabatda bo'lsa, masala to'g'ri yechimini topadi, bordi-yu, jizzakilik qilib, yyengiltaklik bilan baholasa, nosog'lom axloqiy-ruhiy muhit paydo bo'lishiga yo'l qo'yadi. Tadbirkor rahbar har qanday ziddiyatli holatda o'zini tutishi, bosiq bo'lishi, uzoqni ko'zlashi, murosamadora qilishi, holatga moslashishi, suhbatdoshini hamkorlikka, yaxshilikka da'vat qilishi yaxshi natija beradi.

Bizningcha, tadbirkor rahbarning har qanday ziddiyat va mojaroni bartaraf etish yo'llari quyidagilardan iborat:

1. Mojaroning kelib chiqish sabablarini aniqlash va uning o'tkirlashishiga yo'l qo'ymaslik uchun chora-tadbirlar ko'rish.

2. Mojaroli vaziyatni yumshatish ziddiyatga borgan kishilar bilan oshkora suhbat va ular sonini kamaytirish choralari izlash.

Vaziyatni to'la idrok etish, o'zlashtirish «ahvol»ning xo'jayini bo'lib olish va qat'iy chora ko'rish.

Mojaro va uning vaziyatlarini chuqur tahlil qilishi:

- mojarolashayotgan tomon va guvohlar bilan alohida suhbatlashishi;
- ularning maqsadi, qiziqishlari, xulq-atvori, kasbi, tajribasi, turmush sharoiti va boshqa ruhiy-ma'naviy jihatlarini o'rganish;
- mojaroli vaziyatning sabablari, jamoaning unga munosabatini aniqlash;
- mojaro haqidagi axborotlarni haqiqiy ahvol bilan solishtirish;
- mojaroni hal etishning har xil usullarini ishlab chiqish va tahlil qilish;
- mojaroni hal etishning eng qulay usuli, shakli, vositasi va sharoitlarini tanlash;
- tanlangan usullarni jamoa tarbiyasi, mehnat vazifalari, maqsadlari bilan qiyoslab, taroziga solib ko'rish;
- tanlangan va tekshirilgan usulni qo'llab, mojaroni bartaraf etish;
- mojaro bartaraf etilganidan hammani xabardor qilish;
- mojaro keltirib chiqargan tomonning nohaqliligi isbotlangach ularni to'g'ri yo'lga boshlash va hokazo.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida har qaysi bo'g'indagi tadbirkor shuni tushunib yetmog'i kerakki, har qanday sharoitda ham insonga g'amho'rlik qilish, inson ruhiy holatini barqaror etishga qaratilgan jarayonlarni tashkil etish, jamoaning har bir a'zosi mehnatdan moddiy va ma'naviy qoniqish hosil qilishiga erishish uning zimmasidagi muqaddas vazifadir.

### **Qisqa xulosalar**

Tadbirkor faoliyati faqat tadbirkorlikning huquqiy va tashkiliy asoslariga bog'liq bo'lmay, u insonlar, qo'l ostida xizmat qiluvchi mutaxassislar 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.

Bozor iqtisodiyoti sharoiti tadbirkor rahbarlardan boshqaruv uslublarini takomillashtirishni talab etadi. Boshqaruv uslublari, asosan, ongli ravishda muayyan



maqsadlarga erishish uchun xizmat qiladi. Ular mohiyati va maqsadiga ko'ra tarbiyaviy, moddiy-rag'batlantiruvchi va ma'muriy-tashkiliy turlarga bo'linadi.

Boshqaruvda uzoq va yaqin muddatlarga mo'ljallangan rejalar tuzish, qarorlar qabul qilish, ijrochilar o'rtasida ishlarni taqsimlash, qarorlar ijrosini nazorat qilish, ijrochilarni rag'batlantirish rahbar zimmasidadir.

### **Nazorat va muhokama uchun savollar**

1. Biznesda boshqaruv psixologiyasining mazmuni va mohiyati nimada?
2. Boshqarish san'ati deganda nimani tushunasiz?
3. Tadbirkor rahbar faoliyatining boshqarish san'atidagi xarakterli xususiyatlar nimalardan iborat?
4. Tadbirkor rahbarning psixologik xususiyatlari nimada?
5. Qanday tadbirkor rahbar muvaffaqiyatga tez erishadi?
6. Tadbirkor rahbar qanday talablarga javob berishi kerak?
7. Rahbarda qanday sifatlar mujassamlashgan bo'lishi darkor?
8. Rahbarlik uslubidagi salbiy qusurlar qaysilar?
9. Tadbirkor madaniyati deganda nimani tushunasiz?
10. Tadbirkor rahbar nizoli vaziyatlarda qanday yo'l tutishi lozim?

### **Adabiyotlar**

1. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi: 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. –T.: O'zbekiston, 2011.–48 b.

2. Karimov I.A. Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi: O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining qo'shma majlisidagi ma'ruzasi. -T.: O'zbekiston, 2010. – 56 b.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2010-yil 28-iyuldagi "Ta'lim muassasalarining bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar"to'g'risidagi Farmoni. //Xalq so'zi, 2010-yil 29-iyul.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimovning 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi "Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi" mavzusidagi ma'ruzasini o'rganish bo'yicha O'quv-uslubiy majmua. – T.: Iqtisodiyot, - 2011. – 377 b.

5. Boltabayev M.R., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva Sh.J., G'oyipnazarov B.K., Samadov A.N., Xodjaev R.S. Kichik biznes va tadbirkorlik. – T.: ADIB NASHRIYOTI, 2011. – 283 b.

6. Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. -T.: TDIU, 2010. – 260 b.

7. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учебное пособие для вузов. /Под ред. Проф. В.Я. Горофинкля, проф. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. – 2е изд., перереб. и доп. -М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008. – 320 с.

8. Предпринимательство: Учебник. /Под. ред. М.Г. Лапусты. – 4-е издание. – М.: ИНФРА-М, 2008. - 667 с.

9. Анискин Ю.П. Организация и управление малым бизнесом: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 160 с.

## **10-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING EKSPORT SALOHIYATINI BAHOLASH**

### **10.1. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyati va eksportchi korxonalarining davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi**

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'zgarishlarga 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 ahvolidan tanglikka yuz tutishiga olib kelishi mumkin. Shuningdek, eksport umumiy hajmining kam sonli davlatlarga bog'lanib qolishi ham qaltis holat hisoblanadi.

Prezidentimiz ma'ruzalarida 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.

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'ymaslik imkonini beradi.

O'tgan yillar mobaynida eksport qiluvchi korxonalarni qo'llab-quvvatlash borasida amalga oshirilgan chora-tadbirlar iqtisodiyotimizning eksport salohiyatini yuksaltirish, tashqi savdo tarkibida ijobiy siljishlarga erishish, uning hajmini barqaror o'stirish imkonini bermoqda.

Ma'lumotlardan ko'rinadiki, respublikamiz tashqi savdo aylanmasi muttasil o'sib bormoqda. Xususan, bu ko'rsatkich 2010-yilda 21844,2 mln. AQSH dollarini tashkil etib, 2005-yilga nisbatan 2,23 marta, 2008-yilga nisbatan 0,06 foizga o'sdi. Bu eksport hajmi 2,4 foizga o'sgani holda import hajmining 2,74 foizga kamayishi natijasida ro'y berdi.

Ayni chog'da, jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozining ta'sirida ko'pchilik mamlakatlarda eksport hajmining keskin qisqarishi kuzatilmoqda. Jumladan, 2009-yilda eksport hajmlarining qisqarishi Rossiya Federatsiyasida 44,2 foiz, Ukrainada 48,7 foiz, Qozog'istonda 47,7 foizni tashkil etdi.

#### **10.1.1-jadval**

##### **O'zbekiston eksportining tovar tarkibi**

<b>Ko'rsatkichlar</b>	<b>2000-y.</b>	<b>2005-y.</b>	<b>2008-y.</b>	<b>2009-y.</b>	<b>2010-y.</b>
-----------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

Eksport jami (mln. AQSH doll.)	3267,6	4853,0	11493,3	11771,3	13044,5
Eksport jami, foizda	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Shu jumladan (jamiga nisbatan foizda):					
Paxta tolasi	27,5	19,1	9,3	8,6	11,3
Kimyo mahsulotlari, plastmassa va plastmassa mahsulotlari	2,9	5,3	5,6	5,0	5,1
Qora va rangli metallar	6,6	9,2	7,0	5,0	6,8
Mashina va uskunalar	3,4	8,4	7,6	2,9	5,5
Oziq-ovqat mahsulotlari	5,4	3,8	4,5	6,0	9,7
Energiya resurslari	10,3	11,1	24,7	34,2	24,8
Xizmatlar	13,7	12,2	10,4	8,8	9,1
Boshqalar	30,2	30,5	30,9	29,5	27,7

2000-2009-yillar davomida eksport va importni diversifikatsiya qilish, uning tarkibini takomillashtirish borasidagi chora-tadbirlar natijasida mamlakatimiz eksportining tovar tarkibida ijobiy siljishlar ro'y berdi.

Xususan, boshqa tovarlar pozitsiyalari bo'yicha eksport hajmining jadal o'sishi paxta tolasining jami eksportdagi ulushini 2000-yildagi 27,5 foizdan, 2008-yilda 9,3 foizga, 2009-yil yakunlariga ko'ra esa 8,6 foizgacha pasayishiga olib keldi.

#### 10.1.2-jadval

##### O'zbekiston importining tovar tarkibi

Ko'rsatkichlar	2000-y.	2005-y.	2008-y.	2009-y.	2010-y.
Import jami (mln. AQSH doll.)	2944,5	4091,3	9704,0	9438,3	8799,7
Import jami, foizda	100,0	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	14,3
Qora va rangli metallar	8,6	10,3	7,7	6,3	8,4
Mashina va uskunalar	35,4	43,3	52,4	56,5	44,1
Oziq-ovqat mahsulotlari	12,3	7,0	8,3	9,0	10,9
Energiya resurslari	3,8	2,5	4,6	5,3	6,0

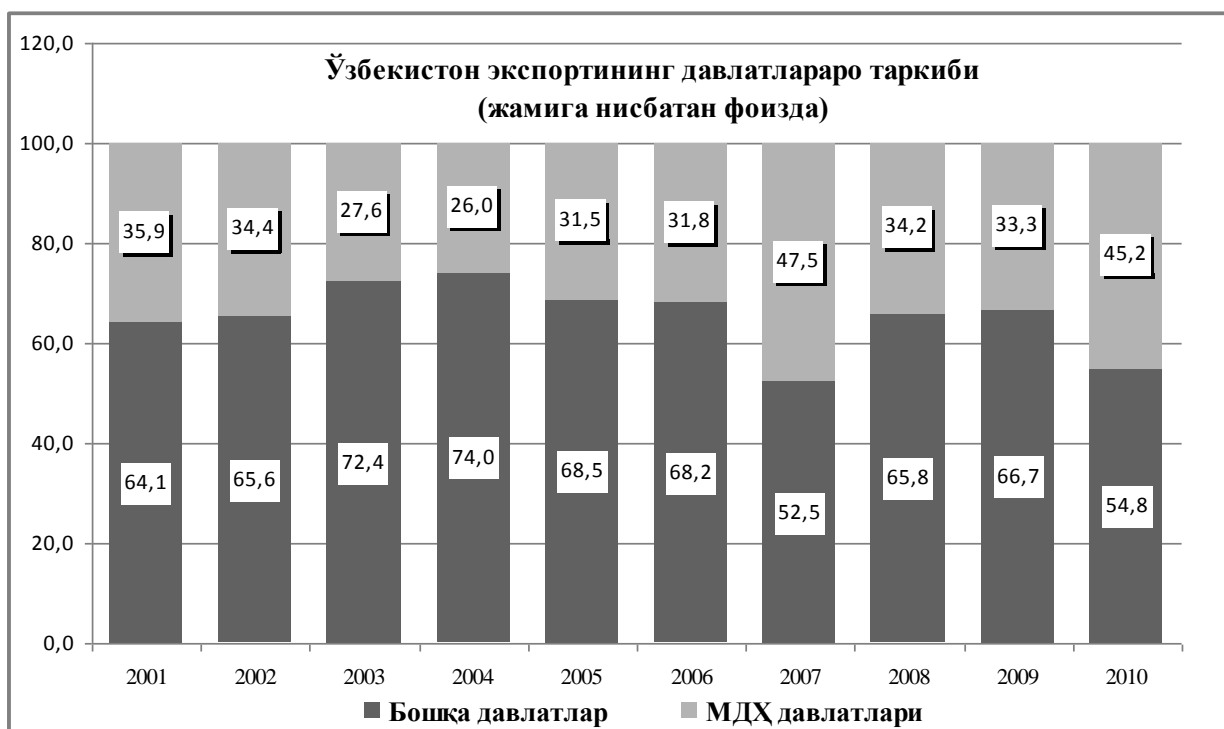
Xizmatlar	8,5	10,4	4,4	4,4	4,7
Boshqalar	17,8	12,9	11,0	9,2	11,6

2000-2009-yillarda respublikamiz importi tarkibida ijobiy siljishlar ro'y berdi. Mamlakatni modernizatsiyalash, texnik va texnologik jihatdan qayta qurollantirish tadbirlarining keng miyosda amalga oshirilishini ta'minlash jami import hajmida mashina va uskunalar importi ulushining jadal o'sishiga olib keldi.

### 10.2. Eksportning tovar va geografik tarkibini takomillashtirish

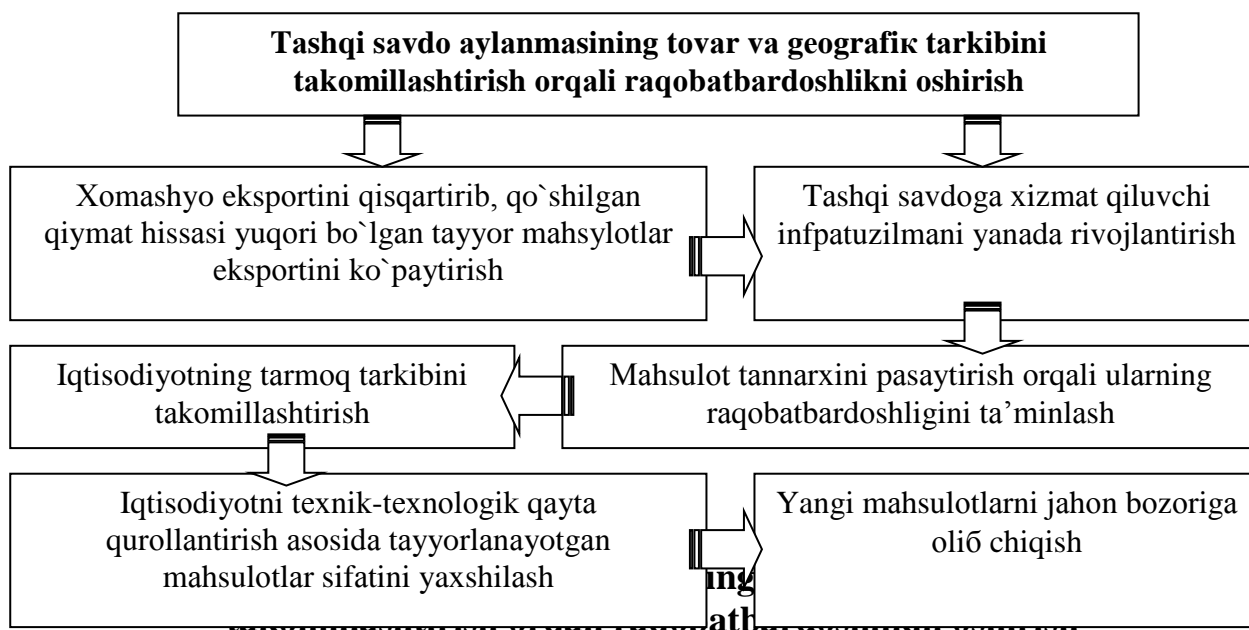
Tashqi savdo aylanmasi, xususan, eksportning geografik tarkibida MDH mamlakatlarining ulushi 2010-yil yakunlariga ko'ra, 43,1 foizni tashkil etdi. 2010-yilda mamlakatimiz korxonalarini eksportining 29,2 foizi Rossiya Federatsiyasi, 9,5 foizi Xitoy, 8,3 foizi Qozog'iston hissasiga to'g'ri keldi.

Uzoq xorij davlatlariga qilingan eksportning jami eksportdagi ulushi 2008-yilda 65,8 foiz, 2009-yilda esa 66,7 foizni tashkil etdi. 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%), Eron (2,7%), Germaniya (2,2%), AQSH (1,7%) ning mamlakatimiz eksportidagi ulushi 1 foizdan yuqoridir.



10.2.1-rasm. O'zbekiston eksportining davlatlararo tarkibi

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



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 korxonalarga mahsulot tayyorlash va sotish xarajatlarini kamaytirishda ko`maklashish;
- ularni tashqi bozor kon'yunkturasidagi 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 diversifikatsiya qilish iqtisodiyotimiz tarkibiy tuzilishida sifat o`zgarishlariga erishish, uning raqobatbardoshligini oshirish orqali iqtisodiy yuksalish va aholi turmush farovonligini yanada ko`tarish maqsadlariga xizmat qiladi.

## **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 geografiyasini 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 ahvolidan tanglikka yuz tutishiga olib kelishi mumkin. Shuningdek eksport umumiy hajmining ba'zi davlatlarga bog'lanib qolishi ham qaltis holat hisoblanadi.

Eksport hajmini oshirish, uning tarkibini takomillashtirish, umuman tashqi savdo aylanmasini diversifikatsiya qilish iqtisodiyotimiz tarkibiy tuzilishida sifat o'zgarishlariga erishish, 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. Tarkibiy o'zgarishlar siyosatining maqsadi va vazifalari nimalardan iborat?
3. Tarmoq ichidagi, tarmoqlararo va xalqaro sanoat kooperatsiyasining ahamiyati va iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishini takomillashtirishdagi rolini izohlang.
4. Mamlakatimizda loyihalarni mahalliyashtirish dasturiga kiritish va monitoringini olib borish mexanizmi qanday joriy etilgan?
5. Respublikamizda xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish omillari va yo'nalishlari nimalardan iborat?
6. Kichik biznesni rivojlantirishda bozor infratuzilmalarining rolini tushuntiring.
7. Eksportni diversifikatsiya qilish yo'nalishlari va imkoniyatlari nimalardan iborat?
8. Tarkibiy o'zgarishlar siyosatini davom ettirish bo'yicha belgilangan vazifalarning o'zaro bog'liqligini izohlab bering.

## **Adabiyotlar**

1. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi: 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. –T.: O'zbekiston, 2011.– 48 b.

2. Karimov I.A. Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi: O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining qo'shma majlisidagi ma'ruzasi. -T.: O'zbekiston, 2010. – 56 b.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2010-yil 28-iyuldagi "Ta'lim muassasalarining bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar"to'g'risidagi Farmoni. //Xalq so'zi, 2010-yil, 29-iyul.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi "Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi" mavzusidagi ma'ruzasini o'rganish bo'yicha O'quv-uslubiy majmua. – T.: Iqtisodiyot, - 2011. – 377 b.

5. Boltabayev M.R., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva Sh.J., G'oyipnazarov B.K., Samadov A.N., Xodjaev R.S. Kichik biznes va tadbirkorlik. – T.: ADIB NASHRIYOTI, 2011. – 283 b.

6. Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. -T.: TDIU, 2010. – 260 b.

7. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учебное пособие для вузов. /Под ред. Проф. В.Я. Горофинкля, проф. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. – 2е изд., перереб. и доп. -М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008. – 320 с.

8. Предпринимательство: Учебник. /Под. ред. М.Г. Лапусты. – 4-е издание. – М.: ИНФРА-М, 2008. - 667 с.

9. Анискин Ю.П. Организация и управление малым бизнесом: Учебное пособие. –М.: Финансы и статистика, 2008. – 160 с.



## **11-bob. O`ZBEKISTONDA KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI**

### **11.1. O`zbekistonda ilg`or ilm-fan yutuqlari va innovatsion texnologiyalarga asoslangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish istiqbollari**

Mamlakatimiz iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishning asosiy omillaridan biri innovatsiyalardir. Innovatsion texnologiyalar yordamida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini chuqur qayta tuzish va ish unumdorligini yanada oshirish mumkin. Ma`lumki, bugungi kunda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasi nafaqat milliy iqtisodiyotning o`shir sur`atlarini jadallashtirishda, balki bugungi kun uchun dolzarb hisoblangan aholini ish bilan ta`minlash va turmush darajasini oshirish masalalarini hal etishda ham yetakchi o`rin tutmoqda.

Kichik biznesning ixcham va harakatchanligi, bozor kon`yunkturasi o`zgarishlari va iste`molchilar ehtiyojlariga tez moslasha olishi uni jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozining salbiy oqibatlarini bartaraf etish va inqirozdan keyin iqtisodiyot tarmoqlarini barqaror rivojlantirish sharoitida yangi ish o`rinlarini yaratish va aholi daromadini oshirish borasida eng qulay va maqbul vositaga aylantirmoqda.

O`zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov ta`kidlaganidek: “Bugungi kunda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik o`zining iqtisodiyotimizdagi o`ta muhim va salmoqli hissasi, roli va ta`siri, sodda qilib aytganda, boshqa hech bir soha va yo`nalish o`rnini bosolmaydigan katta ahamiyati bilan davlat va jamiyatimiz rivojida alohida o`rin egallaydi”<sup>21</sup>.

Darhaqiqat, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning izchil rivojlanib borishini ta`minlash orqali mamlakatimizda jamiyatimizning ijtimoiy-siyosiy tayanchi va poydevori bo`lgan o`rta sinfning shakllanishiga va uning tobora mustahkam bo`lib borishiga erishilmoqda.

Shunday ekan, endilikda kichik biznesni nafaqat son jihatdan ko`paytirish, balki uni avvalo sifat jihatdan ham rivojlantirishimiz, bu borada oddiy ishlab chiqarishdan ichki va tashqi bozorga yo`naltirilgan murakkab, yuksak texnologiyaga asoslangan ishlab chiqarishga o`tish masalasiga alohida e`tibor qaratishimiz darkor.

Yurtimizda fan, ta`lim va ishlab chiqarishning integratsiyalashuvini yanada chuqurlashtirish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining innovatsion rivojlanish yo`llarini ishlab chiqish orqali ilm-fan va ishlab chiqarish o`rtasida o`zaro foydali aloqalarni mustahkamlashga bo`lgan e`tibor yildan-yilga oshib bormoqda.

Bugungi kunda iqtisodiyotimizning asosiy tarmoqlarini modernizatsiya qilish va texnik yangilash, mamlakatimizning yangi marralarni egallashi uchun kuchli turtki beradigan va jahon bozorida raqobatdoshligini ta`minlaydigan zamonaviy innovatsiya texnologiyalarini joriy qilish bo`yicha maqsadli loyihalar amalga oshirilmoqda.

Respublikamizda innovatsion faoliyatni yanada rivojlantirishda O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008-yil 15-iyuldagi “Innovatsion loyihalar va texnologiyalarni ishlab chiqarishga tadbir etishni rag`batlantirish borasidagi

---

<sup>21</sup>Karimov I.A. “Mamlakatimizni modernizatsiya qilish yo`lini izchil davom ettirish – taraqqiyotimizning muhim omilidir”. O`zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilingan kunning 18-yilligiga bag`ishlangan tantanali yig`ilishdagi ma`ruzasidan. //Xalq so`zi, 2010-yil 8-dekabr.

qo`shimcha chora-tadbirlar to`g`risida”gi № PQ-916-sonli Qarorining qabul qilinishi va uning asosida “O`rta muddatli istiqbolda innovatsion mahsulotlar va texnologiyalarni rivojlantirish chora-tadbirlari kompleksi”ning ishlab chiqilishi muhim omil bo`lib xizmat qilmoqda.

Bugungi kunda respublikamizda yalpi ichki mahsulotning 52,5 foizdan ko`prog`i kichik biznes subyektlari tomonidan ishlab chiqarilayotganiga qaramasdan, yuqori texnologik jarayonlarni talab etadigan sanoat tarmog`idagi (19,6 %) va eksportdagi (13,4 %) ulushi kichik biznesning mavjud salohiyati darajasida emas<sup>22</sup>. Mazkur soha va tarmoqlarda kichik biznes taraqqiyotini ta`minlash, umuman, iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlarini barqaror rivojlantirishning asosiy yo`nalishlaridan biri sifatida innovatsion jarayonlarni faollashtirish, ayniqsa, kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyatini rag`batlantirish yuqori samara beradi.

Kichik biznes subyektlarida yangi texnika va innovatsion texnologiyalarni ishlab chiqarishga yuqori tavakkalchiliklarsiz joriy etish, yangi ishlab chiqarish quvvatlarini barpo etib, undan samarali foydalanish jarayoni yirik korxonalariga nisbatan tezroq ro`yobga chiqadi.

O`zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan “Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yili” bo`yicha qabul qilinadigan davlat dasturida asosiy ustuvor yo`nalishlardan biri sifatida yuqori texnologiyalarni talab etadigan iqtisodiyot tarmoqlarida innovatsion texnologiyalarga asoslangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga keng yo`l ochib berishga alohida e`tibor qaratish zarurligi ko`rsatib o`tildi<sup>23</sup>.

Hozirgi vaqtda yurtimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik asosan savdo-sotiq, xizmat va aloqa sohasida, qishloq xo`jalik mahsulotlarini qayta ishlash bo`yicha ko`proq rivoj topmoqda.

Jahon iqtisodiyoti globallashuvi va raqobat muhiti kuchayib borishi, mahsulotlar hayotiylik davri keskin qisqarishi, bozor kon`yunkturasi va iste`molchilar ehtiyojlari tez o`zgarishi jarayonlari bugungi kunda har bir xo`jalik yurituvchi subyektdan raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini ishlab chiqishni hayotiy zaruriyatga aylantirmoqda. Bu esa ularning innovatsion faoliyatini rivojlantirish va samarali boshqarishni talab etmoqda.

Shu jihatdan, yuqori texnologiyalarni talab etadigan zamonaviy ishlab chiqarish tarmoqlarini tashkil etishda, innovatsion va nanotexnologiyalar, farmakologiya va farmatsevtika, axborot-kommunikatsiya tizimi, biotexnologiya, muqobil energetika turlaridan foydalanish sohasida, muxtasar qilib aytganda, ilg`or ilm-fan yutuqlariga asoslangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish o`zining ijobiy samarasini beradi<sup>24</sup>.

---

<sup>22</sup>O`zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo`mitasi ma`lumotlari asosida muallif hisob-kitoblari.

<sup>23</sup>Karimov I.A. “Mamlakatimizni modernizatsiya qilish yo`lini izchil davom ettirish – taraqqiyotimizning muhim omilidir”. O`zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilingan kunning 18-yilligiga bag`ishlangan tantanali yig`ilishdagi ma`ruzasidan. //Xalq so`zi, 2010-yil 8-dekabr.

<sup>24</sup>Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma`ruzasi. //Xalq so`zi, 2011-yil 22-yanvar.

Kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyati eng avvalo, amaliyotga yangi, takomillashgan ishlab chiqarishni joriy etish, ikkinchidan, mahsulot ishlab chiqarish xarajatlarining barcha turlarini qisqartirish, uchinchidan, ishlab chiqariladigan mahsulotlar narxlarini pasaytirishda ularning iste'mol va sifat xususiyatlarini doimiy ravishda oshirib borishni talab etadi.

Kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyatini rivojlantirishdan maqsad butun ishlab chiqarish tizimini yangilash hisobiga ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, ilmiy-texnik, intellektual va iqtisodiy salohiyatdan samarali foydalanish asosida soha raqobatbardoshligini oshirishdan iborat.

Bizning fikrimizcha, O`zbekistonda ilg`or ilm-fan yutuqlari va innovatsion texnologiyalarga asoslangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish va uning samaradorligini oshirish quyidagi omillar hisobiga muhim zaruriyat hisoblanadi:

**birinchidan**, kichik biznesning bozor kon'yunkturasi o`zgarishlari va iste'molchilar ehtiyojlariga nisbatan tez moslasha olish xususiyatlariga ega ekanligi innovatsion texnologiyalarni joriy etishda yirik korxonalariga nisbatan yuqori tavakkalchilikning pastligi jihatidan yaxshi samara beradi;

**ikkinchidan**, kichik biznes subyektlari faoliyatiga innovatsion texnologiyalar joriy etilishi ularning yuqori transaksion xarajatlarini kamaytirib, rentabellik ko`rsatkichlarini oshiradi;

**uchinchidan**, kichik biznes subyektlarining yangiliklarni tezkorlik bilan o`zlashtira olish salohiyati ularga innovatsiyalarni tijoratlantirishdan yuqori daromad olish imkoniyatini beradi;

**to`rtinchidan**, kichik biznes subyektlari faoliyatiga boshqaruvning innovatsion texnologiyalari joriy etilishi ular tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar tannarhini kamaytirish, tovar va xizmatlar nomenklaturasini oshirish, yangi tovarlar turlarining sotish hajmlarini kengaytirish hamda mahsulot sotishning istiqbolli bozorlarini o`zlashtirish hisobiga ularning eksport salohiyati va raqobatbardoshligini oshiradi.

Mamlakatimizda innovatsiya faoliyatini rivojlantirish uchun ilmiy, me'yoriy-huquqiy asoslar mavjud va kadrlar salohiyati ancha yuqori darajada. Biroq, mazkur salohiyatdan samarali foydalanish ko`rsatkichi talab darajasida emas. Faoliyat ko`rsatayotgan 222 ta ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik muassasalarining 8,5 foizigina innovatsiya faoliyati bilan shug`ullanadi. Intellektual mulk obyektlaridan foydalanish darajasi ham nisbatan past. Masalan, 2010-yilda kichik biznes subyektlari tomonidan 78 ta patent olingan, xalos (11.1.1-jadval).

11.1.1-jadval

### O`zbekiston Respublikasining fan-texnologiyalar va innovatsiya salohiyatining asosiy indikatorlari

No	Innovatsion salohiyat ko`rsatkichlari	2005-y.	2006-y.	2007-y.	2008-y.	2009-y.	2010-y.
1.	Ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik muassasalari soni	152	169	171	183	222	222
1.1.	Tajriba-konstruktorlik	9	11	13	14	19	19

	tashkilotlari soni						
1.2.	Innovatsion markazlar soni	5	5	6	7	9	13
2.	Innovatsion loyihalarni amalga oshirish uchun ajratilgan moliyaviy mablag`lar dinamikasi, o`tgan yilga nisbatan % hisobida	114,7	118,1	122,3	134,1	196,2	136,3
2.1	Innovatsiya ilmiy-texnika dasturlari soni	185	197	179	194	171	221
3.	Ilmiy-tadqiqotchilik va tajriba-konstruktorlik ishlari bilan shug`ullanayotgan ilmiy xodimlar soni	17989	20189	22403	24189	26145	26367
3.1.	Fan doktorlari soni	2104	2212	2311	2590	2721	2989
3.2.	Fan nomzodlari soni	8109	8403	8629	8760	9231	9301
4.	Bajarilayotgan davlat ilmiy-texnika dasturlari soni	1522	1612	1577	1789	1217	1264
5.	Davlat ilmiy-texnika dasturlariga ajratilgan budjet mablag`lari dinamikasi, o`tgan yilga nisbatan % hisobida	112,3	119,6	126,9	135,6	180,5	137,7
6.	Kichik biznes subyektlari tomonidan olingan patentlar soni	42	53	47	51	69	78

Manba: Индикаторы науки, технологий и инновационной деятельности Республики Узбекистан. Комитет по координации развития науки и технологий при Кабинете Министров Республики Узбекистан. Статистический сборник. – Т.: Изд-во «Фан ва технология», 2010. –С.122.

Respublikamizda innovatsiya muhitining bugungi ahvoli qisqa muddatlarda kichik biznes innovatsion faoliyatini rivojlantirishning yuqori darajasiga erishish imkonini bermaydi. Shu bois, uni rivojlantirish davlat tomonidan mazkur yo`nalishdagi aniq chora-tadbirlarni belgilashni taqozo etadi. Bu borada asosiy e`tibor avvalambor, quyidagilarga qaratilishi lozim:

- kichik biznesning ilmiy-texnikaviy axborotdan foydalanish, innovatsion loyihalarni ishlab chiqarishga joriy etishdagi yuqori transakcion xarajatlarini kamaytirish;

- kichik korxonalar uchun yangi texnologiyalarni sinovdan o`tkazish va ularni jalb etishdagi yuqori tavakkalchiliklarni bartaraf etish;

- innovatsion ishlanmalar va ularni joriy qilish uchun o`z resurslarini taklif qiluvchi moliyaviy va investitsiya institutlari bozori tashkil etilishini rag`batlantirish;

- yirik korxonalarning kichik biznes subyektlari innovatsion loyihalarini hissador tashkilot sifatida ulushli moliyalashtirishdan oladigan manfaatdorligini oshirish;

➤ fan–ta’lim–ishlab chiqarish integratsiyasi samaradorligini oshirish va ularni o`zaro bog`laydigan innovatsion vositachilar tarmog`ini rivojlantirish va h.k.

Kichik biznes subyektlari mahsulotlarini jahon bozorlariga olib chiqish va xalqaro bozorlar standartlariga moslashtirish orqali ularni tashqi iqtisodiy faoliyat jarayonlariga keng jalb etish, zamonaviy axborot texnologiyalari yutuqlaridan foydalanilgan holda kichik biznesni ma'lumotlar bilan ta'minlash sifatini oshirish hamda innovatsion marketing tadqiqotlarini olib borish kabi uslubiy yordamlar ko`rsatishda kichik biznes innovatsion faoliyatini rivojlantirishga ko`maklashuvchi infratuzilmalar faoliyatini tubdan isloh qilish lozim. Xizmat ko`rsatuvchi infratuzilmalar kichik biznes subyektlarining o`sib borayotgan talab va ehtiyojlarini to`liq qondirish orqali ularning innovatsion faoliyatini rivojlantirishni rag`batlantirishda yetakchi kuchga aylanishi zarur.

Innovatsion iqtisodiy rivojlanish yo`liga o`tishda kichik va xususiy tadbirkorlikning rolini oshirish quyidagi yo`nalishlar orqali amalga oshirilishi maqsadga muvofiq:

- ishlab chiqarishda innovatsiya va nanotexnologiyalarni qo`llash;
- muqobil energiya turlaridan foydalanish, ayniqsa quyosh energiyasidan foydalanish;
- farmakologiya va farmauevtika sohasi salohiyatidan foydalanish;
- ishlab chiqarishda biotexnologiyalarni qo`llash;
- kam suv talab qiladigan texnologiyalarni ishlab chiqish va amaliyotga joriy qilish;
- qishloq xo`jaligi ekinlari yangi serhosil navlarini, mahsuldor chorva mollari turlarini yaratish;
- sanoat va maishiy chiqindilarni qayta ishlash va h.k.

Agarda biz zamonaviy, ilg`or va tejamkor texnologiyalardan foydalanishga hamda tovarlarning yuqori sifati va iste`mol xususiyatlarini ta'minlashga xizmat qiladigan innovatsion texnika va texnologiyalarni yaratish tizimini joriy etsak, bu sohaga yoshlarni jalb qilgan holda, aholimizning ichki ehtiyojlarini ta'minlash bilan birgalikda, eksport qilishga xizmat qiladigan raqobatbardosh, sifatli mahsulotlarni ishlab chiqarishni yanada ko`chaytirishga erishishimiz mumkin.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini innovatsion asosda rivojlantirishda quyidagilarni hisobga olish maqsadga muvofiqdir:

**Birinchi**dan, sanoat korxonalarini xodimlarni rag`batlantirib ularni ko`proq marketing tadqiqotlarini olib borishga jalb qilish orqali, yangi innovatsion g`oyalarni ishlab chiqishga yo`naltirish;

**Ikkinchi**dan, sanoat korxonalarida ishlayotgan yosh xodimlar tomonidan yaratilayotgan innovatsion loyihalarni amaliyotda qo`llashdan oldin korxonalar xududiga tegishli joylarda sinov maydonchalarini tashkil etishni yo`lga qo`yish;

**Uchinchi**dan, kichik biznes vakillari va xususiy tadbirkorlar uchun kreditlar va ular uchun zarur resurslaridan foydalanish imkoniyatini kengaytirish va yaratilayotgan innovatsion loyihalarni kreditlash tizimini yaratish;

**To`rtinchi**dan, viloyatlarning chekka tumanlarida ishlab chiqarishda eng muhim omil bo`lgan elektr energiyasi, tabiiy gaz, ichimlik suvi va shu kabi

kommunal xizmatlar uzluksizligini ta'minlash bilan bog'liq bo'lgan muammolarni hal etish;

**Beshinchidan**, yaratilgan innovatsion mahsulotlar va minisexlar savdo yarmarkalarini tashkil etish;

**Oltinchidan**, kichik biznesning eksport salohiyatini rivojlantirish uchun zarur tashkiliy, huquqiy, moliyaviy mexanizmlarini shakllantirish va sharoitlarni yanada yaxshilash orqali kelgusida chetga xomashyo emas, balki yuqori qo'shimcha qiymatga ega tayyor mahsulotni eksport qilishga erishish.

O'zbekistonda innovatsiya faoliyatini yuqori darajada rivojlantirish va iqtisodiy samaradorligini oshirish uchun Milliy innovatsion tizim (MIT)ni to'liq shakllantirish lozim. Bunda respublikamizda innovatsion iqtisodiyotga o'tish konsepsiyasini va MITni shakllantirish strategiyasini ishlab chiqish zarur. Shuningdek, O'zbekiston Respublikasining innovatsiya faoliyatini samarali rivojlantirishga qaratilgan "Innovatsiya faoliyati to'g'risida"gi qonunini ishlab chiqish va qabul qilish lozim.

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlash lozimki, hozirgi raqobat kuchayib borayotgan sharoitda kichik biznes subyektlari o'z faoliyatlarida doimo yangi innovatsiyalarni qo'llamasdan, yirik korxonalar bilan hamkorlikni yaxshi yo'lga qo'ymasdan bozorga yangi mahsulot yoki texnologiyalarni kiritishlari mushkuldir. Bunda kichik biznes korxonasining boshqaruv faoliyatiga innovatsion menejment usul va texnologiyalarini tadbiq etish, amaldagi boshqaruv usullarini muntazam ravishda takomillashtirib borish kichik biznes subyektining kelgusidagi muvaffaqiyatini belgilab beradi.

### **11.2. Aholi bandligini samarali ta'minlash va farovonligini yuksaltirishning muhim omili sifatida oilaviy biznesni rivojlantirish istiqbollari**

Mustaqillik yillarida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni, fermerlik harakatini rivojlantirish, xususiy sektorning mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi ulushini oshirishga qaratilgan tizimli va tadrijiy chora-tadbirlar izchil olib borilmoqda. Chunonchi, xususiy sektorning erkin va mustaqil rivojlanishini ta'minlaydigan zarur huquqiy asoslar yaratildi va ular faol takomillashtirib borilmoqda.

Bularning barchasi yurtimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va yangi bosqichga olib chiqishda zarur bo'lgan siyosiy, iqtisodiy hamda ijtimoiy sharoit shakllangani ifodasidir. Albatta, erishilgan yutuq va natijalar ko'lamini yanada kengaytirish, sohaga yangi huquqiy munosabatlarni joriy etishni davrning o'zi talab qilmoqda. Davlatimiz rahbari Oliy Majlis palatalarining 2010-yil 12-noyabrda bo'lib o'tgan qo'shma majlisida ilgari surgan "Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi"da ham bugungi kunda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni kengaytirish uchun biznesning yangi tashkiliy-huquqiy shakli sifatida oilaviy biznesni qonuniy belgilab qo'yish vaqti keldi, deb alohida qayd etildi. Darhaqiqat, Prezidentimiz ta'kidlaganidek, yurtimizda biznesni tashkil qilishning mazkur shakli biznesni yuritishda yuzaga kelgan milliy an'analarimizga, xo'jalik yuritish faoliyatining mavjud holatiga to'la mos keladi. Bunday biznesni tashkil qilishning

qonunchilik bazasi yaratilsa, oilaviy biznesning huquqiy kafolatlarini kuchaytirish, iqtisodiyotning turli sohalarida uning jadal va keng rivojlanishi hamda yangi ish o`rinlarining ochilishiga sharoit tug`iladi.

O`zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov milliy qishloq xo`jaligimiz taraqqiyotining ko`p ming yillik taraqqiyot yo`li - mehnat mentalitetiga asoslanib, oilaviy tadbirkorlik, xususan oilaviy fermerlik harakatini ustuvor rivojlantirish masalasini kun tartibiga qo`ydi. Bu aslo bejiz emas. Zero, Prezidentimiz o`zining "Yuksak ma'naviyat – yengilmas kuch" nomli mashhur asarida o`rinli ta'kidlaganidek: "Har qaysi millatning o`ziga xos ma'naviyatini shakllantirish va yuksaltirishda, hech shubhasiz, oilaning o`rni va ta'siri beqiyosdir. Chunki insonning eng sof va pokiza tuyg`ulari, ilk hayotiy tushuncha va tasavvurlari birinchi galda oila bag`rida shakllanadi"<sup>25</sup>. Bu ko`p qirrali jarayonda oilaviy mehnat an`analari alohida ahamiyat kasb etadi.

Oilaviy mehnat an`analari har bir farzandning mehnat haqidagi dastlabki tasavvurlari, kasbga bo`lgan qiziqish va intilishi, zamonaviy ilmlarni o`rganishga bo`lgan harakatini belgilanishida tarbiya o`chog`i bo`lib xizmat qiladi. Millatimizda azal-azaldan oilaviy dehqonchilik va chorvachilik mehnat madaniyati ustuvor bo`lib kelgan. Bugun shu mehnat madaniyatining yanada barqaror o`sishi va rivojlanishi uchun barcha zaruriy huquqiy, siyosiy, moddiy va ma'naviy shart-sharoitlar yaratilmoqda.

O`zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov ta'kidlaganidek: "Bugungi kunda kichik biznes va tadbirkorlikni kengaytirish uchun biznesning yangi tashkiliy-huquqiy shakli sifatida oilaviy biznesni qonuniy belgilab qo`yish vaqti keldi". Prezidentimiz tomonidan ta'kidlab o`tilgan bu muhim xulosa mehnatni tashkil etish va boshqarishda tarix sinovlaridan juda ko`p bor o`tgan va samarali hisoblangan oilaviy mehnat jamoalarini nazarda tutadi. Oilaviy fermerlik - an`anaviy mehnat jamoalari ichida eng ko`p tarqalgan xo`jalik yuritish usuli hisoblanadi. SHu ma'noda "Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish Konsepsiyasi"da ko`rsatib o`tilgan oilaviy tadbirkorlikning qonunchilik bazasini yaratish to`g`risidagi taklif juda katta ahamiyat kasb etadi. Bu yo`nalishda qabul qilinadigan qonunlar oilaviy biznes va tadbirkorlikni huquqiy asoslarini tashkil qilibgina qolmay, balki hozirda bu yo`nalishda mavjud turli ma'muriy-byurokratik to`siqlar, o`rinsiz aralashuvlarga barham berib, oilaning qonun kuchiga va o`ziga bo`lgan ishonchini ortishiga olib keladi.

**Oilaviy tadbirkorlik - yuridik shaxs maqomini olmagan jismoniy shaxslarning birgalikdagi tadbirkorlik faoliyati shakli bo`lib, bu faoliyat er-xotinlar tomonidan, ularga umumiy birgalikdagi mulk huquqi asosida tegishli bo`lgan umumiy mulk negizida amalga oshiriladi.**

Oilaviy tadbirkorlik er bilan xotinning va ularga ko`maklashuvchi oila a`zolarining shaxsiy mehnatiga asoslanadi.

Bunda aholining ijtimoiy himoyaga muhtoj qatlamlariga kiruvchi oilaviy tadbirkorlik subektlariga mikrokreditlar birinchi navbatda beriladi. Bular:

- kam ta'minlangan oilalar;

---

<sup>25</sup> Karimov I.A. Yuksak ma'naviyat – yengilmas kuch. -T.: "Ma'naviyat", 2008. –52 b.

- tarkibida nogironlar hamda aholining ijtimoiy himoyaga muhtoj guruhlariga kiritilgan boshqa shaxslar boʻlgan oilalar;

- tarkibida ikki va undan ortiq ishsizlar boʻlgan oilalar.

Oilaviy tadbirkorlik subektlariga mikro kreditlar Oʻzbekiston Respublikasi Mehnat vazirligi huzuridagi Ish bilan taʼminlash jamgʻarmasining kredit yoʻnalishi hisobidan, 6 oygacha davom etadigan imtiyozli davr bilan, ikki yilgacha muddatga beriladi.

Oilaviy tadbirkorlik subektlariga ish bilan taʼminlash fondining kredit yoʻnalishi hisobidan beriladigan mikro kreditlar eng kam ish haqi miqdorining 150 baravaridan oshmasligi kerak.

Oilaviy tadbirkorlik subektlariga mikro kreditlar imtiyozli foiz stavkasi bilan ajratiladi. Bu foiz stavkasi amaldagi Markaziy bank qayta moliyalash stavkasining 1/4 qismini tashkil etadi.

Shu kunlarda ekspert va olimlar, mutasaddi idoralar tomonidan “Oilaviy tadbirkorlik toʻgʻrisida”gi qonun loyihasini ishlab chiqish boʻyicha bir qator ishlar amalga oshirilmoqda, bu boradagi xalqaro huquq va milliy qadriyatlarimiz, tajribalarimiz tahlil qilinmoqda. Umuman, oilaviy tadbirkorlik oila aʼzolari tomonidan birgalikda boshqarish va tasarruf etish huquqi boʻyicha faoliyat yuritadigan tadbirkorlik subyektidir. Ayni paytda “Oilaviy tadbirkorlik toʻgʻrisida”gi ishlab chiqilayotgan qonun loyihasida Fuqarolik, Mehnat kodekslari, “Bola huquqlarining kafolatlari toʻgʻrisida”gi Qonunda belgilangan tartib-taomoyillar asosida mehnat va oʻzaro mulkiy munosabatlarni aniqlashtirish zarur.

Fikrimizcha, oilaviy tadbirkorlik harakatini yanada rivojlantirishga qaratilgan qonunda quyidagi muhim jihatlarga alohida eʼtibor qaratish zarur:

- oilaviy tadbirkorlikni moddiy va moliyaviy qoʻllab-quvvatlash mexanizmini samarali tashkil etish va mustahkamlash, tijorat banklar bilan oʻzaro hamkorlik aloqalarini har tomonlama mustahkamlash, bunga hozirda mavjud ayrim sunʼiy toʻsiqlarga toʻliq barham berish;

- har bir oilaning mehnat anʼanalariga katta hurmat bilan qarash, uni tiklash va rivojlantirish, mavjud ishchi kuchlaridan samarali foydalanishga erishish;

- mahalliy hokimiyat kuchi bilan oilaviy biznes yuritish uchun zaruriy moddiy va maʼnaviy shart-sharoitlarni yanada kengaytirish, ularni har tomonlama qoʻllab-quvvatlash asosida oʻz mahsulotlari bilan ichki va tashqi bozorga erkin chiqishini taʼminlash;

- taʼlim tizimida oilaviy biznes sirlarini chuqur oʻrganish va tahlil qiluvchi maxsus fanlarni kiritish, oila va taʼlim tizimini oʻzaro yaqin hamkorlik aloqalarini yanada mustahkamlash;

- oilaviy biznesga xorijiy investitsiyalar, ilgʻor va zamonaviy minitexnologiyalarning kirib kelishiga keng yoʻl ochish, chetga tayyor mahsulotni eksport qilish hajmini yanada oshirish va boshqalar.

Yuqoridagi takliflar asosida yangi qonun loyihasini ishlab chiqishda mahalliy kengash deputatlarining oʻrni va roli juda katta. Bu birinchi navbatda ularning kundalik foyiatida oilaviy tadbirkorlik subyektlari bilan bir safda turib mehnat qilayotganligi, ular faoliyatiga doir barcha muammolarni yaxshi bilishlari bilan bogʻliq.



Bugungi kunda oilaviy tadbirkorlikka bandlikni ta'minlash, aholi farovonligini yuksaltirishning eng muhim omillaridan biri sifatida qaralmoqda. Uni iqtisodiyotning tayanchi va harakatlantiruvchi kuchi sifatida e'tirof etishlarining boisi ham, aslida, mana shunda. Oilaviy biznesning o'ziga xosligi shundaki, u ko'p asrlik oilaviy an'analar, qadriyatlar bilan uyg'un rivojlanadi. Misol uchun, Buyuk Britaniyadagi oilaviy biznes korxonalarining to'rtidan bir qismi qariyb to'rtta avloddan beri o'tib kelar ekan. Shveytsiyada mehnat bilan band aholining 61 foizi oilaviy tadbirkorlik sohasida ishlayotgani ham uning nechog'li katta ahamiyatga ega ekanligidan dalolatdir.

Xalqaro oilaviy tadbirkorlik tadqiqotlari akademiyasining o'rganishicha, bugungi kunda rivojlanayotgan davlatlar iqtisodiyotida oilaviy biznes izchil taraqqiy etib bormoqda. Chunonchi, ko'plab rivojlanayotgan davlatlarda yalpi ichki mahsulot tarkibida oilaviy biznesning ulushi 55 foizgacha yetar ekan. Bularning barchasi yurtimizda ham oilaviy tadbirkorlikning huquqiy asoslarini yaratish ayni zarurat ekanligini ko'rsatadi. Zero, biznesning mazkur tarmog'ini rivojlantirish uchun mamlakatimizda barcha shart-sharoit, tajribalar mavjud. Avvalo, joylarda oilaviy sulolalar tomonidan uzoq yillar davomida shug'ullanib kelinayotgan oilaviy kasb-korlar, ya'ni kosiblik, duradgorlik, novvoylik, asalarichilik, baliqchilik, chorvachilik, dehqonchilik, pillachilik, bog'dorchilik, uzumchilik, hunarmandchilik, miskarlik, ko'ncilik, zargarlik, naqqoshlik, kulollik, yog'och o'ymakorligi, pichoqchilik, to'qimachilik, po'stindo'zlik singari yo'nalishlarda oilaviy biznes subyektlarini tashkil etish va rivojlantirish muhim ahamiyatga ega. Shu bilan bir qatorda, aholiga maishiy xizmat ko'rsatishda ham oilaviy tadbirkorlik subyektlarini yo'lga qo'yish ayni muddaodir.

Albatta, respublikamizda oilaviy yangi qonun loyihasini tayyorlashda aynan oilaviy biznesning o'ziga xos jihatlaridan kelib chiqib, bir qator masalalarga e'tibor qaratish lozim.

Avvalo, oilaviy tadbirkorlik subyekti sifatida ro'yxatdan o'tishi mumkin bo'lgan faoliyat turlarini aniq belgilash, bunday tuzilmalarni davlat ro'yxatidan o'tkazishda byurokratik to'siqlarning oldini oladigan tartiblarni joriy etish, huquqiy maqomini aniqlashtirish talab etiladi. Bunda, ayniqsa, davlatimiz rahbari tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini tashkil etish tartibini takomillashtirish bo'yicha ko'rilayotgan chora-tadbirlarga suyanish, ayni paytda xalqaro tajribaning ilg'or yutuqlaridan foydalanish zarur.

Shu bilan birga, oilaviy tadbirkorlik subyektlarining huquq va majburiyatlarini, ayni chog'da oila a'zolarining ushbu tadbirkorlik subyekti faoliyati doirasidagi munosabatlarini aniqlashtirish zarur. Bunda oila a'zolari quyidagi huquqlarga ega: korxonada boshqaruvida, qarorlar qabul qilishda, moliyaviy-xo'jalik faoliyatini nazorat qilishda qatnashish; bir-birining huquqlarini qisman yoki to'liq ifoda etish; korxonada nizomida belgilangan tartibda ko'rilgan daromaddan ulush olish; ayni paytda oilaviy korxonada tarkibidan chiqayotganda korxonada nizomida ko'rsatilgan tartibda kompensatsiya olish; ijtimoiy sug'urta qilinish va ish davrlarini qonun hujjatlarida belgilangan tartibda mehnat stajiga kiritish; amalga oshirilayotgan faoliyat turiga muvofiq bo'lgan buyumlar yoki tovarlar (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish, shuningdek, ularni mustaqil ravishda yoki qonun hujjatlarida belgilangan tartibda

boshqacha tarzda sotish; amalga oshirilayotgan faoliyatdan olingan daromadni barcha soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar to'langandan keyin, qonun hujjatlarida belgilangan tartibda tasarruf etish; O'zbekiston Respublikasi qonunchiligida belgilangan tartibda boshqa imtiyoz va huquqlardan foydalanishi mumkin.

Oilaviy korxonalar mulkdorlari ayni paytda oilaviy tadbirkorlik subyekti faoliyatida shaxsiy mehnati bilan qatnashishi lozim, ya'ni oilaviy tadbirkorlikni amalga oshirishda vaqtinchalik ishlarni bajarish uchun oila a'zolari hisoblanmaydigan fuqarolar jalb etilmasligi kerak. Korxonaning mulkiy majburiyatlari, chunonchi, to'lov qobiliyati yo'qolgan holatlarda o'z shaxsiy mulki bilan yakdil javobgar bo'lish majburiyatiga ega bo'lmog'i lozim. Shuningdek, oilaviy tadbirkorlikda ishlovchi xodimlar, ya'ni oila a'zolari doimiy ishlovchi xodim sifatida e'tirof etilib, mehnat daftarchasi yuritilishi kerak.

Hozirgi paytda oilalar daromadining to'rtidan bir qismi tadbirkorlik evaziga paydo bo'lmoqda. Kelajakda oila ehtiyojining 50 foizini shu yo'l bilan qoplanishiga erishish lozim. Bu respublikamiz uchun o'ta muhimdir. Chunki, Yevropa mamlakatlarida bir ishlovchiga 0,7 kishi mehnat yoshiga etmagan bolalar va nafaqadagi qariyalar to'g'ri kelsa, bu ko'rsatkich respublikamizda 2,7 kishini tashkil qiladi. Tabiiyki, bunday sharoitda faqat oylik maosh bilan oilaning ehtiyojini to'liq ta'minlab bo'lmaydi. Shu tufayli, kelajakda har bir oilaning farovonligini ta'minlash uchun oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish maqsadga muvofiq.

Oilaviy tadbirkorlikning asosiy yo'nalishlariga kichik biznes, shaxsiy tadbirkorlik, fermer xo'jaliklari, dehqon xo'jaliklari kabi oilaviy mulkka asoslangan faoliyat turlari kiradi. Oilaviy tadbirkorlar mulkning asosiy qismi mamlakatimizda davlat mulkini xususiylashtirish evaziga shakllandi.

Mamlakatimizda mulkdorlar sinfi shakllanmoqda, kichik biznesga asoslangan oilaviy tadbirkorlikning rivojlantirish uchun tegishli sharoitlar, ularni iqtisodiy asoslari yaratilmoqda. Endigi eng muhim vazifa ko'chmas mulk obyektlari davlatniki bo'ladimi, nodavlat bo'ladimi, ularning samarali ishlashini ta'minlab, mamlakatimiz iqtisodiyotining rivojlanishini jadallashtirishdan iborat.

Mulkning samarali ishlashini ta'minlash davlatga ham, mulkdorga ham manfaat keltiradi. Agar obyekt davlat tasarrufida bo'lsa-yu, hech faoliyat ko'rsatmasa, buning foydadan ko'ra zarari ko'p. Shu tufayli, uni arzonlashtirilgan qiymatda bo'lsada, sotish afzalligi lozim degan xulosaga kelindi. Bunday usul amaliyotda ham joriy qilindi.

Ishlatilmay, foydalanilmay turgan mulkning ishlatilishi jamiyat uchun juda katta manfaat keltiradi. Birinchidan, yangi ish o'rinlari yaratiladi, ikkinchidan, mamlakatimiz bozori uchun mahsulot (xizmat) ishlab chiqariladi va uchinchidan, bu faoliyat natijasida davlat budjetiga soliq to'lash yo'li bilan davlatning iqtisodiy qudrati oshishiga ulush qo'shiladi.

Oilaviy tadbirkorlikning muhim yo'nalishlaridan biri oilalarning shaxsiy tomorqasida faoliyat ko'rsatishidir. Bu ham Vazirlar Mahkamasining 1994-yil 29-noyabrda qabul qilingan «Yerdan foydalanish samaradorligini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi qarori bilan tartibga solinadi. Ushbu qarorga asosan, mamlakatimizda yer maydoni uy-joy qurilish, yerga umrbod egalik qilish va meros qilib qoldirish huquqi bilan kim oshdi savdosi orqali sotish ko'zda tutilgan. Bu tadbir

aholining yashashi bilan birga tadbirkorlik bilan shug`ullanish imkonini ham beradi. Shu tufayli, bu masala mamlakatimizda o`z rivojini topmoqda. Ko`rinib turibdiki, bu tadbir ham mulkdorlar sinfini va tadbirkorlar doirasini kengaytirish yo`llaridan biri sifatida namoyon bo`lmoqda.

Oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish bozor munosabatlari sharoitida muhim ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatga ega. Bu eng avvalo, oilalar farovonligini oshirishning muhim omilidir. Zero, ish haqi, o`rtacha daromad kabi ko`rsatkichlar bozor munosabatlari sharoitida o`zining yashovchanlik mohiyatini yo`qotdi.

Mamlaktimiz taraqqiyotining pirovard maqsadi ozod va obod Vatan, erkin va farovon hayot kechirishga qaratilgan ekan, demak, iqtisodiy ko`rsatkichlar faqat o`rtacha ish haqi yoki boshqa o`rtacha ko`rsatkichlar bilan emas, balki har bir shaxs, fuqaroning farovonligi bilan belgilanadi.

Oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishni yana bir omili ulardan olingan soliqlar yukini kamaytirishdir. Bu oilaning o`z mablag`lari bilan ishlab chiqarish yoki boshqa faoliyat turlarini kengaytirish imkonini beradi. Soliq yukini kamaytirish hozirgi paytda juda muhimdir. Chunki, juda ko`p oilalar hali tadbirkorlikka qo`l urgan emas, qo`l urganlar esa, shu jarayonga ko`nikma hosil qilmagan. Bu holat, albatta oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishga salbiy ta`sir qiladi. Shu tufayli, oilaviy tadbirkorlik bilan shug`ullanuvchi shaxslarga soliq solish bazasini qisqartirish, stavkasini pasaytirish, budjetdan tashqari jamg`armalarga to`lanadigan majburiy ajratmalarni kamaytirish lozim.

Ushbu holatlardan shunday xulosa qilish lozimki, jamiyatda tadbirkorlar sonini butun aholiga nisbatan emas, balki oilalar soniga nisbatan olish lozim. Har bir oilada tadbirkor bo`lishiga erishsagina butun aholining farovonligini ta`minlashga muvaffaq bo`lamiz.

Ishsizlik va oila bir-biri bilan bevosita bog`liq. Ishsiz u qayerdandir kelgan emas yoki jamiyatdan ajralib qolgan shaxs ham emas. Ishsiz bu ham oilamiz a`zosi. Oiladan bir kishi juda serdaromad ishda ishlasa, shu oila farovon, agar u ishsiz qolsa, shu oila kambag`allikka mahkum qilingan bo`ladi. Shu tufayli har bir oilada shunday ruhiyat shakllanishi kerakki, unda ishsiz odam bo`lmasligi kerak.

Hozirgi paytda qishloqlarda ham biznes bilan shug`ullanish uchun sharoit yetarli. Zero, uning qonuniy asosi yaratildi, tegishli me`yoriy hujjatlar ham ishlab chiqildi.

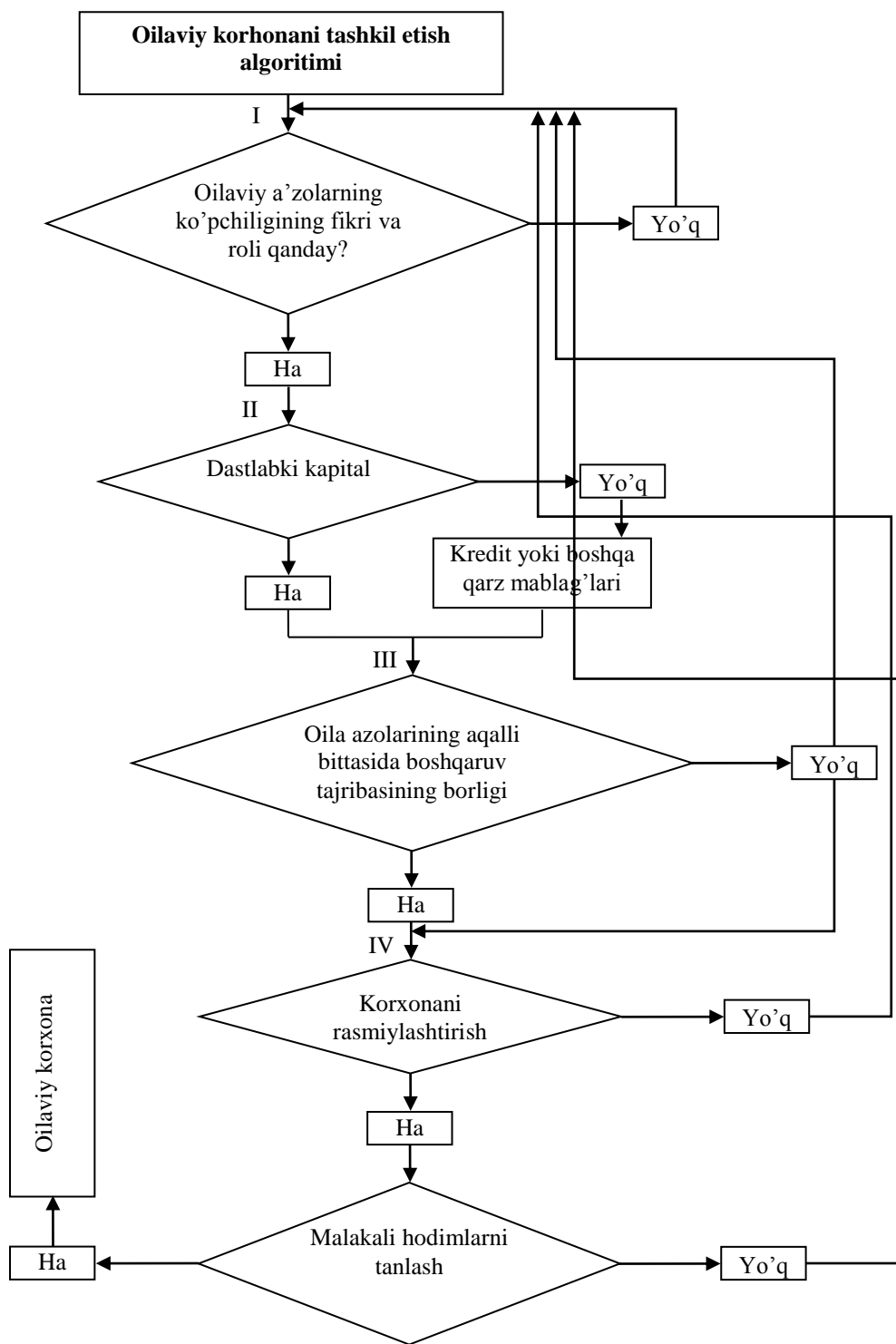
Hozirgi paytda oilaviy biznesni rivojlantirish uchun uning qonuniy asoslari bilvosita yaratildi. Bularga «Tadbirkorlik faoliyatini erkinliklarining kafolatlari to`g`risida», «Fermer xo`jaliklari to`g`risida», «Dehqon xo`jaliklari to`g`risida» kabi qonunlarni kiritish mumkin. Ammo, hozirgi iqtisodiy muhit alohida «Oila tadbirkorligi va uni qo`llab - quvvatlash to`g`risida»gi qonunni qabul qilishni taqozo etadi. Bunday qonunning yaratilishi tabiiyki, islohotlar jadallashishida, eng muhim, oilalarning farovonligini oshishida asosiy omil bo`lib hizmat qiladi.

Agar nazariy jihatdan qaraydigan bo`lsak, kichik biznes rivoj topgan joyda ishsizlik muammosi bo`lishi mumkin emas. Chunki, odam ishsiz bo`lsa, o`ziga ish topishi, o`zining tadbirkorlik faoliyatini yuritishi uchun tegishli sharoit yaratilishiga intiladi. Bu eng avvalo, oilaviy biznesda namoyon bo`ladi.

Ishsizlik va oilaviy tadbirkorlik bir-biri bilan uzviy bog`liqdir. Ishsizlikning mavjudligi ishsiz uchun salbiy holat bo`lsada, jamiyat ravnaqi uchun ma`lum ma`noda ijobiy omildir. Chunki, bu birinchidan, ishsiz aholi hamisha yangi ishni, faoliyatni boshlash uchun zahirada turadi. Ikkinchidan, ishdagi kishining ishsiz bo`lib qolish ehtimolining mavjudligi uni tartib-intizomga qattiq rioya qilishga, o`z malakasini doimiy ravishda oshirib borishga undaydi. Uchinchidan, ishsizlikni paydo bo`lishi kasaba uyushmalarini faoliyatini faollashtiradi, ularning ishchilar ahvolini yaxshilash borasida ish haqini, uni moddiy va ma`naviy rag`batlantirish bo`yicha turli takliflarning ishlab chiqilishiga va erishishiga sabab bo`ladi. To`rtinchidan ishsiz bo`lib qolish ehtimolidan qo`rqish oqibatida ularning jonbozlik bilan ishlashi natijasida mamlakatda iqtisodiy o`shishga erishiladi. Bu esa, har bir oilada oila a`zolarining o`z ustidan ishlashiga asos bo`ladi.

Ishsizlik oila va jamiyat uchun salbiy oqibatlar keltiradi. Birinchidan, ishsiz mamlakat milliy daromadi yaratilishida va oila farovonligi oshirilishida ishtirok etmaydi. Ikkinchidan, hodim uzoq vaqt ishsiz bo`lsa, oldingi malakasi va tajribasi susayadi. Agar shu malaka bo`yicha ish topmasa, boshqa kasbni egallashga oilaning ancha mablag`i va vaqti ketadi. Uchinchidan, ishsiz kishi ruhiy jihatdan tushkunlikka tushadi. Buni yaxshilashda oilaning roli katta. Bundaylarni oilada ma`naviy qo`llab - quvvatlashga to`g`ri keladi.

Shu tufayli, oila tadbirkorligini rivojlantirish bugungi kunda mamlakatimiz uchun o`ta muhim tadbir ekanligini idrok qilishimiz va unga tegishli e`tibor qaratishimiz lozim. Oilaviy korxonani ochish – murakkab, ko`p darajali jarayon bo`lib, bir qator shartlarni bajarilishini talab qiladi (11.2.1-rasm).



**11.2.1-rasm. Oilaviy korxonani tashkil etish algoritmi<sup>26</sup>**

Haqiqatda **oilaviy korxonona** deb mulkning asosiy qismi yoki boshqaruv oila a'zolarining qo`lida bo`lgan va oila a'zolarining bir qismi bevosita mazkur korxonona ishlovchi istalgan korxonaga aytiladi.

Odatda, oilaviy biznesning shakllari shahardagi oilaviy korxonalarni hamda qishloqda faoliyat yurituvchi dehqon, fermer xo`jaliklarining farqlanishini taqozo

<sup>26</sup> Salayev S.K., Fayzullayev N.B., Tadjiev B.U. O'zbekistonda oilaviy tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirish yo'nalishlari. –T.: "Fan va texnologiya", 2011, 21-bet.

etadi. Chunki ularning faoliyat ko`rsatish shart-sharoitlari, ish boshlash talablari bir-biridan tubdan farq qiladi.

Shahar joylarida oilaviy tadbirkorlik yirik va o`rta biznes uchun xos bo`lmagan sohalarda o`z o`rnini topishga intiladi. Bular mayda ulgurji va chakana savdo, maishiy xizmat ko`rsatish, restoran biznesi, choyxona va oshxonalar, kafe va barlar, aholiga transport xizmati ko`rsatish, ta`mirlash va qurilish, buxgalterlik ishlari va audit kabilardir.

Oilaviy tadbirkorlikda alohida o`rinni bir necha avlodlar almashinuvi davomida aksiyalarning nazorat paketlari bitta oila qo`lida bo`lgan yirik korporatsiyalar, aksiyadorlik jamiyatlar, "moliyaviy imperiyalar" tutadi.

O`zbekiston Respublikasida oilaviy tadbirkorlikning dinamik rivojlanishi ularning taraqqiyoti uchun muhim bo`lgan rivojlangan davlatlardagi kabi institutsional shart-sharoitlarni yaratishga qaratilgan chora-tadbirlarni amalga oshirishni taqozo etadi. G`arb tadqiqotchilarining ma`lumotlariga ko`ra, oilaviy tadbirkorlik subyektlari umumiy kichik korxonalarining 68 foizini tashkil etadi<sup>27</sup>.

Oilaviy tadbirkorlik kichik biznesning o`ziga xos tashkiliy-huquqiy shakli sifatida mamlakat iqtisodiyotidagi ahamiyati katta bo`lib, u bir qator afzalliklarga ega:

1. Moslashuvchanlik va innovatsiyalarning yuqori darajasi, o`zgaruvchan bozor talablariga tez moslashish qobiliyati.

2. Oila institutini mustahkamlash kabi muhim ijtimoiy vazifani bajaradi, bolalarni muvaffaqiyatli tarbiyalashga imkon bergani holda, ularni ijtimoiylashtirishga hamda demografik muammolarni hal qilishga imkon beradi.

3. Ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga bo`lgan yuqori intilish darajasini ta`minlaydi.

4. Iqtisodiyotning barqaror rivojlanishining zaruriy sharti bo`lgan fuqarolarning tadbirkorlik nuqtai nazaridan o`z-o`zini ro`yobga chiqarishga imkon beradi.

5. Jamiyatda ijtimoiy-iqtisodiy holatning barqarorlashuviga imkon beradi.

Bir necha yuz yillar davomida shakllangan g`arb mamlakatlarida tadbirkorlikning rivojlanishi tarixi ko`rsatishicha, tadbirkorlik oilani mustahkamlanishiga imkon beradi, oila ichidagi ziddiyatlar miqdorini kamaytiradi va maishiy muammolarni yechish imkoniyatlarini oshiradi.

Oilaviy biznesga moslashuvchanlik va barqarorlik xos bo`lib, barqaror oilaviy aloqalar oilaviy korxonalar biznes-tuzilmasida o`z ifodasini topadi va bu esa iqtisodiy faoliyat yuritish tavakkalchiligini pasaytiradi, uning barcha a`zolar rag`batlantirish darajasini oshiradi.

Qarindoshlar ishlaydigan firma bolalarni, oilaning keksa a`zolarini, jismoniy imkoniyati cheklangan kishilarni ishga joylashtirishga imkon beradi. Ularning oila ishida to`la-to`kis qatnashish bola va o`smirlarni ijtimoiylashtirish, ularni kelgusi mehnat faoliyatiga moslashtirish imkonini beradi.

Xo`jalik yuritishning kichik shakli sifatida oilaviy korxonalar yirik va o`rta firmalarning yanada samarali faoliyat yuritishiga yordam beradi. Odatda, oilaviy korxonalar mahalliy xomashyoda mahalliy bozor uchun ishlagani holda, mintaqaviy

---

<sup>27</sup> Деловая Москва. 2006. №25. (16). S11.

bozorni rivojlantirish, takomillashtirishni uncha katta bo`lmagan doimiy buyurtmalar bilan ta'minlashga xizmat qiladi.

Bundan tashqari, oilaviy tadbirkorlikni rivojlanishi ijtimoiy-siyosiy va iqtisodiy barqarorlikning omillaridan biri bo`lgan, "o`rta sinfni" o`rishining asosi bo`lib xizmat qiladi.

Shunday qilib, oilaviy tadbirkorlik zamonaviy O`zbekiston iqtisodiyotida quyidagi **iqtisodiy vazifalarni** bajaradi:

1. Oilaviy biznes – jamiyatning siyosiy barqarorligi va demokratik rivojlanishning kafolati bo`lgan o`rta sinf shakllanishining asosi hisoblanadi.

2. Oilaviy biznes vakillari nafaqat o`z-o`zining samarali bandligini ta'minlaydi, balki yangi ish o`rinlarini ham tashkil etadi.

3. Rivojlangan oilaviy biznes iste'molchilar va bozorning tez o`zgaruvchan talablariga muvofiq holda tovar va xizmatlar ishlab chiqarib, iste'molchilarning asosiy qismiga xizmat ko`rsatadi.

4. Kichik tadbirkorlik sektori innovatsion xarakterga ega bo`lib, tavakkalchilikka asoslangan yangi mahsulot va xizmatlarni tez, qulay va oson o`zlashtiradi.

5. Kichik biznes shaxsning ichki salohiyatini ochishga, mehnat faoliyatida o`z-o`zini namoyon qilishga imkon beradi.

6. Oilaviy tadbirkorlikning ommaviy rivojlanishi jamiyat ruhiyatining o`zgarishiga va aholining aksariyat qismi qadriyatlari yo`nalishini yangi ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlarga moslashtirishga imkon beradi.

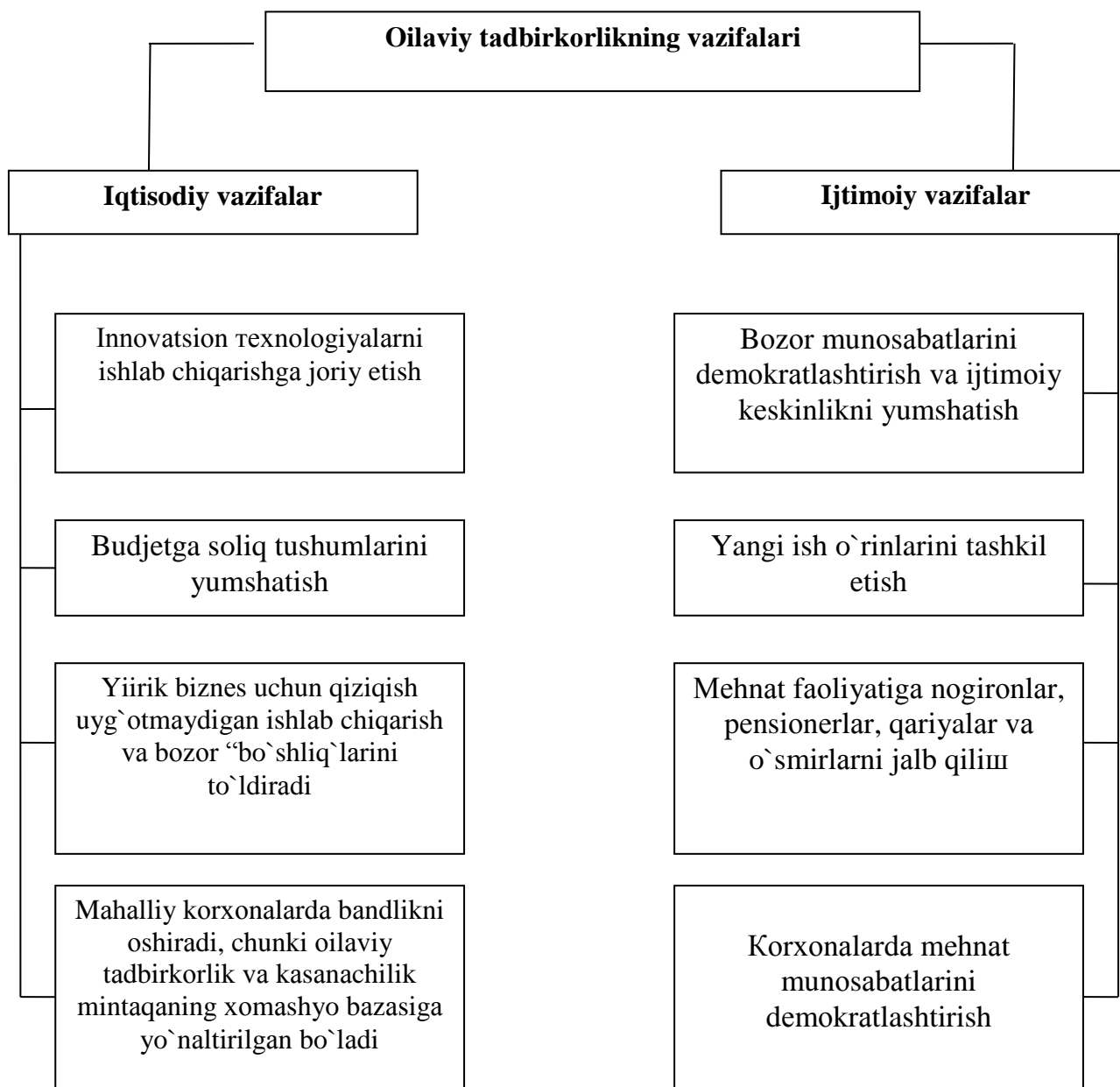
7. Dastlabki bilim, malaka va ko`nikmalarni amalga oshirish, sinab ko`rish uchun faoliyat maydoni, "poligon" vazifasini bajaradi.

8. Iste'molchilar bilan bevosita mustahkam aloqalar o`rnatishga imkon beradi.

9. Mahalliy shart-sharoitlarga tez va oson moslashgani holda, operatsion xarajatlari kam bo`ladi.

10. Oilaviy tadbirkorlikda boshqarish oddiy bo`ladi va kapital qo`yilmalar tez qoplanadi va h.k.

Shunday qilib, oilaviy tadbirkorlikning asosiy vazifalarini quyidagicha ifodalashimiz mumkin (11.2.2-rasm).



**11.2.2-rasm. Oilaviy tadbirkorlikning vazifalari<sup>28</sup>**

Shuningdek, oilaviy tadbirkorlikning iqtisodiy vazifalaridan tashqari **ijtimoiy vazifalari** ham mavjud. Xususan:

1) Ijtimoiy keskinlikni yumshatadi va bozor munosabatlarini demokratlashtiradi.

2) Yirik biznesdagiga nisbatan ish o'rinlarini yaratish qariyb o'n marta arzon bo'lganligidan kambag'allikka qarshi kurash va ishsizlik darajasini kamaytirish maqsadida yangi ish o'rinlari manbai hisoblanadi.

3) Oilaviy tadbirkorlikning muhim roli – bu ish beruvchilarning ko'pgina toifalari tomonidan ijtimoiy ishlab chiqarish jarayonida kam foydalaniladigan

<sup>28</sup> Salayev S.K., Fayzullayev N.B., Tadjiyev B.U. O'zbekistonda oilaviy tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirish yo'nalishlari. –T.: "Fan va texnologiya", 2011, 25-bet.



pensioner, talaba va o`quvchi, nogironlar kabi mehnat resurslarini mehnat faoliyatiga faol jalb qiladi.

4) Oilaviy tadbirkorlik ijtimoiy-mehnat munosabatlari sohasida demokratiyani kengaytirishga imkon beradi. Iqtisodiy faoliyatda tadbirkor yoki yollanma ishchi maqomini tanlashga imkon beradi.

Islohotlarning muvaffaqiyatli amalga oshirilishi ko`pincha, fuqarolarning jamiyatda amalga oshirilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarning yo`nalishlari, me`yorlari va qadriyatlar haqidagi tasavvurlariga bog`liq. Ma`lumki, har qanday mamlakat fuqarolarining mentaliteti tadbirkorlik munosabatlariga ham bevosita ta`sir ko`rsatadi. Oilaviy tadbirkorlik rivojlanishiga mentalitetning ta`sirini o`rganar ekanmiz, O`zbekistonda uning quyidagicha namoyon bo`lishiga amin bo`lamiz:

1. Milliy mentalitet oilaviy korxonaning tashqi institutsional muhitiga jiddiy shakllantiruvchi ta`sir ko`rsatadi.

2. Oilaviy biznes korxonalarida mehnat munosabatlari oilaviy munosabatlarda "rollarning" qanday taqsimlanishi haqidagi an`anaviy qarashlar asosida quriladi.

Mentalitetning ta`siri oilaviy korxonada ichki mehnat munosabatlarini qurishda ham o`z ta`sirini ko`rsatadi. O`zbekiston iqtisodiyotida zamonaviy oilaviy tadbirkorlik korxonasini, odatda erkak kishi (oila boshlig`i) boshqaradi va moliyaviy hisob, nazorat ayol kishi tomonidan boshqariladi.

Respublikamizda oilaviy biznesga xos bo`lmagan xususiyatlarga quyidagilarni kiritishimiz mumkin: qarindoshlar o`rtasida iqtisodiy munosabatlarni huquqiy mustahkamlanganligi, lavozim (tadbirkorlik) majburiyatlari bilan oilaviy majburiyatlar o`rtasidagi "chegara"ning aniq qo`yilganligi, ayollarning biznesga aralashuv darajasining yuqoriligi.

O`zbekiston Respublikasida oila institutining holati, bugungi kunda uning rivojlanishida hal qilinishi lozim bo`lgan ijtimoiy-iqtisodiy va axloqiy-ruhiy nuqsonlar borligidan dalolat beradi. Jumladan, O`zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo`mitasining ma`lumotlariga ko`ra, 2010-yilda respublikamizda 285,4 mingta nikohga qariyb 19,0 mingta ajralishlar to`g`ri kelgan, ya`ni 6,5 foiz oilalar barbod bo`lgan<sup>29</sup>. Albatta, bu ko`rsatkich boshqa mamlakatlardagiga qaraganda ancha kam hisoblanadi va respublikamizda oila institutining nisbatan mustahkamligidan darak beradi. Chunki, Rossiya Federatsiyasida 2003-yilda 1091,8 ming nikohga 798,8 ming ajralish to`g`ri kelgan yoki mazkur mamlakatdagi 73,1 foiz oilalar barbod bo`lgan<sup>30</sup>.

Bu esa istiqbolda jamiyatning muhim bo`g`ini bo`lgan oila institutini rivojlantirishda mahalla fuqarolar yig`ini, "Oila" respublika ilmiy-amaliy markazi kabi jamoatchilik tashkilotlari rivojlanishini yanada kuchaytirishni taqozo etadi.

BMT ma`lumotlariga ko`ra, kichik korxonalar, mikrofirmalar va oilaviy tadbirkorlik subyektlari dunyoning 50 foiz mehnatga layoqatli aholisi uchun asosiy ish beruvchi hisoblanadi, masalan AQSHda kichik korxonalar 60 foiz yangi ish o`rinlarini yaratadi. Respublikamizda ham bu ko`rsatkich 2010-yil yakunlariga ko`ra qariyb 50 foizdan ortiq ish o`rin KBXT subyektlari ulushi tomonidan yaratilgan. Jahon

<sup>29</sup> O`zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo`mitasi ma`lumotlari

<sup>30</sup> Российский стратегический ежегодник. 2004. С.123.

moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida ham ishsizlik muammosi ko'pgina rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlarda KBXT subyektlari tomonidan echilgan.

BMT va Xalqaro Mehnat Tashkiloti (XMT) kabi xalqaro tashkilotlar tomonidan kichik, shu jumladan, oilaviy tadbirkorlik kambag'allikka qarshi kurashning strategik yo'nalishlaridan biri sifatida qaraladi. 2003-yilda bo'lib o'tgan XMT ning 91-sessiyasida Xalqaro mehnat byurosi bosh direktorining ma'ruzasida "Mehnat qashshoqlikka qarshi kurash vositasi", tadbirkorlik kambag'allikni engishning muhim vositasi, ijtimoiy keskinlikni yumshatishning asosiy quroli sifatida qaraladi<sup>31</sup>.

XMT ning 91-sessiyasidagi yuqoridagi nomi tilga olingan ma'ruzada keltirilgan takliflarni respublikamiz amaliyotiga moslagan holda, bir qator ijtimoiy muammolarni keskinligini kamaytirishga imkon beruvchi, oilaviy tadbirkorlikning raqobatbardoshligini qo'llab-quvvatlovchi quyidagi taklif va tavsiyalarni berish mumkin:

➤ mahalliy ishlab chiqaruvchilar raqobat afzalliklarini oshirish, davlat va munitsipial mulkdan foydalanish bo'yicha imtiyozlar berish, ish beruvchi tadbirkorlar uchun soliq preferensiyalarini taqdim etish, kreditlashning imtiyozli shartlari, kredit oluvchilarning xarajatlarining bir qismini subsidiyalash va h.k.

➤ ommaviy axborot vositalarini tadbirkorlik tashabbuslarini rivojlanish muammosiga yanada kengroq jalb qilish, tadbirkorlikning ijobiy qiyofasini, oilaviy tadbirkorlikning jamiyat va davlatning rivojidagi tutgan o'rnini yoritishga bag'ishlangan ijtimoiy reklama roliklarini kuchaytirish, "o'z kelajagingni o'zing qur" ruknida tele va radioeshittirishlarni ko'paytirish, tadbirkorlik tashabbuslarini OAVda ommaviy targ'ib qilish;

➤ mintaqalar aholisi uchun o'z xususiy biznesini yuritish masalalari bo'yicha doimiy "ishonch telefonlari"ni tashkil qilish.

Xulosa qilib aytganda, respublikamizda oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirilishi bir qator vazifalarni hal etishda qo'l keladi. Xususan, mamlakatimizda amalga oshirilayotgan bozor iqtisodiyoti islohotlari sharoitida mulkdorlar sinfining kengayishiga qulay shart-sharoit yaratadi. Shuningdek, aholi bandligini ta'minlash va farovonligini yuksaltirishdek zalvorli yumushlarni oddiy mexanizmlar asosida hal etish mumkin bo'ladi. Qolaversa, uzoq yillik qadriyatlarimiz, milliy an'analarimizning ham izchil rivojlanishini ta'minlaydi.

### **11.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini qo'llab-quvvatlashda mikrosarmoyalar hajmini oshirish orqali ularning moliyaviy barqarorligini ta'minlash omillari**

O'zbekiston Respublikasi milliy iqtisodiyotini barqaror iqtisodiy o'sish sur'atlarini ta'minlanishida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati aholi turmush farovonligi va daromad darajasini ta'minlashning muhim yo'nalishlaridan biri sifatida e'tirof etilmoqda. Respublikamizda kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish yo'nalishlari birinchi navbatda faoliyatning moliyaviy

---

<sup>31</sup> "Mehnat qashshoqlikka qarshi kurash vositasi sifatida" nomli xalqaro mehnat byurosi Direktorining 2003-yildagi ma'ruzasi // [www.iCo.ru](http://www.iCo.ru).

barqarorligini ta'minlashga qaratilib bu o'z navbatida tovarlar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishning imkoniyatini oshirishga imkoniyat beradi. O'zbekiston Respublikasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va rivojlantirilishining amaliy natijalarini 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari bo'yicha taxlil qiladigan bo'lsak, maxalliyashtirish dasturi doirasida 2010-yilda 1 ming 76 ta loyiha amalga oshirildi. Mahalliyashirilgan mahsulot ishlab chiqarish hajmi 1,4 barobar oshdi, import o'rnini bosish bo'yicha yakuniy samaradorlik 3 milliard 400 million dollarni tashkil etdi va bu 2009-yilga nisbatan 1,2 barobar ko'p demakdir.

Korxonalar o'rtasida kooperatsiya aloqalari mustahkamlanmoda, bu jarayonga kichik korxonalar va xususiy biznes subyektlari tobora keng jalb qilinmoqda.

2010-yilda o'tkazilgan Xalqaro sanoat yarmakasi va Kooperatsion birjada dunyoning 51 ta mamlakatidan 700 dan ortiq xorijiy firma va kompaniya vakillari qatnashdi, 500 dan ortiq yangi turdagi mahsulot namoyish etildi, qiymati 2 trillion 600 milliard so'mlik shartnomalar imzolandi. Bu raqam oldingi yarmarkalardagi ko'rsatqichga nisbatan 1,4 marta ko'pdir. Yarmakada umumiy qiymati 2 milliard 700 million dollarlik eksport bitimlari tuzildi va bu 2009-yil darajasidan 1,2 barobar ortiqdir<sup>32</sup>.

Mazkur natijalardan kelib chiqib, respublikamizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini davlat tomonidan moliyaviy, iqtisodiy xamda xuquqiy kafolatlanishi bevosita aholini tovar va xizmatlarga bo'lgan extiyojini qondirishning muhim omillari sifatida e'tirof etiladi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini moliyaviy barqarorligi ta'minlashning yo'nalishlari sifatida quyidagilarni ko'rsatish maqsadga muvofiq:

- faoliyatni tashkil etishdagi moliyaviy tashkilotlar tomonidan pul va kredit resurslarini ajratilishi;

- faoliyatni tashkil etishdagi tadbirkorlik subyektlarining o'z ixtiyoridagi mablag'laridan foydalanish asosida;

- faoliyatni tashkil etishdagi xorijiy investitsiya va kredit tashkilotlari tomonidan moliyaviy resurslarni ajratilishi;

- faoliyatni tashkil etishdagi xomiylik firmalari va grant tashkilotlari tomonidan mablag'lari asosida.

O'zbekiston Respublikasida tadbirkorlik faoliyati va kichik biznes subyektlari moliyaviy barqarorligini oshirishda mavjud faoliyatning ishlab chiqarish imkoniyatlarini yangi texnologiyalar va faoliyatni kuchli raqobat asosiga tashkil etish xozirgi kundagi dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Shuning uchun kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida ishlab chiqarishni avtomatlashtirish, kadrlarni o'z mutaxassisligiga qarab to'g'ri joylashtirish, tovar va xizmatlar ishlab chiqarishga sifat talablarini shakllatirish, iste'mol tovar va xizmatlar bozorida mavqega ega bo'lish omillarini ishlab chiqish faoliyatning iqtisodiy hamda moliyaviy salohiyatini ta'minlashdagi omillar sifatida e'tirof etiladi.

---

<sup>32</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning "Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi" nomli Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. //Xalq so'zi, 22.01.2011. №16 (5183) son.

Respublikamizda kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini moliyaviy barqarorligini ta'minlashning davlat tomonidan huquqiy mexanizmini shakllantirilishi faoliyat va kichik biznes subyektlari va moliyaviy tashkilotlar o'rtasidagi moliyaviy munosabatlarning izchilligini ta'minlashga xizmat qilmoqda. Buni o'z navbatida soliq yukini kamaytirilishi, banklar tomonidan kredit imtiyozlarini berilishi, eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarish rag'batlantirilishi, mehnat resurslari bandligini ta'minlash nuqtai nazaridan imtiyozlar berilishi kabilarda ko'rish mumkin.

Yuqoridagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini moliyaviy barqarorligini ta'minlashning omillariga qo'shimcha sifatida quyidagilarni ko'rsatib o'tish maqsadga muvofiqdir:

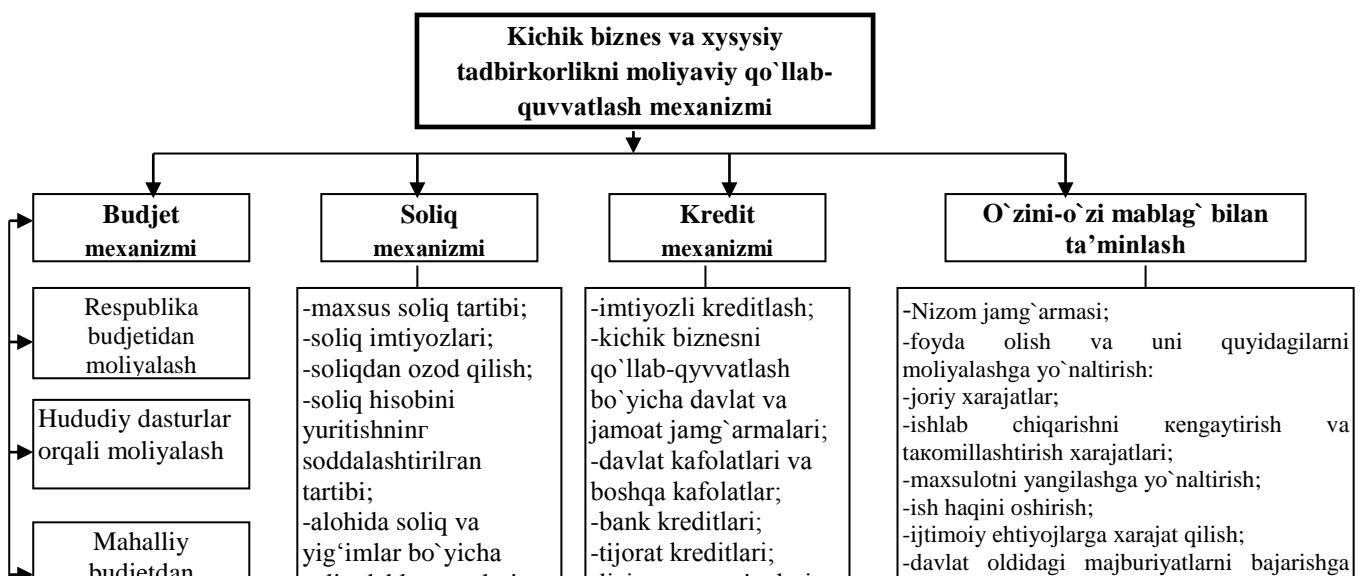
- kichik biznes subyektlari faoliyatini eksportga yo'naltirilgan tovarlar ishlab chiqarishga asoslangan imkoniyatlarini oshirish evaziga xorijiy valyuta tushumini oshirish;

- aholini zaruriy birlamchi tovar va xizmalarga bo'lgan talabini hisobga olib faoliyatni tashkil etish asosiga aholi pul mablag'larini jalb etishni rivojlantirish mumkin;

- xorijiy davlatlarda zaruriy iste'mol tovarlariga talabning xususiyatlaridan kelib chiqib, eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarish asosidagi moliyaviy barqarorlik;

- respublikamizda bank va mijoz hamkorligi imkoniyatlaridan kelib chiqib, kichik biznes subyektlarining banklardagi moliyaviy mablag'larini ta'minotini shakllantirish va jalb etish.

Biz kichik biznesning rivojlanishida asosiy omillardan biri bo'lgan kichik biznesni moliyaviy qo'llab-quvvatlash maqsadli tuzilmasini mamlakatimiz va xorij tajribalariga tayangan holda ichki va tashqi omillar, shuningdek qator munosabatlar majmuini o'zida saqlovchi tizim, ya'ni modulni berishga harakat qilamiz. Izlanish natijasida shunday xulosaga keldikki, kichik tadbirkorlik rivojlanishining moliyaviy mexanizmi 4 ta asosiy tarkibdan, ya'ni budjet mexanizmi, soliq, kredit, o'z-o'zini moliyalash mexanizmlaridan iborat (11.3.1-rasm).



### **11.3.1-rasm. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyaviy qo`llab-quvvatlash mexanizmi**

Manba: Mualliflar ishlanmasi

Bizningcha, soliq mexanizmi 4 ta asosiy elementdan - maxsus soliq tartibi; soliq imtiyozlari; soliqdan ma'lum muddatga ozod qilish; soliq hisobini yuritishda soddalashtirilgan qoidalar, alohida soliqlar va yig`imlar bo`yicha soddalashtirilgan soliq deklaratsiyalari shaklidan iborat. O`zbekiston soliq tizimining o`ziga xosligi shundaki, unda maxsus soliq tartiblari (shu jumladan, kichik tadbirkorlik uchun ham) mavjud. Ular kichik tadbirkorlik subyektlarini soliqqa tortish va soliq to`lashning boshqa tashkilotlar va yakka tartibdagi tadbirkorlar uchun mavjud bo`lgan amaldagi qoidalaridan farq qiluvchi alohida qoidalardan foydalanish imkoniyatini beradi.

Tahlillar shuni ko`rsatmoqdaki, tashkil etilayotgan aksariyat kichik biznes subyektlarida dastlabki sarmoya sifatida o`z mablag`lari (ustav fondi pul mablag`lari qismi) kam ishtirok etadi. Bu bir tomondan respublikamiz hukumati tomonidan kichik biznes subyektlariga kredit berish mexanizmi rivojlantirilishi tufayli ularga kredit resurslarining dastlabki sarmoya sifatida jalb etilishi samarasi bo`lsa, boshqa tomondan ayrim tadbirkorlarda tadbirkorlik qobiliyati bo`lsa-da, dastlabki jamg`arma yo`qligini bildiradi.

O`zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning 2011-yil 21-yanvar kuni O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2010-yilda Respublikani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yil iqtisodiy dasturining eng muhim ustuvor vazifalariga bag`ishlangan majlisida ta`kidlaganlaridek: “2010-yilda tijorat banklarining jami kapitali 36 foizga ortgan va banklarimiz erishgan 23 foiz miqdoridagi kapitalning yetarlilik darajasi dunyoda qabul qilingan xalqaro standartlardan 3 barobardan ko`pdir. Faqat depozitlar hajmi 1,5 barobardan ziyod oshgan”<sup>33</sup>.

Shu jumladan, “Mikrokreditbank” ochiq aksiyadorlik – tijorat banki tomonidan o`tgan mamlakatimizda amalga oshirilayotgan keng qamrovli islohotlarning tub mazmunidan kelib chiqib halq farovonligini oshirish maqsadida bir qator ijobiy ishlar amalga oshirilmoqda.

“Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yili” deb nom olgan joriy yilda “Mikrokreditbank” ochiq aksiyadorlik-tijorat bankining asosiy vazifalaridan hisoblangan imtiyozli mikromoliyaviy xizmatlari ko`lamini yanada kengaytirish borasida bir qator vazifalar belgilangan. Jumladan,

---

<sup>33</sup> Prezident Islom Karimovning 2010- yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma`ruzasi. //Xalq so`zi, 2011-yil 22-yanvar, №16 (5183)

- kichik biznes, xususiy tadbirkorlik subyektlariga, fermer va dehqon xo'jaliklariga o'zlarining ishlab chiqarish faoliyatini mustahkamlash va kengaytirishlari uchun mikrokreditlar berish, keng ko'lamdagi bank hamda konsalting xizmatlari ko'rsatish;

- sifatli bank xizmatlaridan bahramand bo'lish maqsadida, ayniqsa qishloq joylarda, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlariga xizmat ko'rsatish uchun ko'shimcha imkoniyatlarni ta'minlaydigan filiallar va mini-banklar tizimi orqali moliyaviy infratuzilmani yanada rivojlantirish;

- mikrokreditlar berish hamda mikrolizing yo'li bilan mikrofirmalar, oilaviy biznes va kasanachilik rivojlanishini rag'batlantirish va qo'llab-quvvatlash hisobiga tadbirkorlik sohasi kengayishiga ko'maklashish kabi vazifalar bank faoliyatining ustuvor yo'nalishlaridandir.

Shuni ham aytib o'tish lozimki, bugungi kunda "Mikrokreditbank" ochiq aksiyadorlik-tijorat banki quyidagi mikromoliyaviy xizmatlarni ko'rsatib kelmoqda:

- yangi tashkil etilgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlariga boshlang'ich sarmoyani shakllantirish uchun yiliga 3 foizdan yuqori bo'lmagan foiz stavkasida, eng kam ish haqining 50-200 barobarigacha miqdorida 18 oygacha bo'lgan muddatga;

- kichik biznes subyektlari faoliyatini kengaytirish va aylanma mablag'larini to'ldirishga mikrokreditlarni Markaziy bankning qayta moliyalash stavkasining 50 foizidan yuqori bo'lmagan stavka bo'yicha, eng kam ish haqining 500 barobarigacha miqdorida 24 oygacha bo'lgan muddatga;

- kichik biznes subyektlari uchun yiliga 5 foizdan yuqori bo'lmagan foiz stavkasida, eng kam ish haqining 2000 barobarigacha miqdorida 3 yilgacha bo'lgan muddatga imtiyozli mikrolizing bo'yicha xizmatlar.

Shuni ham ta'kidlash kerakki, bugungi kunda tadbirkorlik subyektlariga mikrokredit ajratish jarayonini soddalashtirish, rasmiylashtirish jarayonini qisqartirish borasida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006-yil 5-maydagi "“Mikrokreditbank” aksiyadorlik tijorat bankini tashkil etish to'g'risida”gi № PF-3750 sonli Farmoni qabul qilingan. Bunda qarz oluvchi tomonidan mikrokredit olish uchun taqdim etiladigan hujjatlar ro'yxati faqat:

- mikrokredit olishga buyurtmanoma;
- biznes-reja;
- mikrokredit qaytarilishi ta'minlanishini tasdiqlovchi hujjatlar bilan cheklanadi.

Xulosa o'rnida shuni aytish mumkinki, 2011-yilda bank-moliya tizimi oldida turgan vazifalarning ijrosini ta'minlash, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni yanada rivojlantirish, qulay ishchan muhitni yaratish, tashkil etilayotgan tadbirkorlik subyektlari hisobiga yangi ishchi o'rinlarini yaratishda tijorat banklarining, xususan, "Mikrokreditbank" ochiq aksiyadorlik-tijorat bankining imtiyozli mikrosarmoyalari muhim ahamiyat kasb etadi. 2011-yilda Markaziy bank qayta moliyalash stavkasining 14 foizdan 12 foizga tushirilganligi ushbu vazifalarni amalga oshirishda hukumatimiz tomonidan yaratilayotgan ko'plab imkoniyatlardan biridir. Kichik biznes va tadbirkorlikni moliyaviy vositalarini shakllantirish bevosita tovar va

xizmatlar ishlab chiqarishning imkoniyatlar va aholini birlamchi tovar va xizmatlarga boʻlgan ehtiyojini qondirishdagi muhim omillari sifatida eʼtirof etiladi.

#### **11.4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini qoʻllab-quvvatlashda soliq imtiyozlarini berish tizimini takomillashtirish masalalari**

Mamlakatimizda iqtisodiyotni isloh qilish va yangilashga doir ishlab chiqilgan besh tamoyilga asoslangan, mamlakatimiz mustaqillikka erishgandan soʻng amalga oshirib kelinayotgan iqtisodiy rivojlanishning «oʻzbek modeli», shuningdek, chuqur va puxta oʻylangan iqtisodiy siyosat makroiqtisodiy barqarorlik, moliya-bank sohasining barqaror faoliyat yuritishi va valyuta zaxiralari koʻpayishini taʼminlagan holda, Oʻzbekiston iqtisodiyotini spekulyativ kapital, jahon moliya va fond bozorlaridagi boshqarib boʻlmaydigan stixiya taʼsiridan himoyalash uchun ishonchli toʻsiq va mustahkam zaxira boʻlib xizmat qilmoqda.

Yurtimizdagi islohotlar kichik biznes va tadbirkorlik sohasining moliyaviy barqarorligini qoʻllab-quvvatlashga, ishlab chiqarishni modernizatsiyalash, texnik va texnologik qayta jihozlash, diversifikatsiya qilish, xarajatlarni kamaytirish va ishlab chiqarilayotgan mahsulotning raqobatbardoshligini taʼminlash choralari eʼtibor qaratilmoqda.

#### **11.4.1-jadval**

##### **Soliq stavkalarining dinamikasi**

<b>№</b>	<b>Soliq va boshqa majburiy toʻlovlar turi</b>	<b>1998- y.</b>	<b>2000- y.</b>	<b>2008- y.</b>	<b>2009- y.</b>	<b>2010- y.</b>
1	Yuridik shaxslardan olinadigan foyda soligʻi	35	31	10	10	9
2	Jismoniy shaxslardan olinadigan daromad soligʻi	15%,25%, 36%, 40%, 45%	15%, 25%, 36%, 40%	13%, 18%, 25%	12%, 17%, 22%	11%, 17%, 22%
3	Qoʻshilgan qiymat soligʻi	20	20	20	20	20
4	Mikro firma va kichik korxonalar uchun yagona soliq toʻlovi	-	15	8	8/7	7
5	Jismoniy shaxslarning mol-mulkiga solinadigan soliq	0,1	0,25	0,5	0,5	0,5
6	Yuridik shaxslarning mol-mulkiga solinadigan soliq	4,0	4,0	3,5	3,5	3,5
7	Yagona yer soligʻi	-	1,5	2,8	3,5	5
8	Obodonlashtirish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish soligʻi	8	8	8	8	8
9	Yagona ijtimoiy toʻlovi	40	40	24	24	25
10	Fuqarolarning Pensiya jamgʻarmasiga sugʻurta badallari	1,5	2,5	2,5	3,5	4,0

11	Pensiya jam-siga maj. aj-malar	0,5	0,7	0,7	1,0	1,5
12	Respublika yo`l jamg`armasiga majburiy ajratmalar	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5
13	Maktab ta`limini rivojlantirish jamg`armasiga majburiy ajratmalar	-	-	1,0	1,0	0,5

Bugungi kunda mamlakatimiz iqtisodiyotini barqaror va mutanosib rivojlantirishda davlatimiz tomonidan soliqlarni rag`batlantiruvchi rolini kuchaytirishga qaratilayotgan alohida e`tibor o`z samarasini bermoqda. Jumladan, soliq siyosatini yanada liberallashtirish masalasi hamda soliq yuki yildan-yil kamayish barobarida soliqqa tortish tartibi ham soddalashtirilayotir. Prezidentimiz Islom Karimovning 2010-yil 24-dekabrda qabul qilgan "O`zbekiston Respublikasining 2011-yilgi asosiy makroiqtisodiy ko`rsatkichlar prognozi va davlat budjeti parametrlari to`g`risida"gi PQ-1449-sonli qarori mamlakatimiz soliq tizimi samaradorligini oshirishda muhim omil bo`lmoqda. Ayniqsa, tadbirkorlik subyektlariga berilayotgan soliq imtiyozlari natijasida sohaning izchil rivoji ta`minlanmoqda.

2011-yildan boshlab kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari uchun yagona soliq to`lovi stavkasini 7 foizdan 6 foizga tushirilishi, hech shubhasiz, davlatimiz tomonidan ishbilarmon va tadbirkorlarga ko`rsatilayotgan imtiyozdir.

Hozirgi kunda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini qo`llab-quvvatlash masalasi soliq siyosatining asosiy yo`nalishlari biri sifatida belgilangan (11.4.2-jadval).

#### 11.4.2-jadval

#### Soliq siyosatining asosiy yo`nalishlarida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka berilgan imtiyozlar (2008-2011- yillar)

2008-yil	2009-yil	2010-yil	2011-yil
-mikrofirma va kichik korxonalar uchun yagona soliq to`lovi stavkasini 10%dan 8%gacha pasaytirish; -ulgurji savdo korxonalar (dorixonalardan tashqari) uchun, yagona soliq to`lovining tabaqalashtirilgan stavkalarini bekor qilish	- mikrofirma va kichik korxonalar uchun yagona soliq to`lovi stavkasini 8 foizdan 7 foizga pasaytirish; -tadbirkorlik bilan shug`ullanuvchi jismoniy shaxslardan olinadigan qat`iy belgilangan daromad solig`i miqdorlarini	- mikrofirma va kichik korxonalar uchun yagona soliq to`lovi stavkasini 8 foizdan 7 foizga pasaytirish; -yuridik shaxslardan olinadigan foyda solig`i 10 foizdan	-jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig`ini 1 foizga pasaytirish; -mikrofirma va kichik korxonalar uchun yagona soliq to`lovi stavkasini 7 foizdan 6 foizga pasaytirish; -yer va suv



<p>va uning stavkasini 5% miqdorda belgilash.          -“Bojxona hududida qayta ishlash” rejimida olib kirilgan xomashyodan aksiz solig`i solinadigan mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalarni, keyinchalik O`zbekiston Respublikasi bojxona hududida qayta ishlangan mahsulotni olib chiqish sharti bilan, aksiz solig`ini to`lashdan ozod etish;          - jismoniy shaxslar uchun yagona bojxona to`lovini bekor qilish va ularni yuridik shaxslar to`laydigan bojxona to`lovlarini to`lashga o`tqazish hisobiga barcha xo`jalik subyektlari – Tashqi iqtisodiy faoliyat ishtirokchilari uchun bojxona to`lovlarini to`lashning yagogna tartibini joriy etish hamda yuridik va jismoniy shaxslar uchun olib kirilayotgan yog`och-taxta matriallari uchun QQS ning “0” stavkasini o`rnatish</p>	<p>o`rtacha 30%ga pasaytirish;          -jismoniy shaxslarning kredit uyushmalaridagi omonatlari bo`yicha olgan daromadlarini soliqqa tortishdan ozod etish;          -eksportga sotilayotgan paxta tolasi uchun QQS ning “nol” darajali stavkasini qayta ishlovchi korxonalar uchun tatbiq qilish;          -yer va suv resurslaridan samarali foydalanishni rag`batlantirishni tatbiq qilish maqsadida yagona yer solig`i va suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq stavkasini 25 foizga oshirish</p>	<p>9 foizga tushurish;          -jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig`ining 12 foizdan 11 foizga pasaytirish</p>	<p>resurslaridan samarali foydalanishni rag`batlantirishni tatbiq qilish maqsadida yagona yer solig`i va suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq stavkasini 25 foizdan 20 foizga indeksatsiyalash</p>
--	---	---	--

Mamlakatimiz rivojlanishida 2010-yilda qator yutuqlar qatorida iqtisodiy o`rinishni ta'minlash, yangi ish o`rinlarini tashkil qilish, bandlik muammosini hal etish, aholi 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.

Hurmatli Yurtboshimiz ta'бири bilan aytganda: "... kichik biznes va xususiy tadbirkorlik – jamiyatimizning, bugungi va kelajak taraqqiyotimiz, farovon hayotimizning mustahkam tayanchi bo'lishi shart"<sup>34</sup> – deya ta'kidlagani bejiz emas.

Tadbirkor o'z mohiyati bilan erkin, tashabbuskor va izlanuvchan odamdur. U – yo'qdan bor qiladigan shaxs. Borini yo'q qilish uning tabiatiga zid, chunki bor-yo'g'ini topgani xususiy mulki ekanligi, ana shu mulk uni boqishini, kiyintirishini, farovon turmush tarzini ta'minlashini yaxshi biladi. Shuning uchun ham uni asrab-avaylab, ko'paytirish uchun ishlaydi, izlanadi va yashaydi.

Shu o'rinda rivojlangan davlatlar iqtisodiyotini ayrim ko'rsatkichini ko'rib chiqib, iqtisodiy salohiyati bo'yicha dunyoda yetakchi o'rinlardan birini egallaydigan Yaponiyani oladigan bo'lsak, ushbu davlatda YAIM ining 50 %dan ortig'i kichik biznes zimmasiga to'g'ri keladi. Ish bilan band aholining 80 %i aynan shu sohada faoliyat olib boradi. Albatta, Yaponiya bu ko'rsatkichlarga ancha yillar mobaynida erishgan bo'lsa, O'zbekiston atiga 19 yilda shunday yutuqlar bilan dunyoni lol qoldirmoqda.

Biroq, ishlab chiqarish infratuzilma tarmoqlari rivojining hozirgi holati tahlili, qishloq xo'jaligi tuzilmalarining samarali faoliyat ko'rsatish uchun quyidagilarni e'tiborga olish lozimligini taqozo etmoqda;

- ishlab chiqarish infratuzilmasi obyektlarining, ular xizmatidan foydalanuvchi sohalarga qulay joylashganligi va ko'rsatilgan xizmatlarning narxi arzon hamda sifat ko'rsatkichlari yuqori bo'lishligi;

- ishlab chiqarish infratuzilmasi obyektlarining xizmat ko'rsatish faoliyatini kengaytirish uning moliyaviy mablag'lar bilan ta'minlash darajasi to'g'ri tashkil etilmaganligi;

- agrar islohotlarni yanada chuqurlashtirish va buning natijasida samarali qishloq xo'jalik infratuzilmasini vujudga keltirishning zarurligi.

Qishloq xo'jaligida faoliyat yuritayotgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlaridagi mavjud kamchiliklar:

- kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tuzilmalarida marketing faoliyatining past darajada tashkil etilishi va buning natijasida mahsulot ishlab chiqarish hamda uni sotish borasida raqobatning yo'qligi;

- kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining bank va boshqa kredit tashkilotlarining turli moliyaviy xizmatlaridan (lizing, faktoring va forfeyting xizmatlari) foydalanish imkoniyatlarining cheklanganligi;

- bank-kredit va moliya tashkilotlarining bugungi kunda ham kichik tadbirkorlik subyektlariga bo'lgan ishonchining yetarli emasligi va bu holatlarni bartaraf etish bo'yicha ishlar olib borish va boshqa muammolar mavjud.

Yuqoridagi fikrlarga asoslangan holda, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishiga kredit jalb qilish amaliyotini o'rganib, chuqur tahlil qilgan holda quyidagi takliflarni keltiramiz:

- soliqqa tortishda tabaqalashgan taqsimotni joriy etish. Ya'ni qishloq joylarda shaharga nisbatan pastroq foizda soliq stavka qo'llash;

---

<sup>34</sup> Karimov I.A. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilinganining 18 yilligiga bag'ishlangan tantanali marosimdagi ma'ruzasidan. Soliq va bojxona xabarlari. 2010-yil 9-dekabr. № 49 (853) 5-b.

– ko`p hollarda kichik biznes subyektlari, raqobat bozorida yirik biznes vakillariga yyengilib qoladilar. Shuning uchun kichik biznes subyektlari o`z huquqlarini paymol bo`lishiga yo`l qo`ymasliklari uchun, o`zlarining huquqiy savodxonliklarini oshirishlari lozim, deb o`ylayman;

– kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining ishlab chiqarish va eksport salohiyati, marketing va mahsulotlarni sotishga bag`ishlangan o`quv mashg`ulotlari, seminarlar va ko`rgazmalarni tashkil etishni yo`lga qo`yish lozim.

– ishlab chiqarishni tuzilmaviy-texnologik qayta qurishni jadallashtirish maqsadida markazlashgan kredit resurslarning bir qismini tez qoplaydigan investitsion loyihalarni moliyalashtirishga qaratish, shu jumladan kichik biznes obyektlariga yo`naltirish;

Xulosa qilib aytganda, aholini ish bilan ta`minlash muammosini hal etish qishloqda sanoat va xizmat ko`rsatish sohalarini rivojlantirish tadbirlarini amalga oshirish bilan bevosita bog`liq. Bugun sanoatni, xizmat ko`rsatish sohalarini qishloqqa olib kelish, xususan, mahsulotlarni qayta ishlaydigan kichik korxonalarni qishloq zaminiga joylashtirishni mahalliy hokimiyatlar, tadbirkor ishbilanmonlar, turli xil mulk egalari oldiga asosiy vazifa qilib qo`yilgani tasodifiy emas. Bugungacha xizmat ko`rsatish tarmoqlari asosan shahar va tumanlar markazlarida ko`proq joylashgan bo`lsa, endi ularni posyolkalarda, qishloqlarda, hattoki eng olis ovullarda ham tashkil etish ehtiyoji zarurati tobora ortmoqda. Zero, xizmat ko`rsatish tarmoqlari darajasi mamlakatning taraqqiy etayotganligini, jamiyatni rivojlanayotganligini ko`rsatuvchi muhim mezondir.

### **11.5. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish asosida aholi bandligini ta`minlash yo`llari**

Bugungi kunda respublikamizdagi ustuvor yo`nalishlardan biri - aholi bandligini oshirish, ishchi kuchidan maqsadli foydalanish, foydali mehnatga layoqatli aholini ilmiy salohiyatini oshirishga qaratilmoqda.

Mamlakatimiz Prezidenti I.Karimov bir qator ma`ruzalarida bugungi kunda asosiy ustuvor yo`nalish–aholini ish bilan ta`minlashni yanada yaxshilash va uning farovonligini oshirishning eng muhim yo`nalishi sifatida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik, xizmat ko`rsatish va kasanachilik sohalarini qo`llab-quvvatlash va rivojlantirishni rag`batlantirishdan iborat ekanligini ta`kidlab o`tdilar.

Darhaqiqat oxirgi yillarda mamlakatimizda aholi bandligi va uning daromadlarini oshirish masalasini hal etish borasida ham salmoqli ishlar amalga oshirildi. 2010-yilda mamlakatimizda jami 950 mingdan ortiq ish o`rni tashkil etilganini katta mamnuniyat bilan qayd etishimiz lozim. Bu yangi tashkil qilingan umumiy ish o`rinlarining 600 mingdan ziyodi yoki 65 foizi kichik biznes sohasi va fermer xo`jaliklariga, 220 mingdan ortig`i kasanachilik sohasiga to`g`ri keladi.

Respublikamizda shaxsiy yordamchi, dehqon va fermer xo`jaliklarida chorva mollarini ko`paytirishni rag`batlantirish dasturini amalga oshirish yuzasidan bajarilayotgan chora-tadbirlar bugungi kunda sezilarli natijalar bermoqda. Bu esa kam ta`minlangan aholini ijtimoiy va huquqiy himoyasini ta`minlash imkonini berdi. Shaxsiy yordamchi va dehqon xo`jaliklarida qoramol boqish bilan band bo`lganlar sifatida ro`yxatga olingan fuqarolarning umumiy soni yil sayin ortib bormoqda.

Statistik ma'lumotlar ko'rsatishicha, bugungi kunda respublikamizda jami band bo'lganlarning 20 foizi davlat, 80 foizi nodavlat, shuningdek, 74 foizi xususiy sohada mehnat qilmoqda. Ushbu statistik raqamlar tahlili davlat korxonalarida ishlovchilarni soni qisqarib, xususiy sohada bandlikni ortishi yuz berayotganligini ko'rsatadi. Bu esa respublikamiz hukumati tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka keng yo'l ochib berilishi, shuning asnosida aholining bandligini oshirishga qaratilgan iqtisodiy islohotlarni izchillik bilan amalga oshirilayotganligidan dalolat beradi.

Iqtisodiy islohotlarning yangi bosqichida mamlakat aholisining ish bilan bandligi darajasini oshirish va mehnat bozorini tartibga solish sohasidagi quyidagi yo'nalishlar bo'yicha amalga oshirilmoqda. Ya'ni:

1. Iqtisodiyotni rivojlantirish negizida yangi ish o'rinlari yaratilmoqda.
2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka keng imkoniyatlar ochilib, bu faoliyat qizg'in qo'llab quvvatlanmoqda.
3. Aholining mehnat faolligini, oilaviy ijara, dehqon va fermer xo'jaliklarini rivojlantirish negizida aholining o'zini-o'zi ish bilan band qilish darajasi oshirilmoqda.
4. Aholining ish bilan bandligi va mehnat bozori takomillashtirilmoqda. Buning uchun zarar ko'rib ishlaydigan korxonalarni tugatish yoki ixtisosini o'zgartirish ishlari olib borilmoqda.

Fikrimizcha, ishchi kuchiga talabni oshishi bo'yicha iqtisodiy tadbirlardan eng asosiysi iqtisodiyot tarmoqlarida tarkibiy o'zgarishlarni amalga oshirishdir. Bunga eng avvalo mulkchilik shakllarini rivojlantirish, mehnat unumdorligini oshirish, yangi ish joylarini yaratish, ish vaqtdan unumli foydalanish, ishlovchilarning moddiy va ma'naviy manfaatdorligini ko'tarish, soliqlarni oqilona belgilash orqali erishiladi.

Muhim iqtisodiy tadbirlar majmuasiga qayta ishlash sanoati va xizmat ko'rsatish sohalarida yangi ish joylarini yaratish, ishlab chiqarishni kengaytirishga davlat tomonidan imtiyozli kreditlar berish, ilg'or texnologiyalarni tadbqiq etish, bozor sharoitida qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishi va qayta ishlash sanoati tarmoqlarining asosiy mahsulotlariga davlat buyurtmasini belgilash, kichik biznes hamda xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish va ijtimoiy ishlarni mablag' bilan ta'minlash kiradi.

Bu tadbirlar qo'shimcha ish joylarini tashkil qilishda eng kam investitsiyani nazarda tutadi va ishchi kuchiga talabni oshirishda muhim o'rin egallaydi. Kichik biznesni rivojlanishi mablag'lar bilan ta'minlashning manbalari bo'lib mahalliy budjet, bandlikka ko'maklashish jamg'armasi va biznes fond mablag'lari hamda xususiy tadbirkorlarning shaxsiy jamg'armalari xizmat qiladi. Bugungi kunda ayniqsa, mintaqalarda aholi bandligi, ishlab chiqarishni ishchi kuchi bilan ta'minlash masalalarini o'rganishni hayotni o'zi taqozo etmoqda.

Respublikamizda mehnat birjasi va bandlik xizmatining boshlang'ich tashkilotlari tashkil etilib, ular ishsizlik va bo'sh o'rinlar miqdori va tuzilishining hisob-kitobi, tahlili va kelajagi, band bo'lmagan aholini ishga joylashtirish va qayta o'qitish, bandlikka ko'maklashish jamg'armasini tashkil qilish va sarflash ishlari bilan shug'ullandilar, kichik biznes hamda xususiy tadbirkorlik doirasida imtiyozli kreditlarni ajratish yo'li bilan yangi ish joylarini yaratishga muayyan moliyaviy yordam ko'rsatildi. Iqtisodiyot tarmoqlarida, ayniqsa qishloq xo'jaligida tarkibiy

islohotlar amalga oshirilib xodimlar va ish beruvchilar o`rtasida ijtimoiy-mehnat munosabatlarini tartibga solishning huquqiy asoslari yaratildi va boshqalar.

Keyingi 10 yil davomida o`rta maxsus, kasb-hunar va oliy ta`lim tizimida 100 dan ziyod yo`nalish, 265 ta mutaxassislik va 700 ta kasb bo`yicha professional ta`lim olgan va zamonaviy fikrlash salohiyatiga ega bo`lgan bir million nafardan ortiq yangi avlod mutaxassislari tayyorlandi.

Yuqoridagilarga asoslanib, respublikamiz va uning mintaqalarida aholini bandligini oshirish, ishchi kuchidan samarali foydalanishda quyidagilarni amalga oshirish maqsadga muvofiq:

- ma'lumki, mamlakatimizda aholining 62,5 foizidan ko`prog`i qishloq joylarida yashaydi. Shunga muvofiq mehnatga yaroqli aholining ham shuncha qismi qishloq aholisi hisobiga to`g`ri keladi. Shuning uchun qishloq aholisining faoliyati sohalari va turlarini kengaytirish talab qilinadi;

- ayni paytda bugun alohida muhim ahamiyat kasb etadigan yana bir masala – yoshlarni, bo`lg`usi kadrlarni tayyorlash sifati bilan bog`liq. Tabiiyki, bu borada pedagogik kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlash tizimi qanday tashkil etilgani hal qiluvchi ahamiyatga ega. Bu masala umumiy o`rta va o`rta maxsus ta`limni isloh qilish tizimining eng dolzarb vazifasi bo`lmog`i zarur. Litsey va kollejarimizda ta`lim jarayonlariga oliy o`quv yurtlarining tajribali amaliyotchi va o`qituvchilarini yanada keng va faol jalb etish lozim;

- ijtimoiy yo`naltirilgan mehnat bozori faoliyatini yildan yilga kengaytirib borib, ular tomonidan o`tkazilayotgan mehnat yarmarkalarini muntazam o`tkazilishini ta`minlash zarur;

- ishchi kuchiga talab va taklifni tartibga soluvchi mustahkam rivojlangan mahalliy va xorijiy bandlik xizmati tashkilotlari tizimini takomillashtirish lozim;

- respublika va uning mintaqalarida yangi ish joylarini tashkil etish, aholi bandlik darajasini oshirish va ishlab chiqarish salohiyatidan maqsadli foydalanish bo`yicha chuqur iqtisodiy islohotlarni og`ishmay amalga oshirish zarur;

- aholini oqilona bandligini takomillashtirish maqsadida amalga oshirilayotgan dasturlarning monitoringini muntazam olib borish lozim;

- qayta ishlash sanoati, xizmat ko`rsatish sohaslarida yangi ish joylarini yaratish kerak;

- ishchi kuchiga talabning oshishi va ishsizlikning kamayishini ta`minlovchi kichik biznes hamda xususiy tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish lozim;

- xizmat ko`rsatish sohaslarini mahalliy va xorijiy samarali texnika va texnologiya bilan ta`minlash darkor;

- mehnat bozori, ishsizlik va aholi bandligi jarayonlarini tartibga soluvchi tashkiliy-iqtisodiy va huquqiy mexanizmlarni takomillashtirish lozim.

Shu bilan birga mamlakat mehnat bozori rivojlanishida qator muammolar mavjud bo`lib, ulardan eng muhimi mehnat resurslarining salmoqli qismini tashkil etuvchi yoshlarning ish bilan bandligini ta`minlash muammosidir.

Prezident I.A.Karimov O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2011-yil 21-yanvarda bo`lib o`tgan majlisida umuman aholini, shu jumladan yoshlarni ish bilan ta`minlash, jumladan, shahar, viloyatlardagi yoshlarni kollejni bitirganlaridan so`ng o`z sohalari bo`yicha ish topishlarini ta`minlash borasida

maqsadli rejalar tayyorlash va uni amalga oshirish masalalarini o`rganib chiqishni, “korxonalar-kollej” aloqalarini yo`lga qo`yishni qo`llab-quvvatlash to`g`risida so`zladilar.

Mehnat bozorida yoshlar guruhining boshqa guruhlarga qaraganda betakrorligi shundaki, aynan yoshlar mehnat bozoriga ilk bora kirib boradilar. Ular mobil, yangilikka tez o`rganuvchan, o`z kuchiga ishonuvchan, lekin yoshlarning ish bilan bandligini ta`minlash borasida bajarilayotgan ishlardagi xatoliklar va kamchiliklar ularning sohalariga mos ish topishlari, hayotiy ehtiyojlarini qondirish uchun yetarli ish haqi bilan ta`minlanmasliklariga olib keladi. Hozirgi davrda yoshlarni ish bilan ta`minlash borasida bir qancha muammolar mavjud, jumladan:

- ko`pchilik yoshlar o`zlari hali qanday firma yoki kompaniyada ishlashni xohlashlarini ko`z oldilariga keltira olmaydilar, ya`ni qanday ishni tanlashni aniq bilmaydilar;

- yoshlar ham, davlat ham o`qitish vaqtida ancha vaqtni oladilar, lekin shunga qaramasdan oliy o`quv yurtlarida olingan bilim hamma sohada ham yetarlicha bo`lavermaydi;

- yoshlarning mehnat bozorida raqobatbardosh emasligi natijasida ish beruvchilar ularni yollashni hohlamaydilar, ko`pincha ular kamida 3 yillik ish stajiga ega bo`lganlarni olishni xohlaydilar.

Bu muammolarni hal qilish maqsadida bir qancha chora-tadbirlarni amalga oshirildi. Prezidentimiz Islom Karimovning 2010-yil 28-iyulda qabul qilingan “Ta`lim muassasalarining bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etish borasidagi qo`shimcha chora-tadbirlar to`g`risida”gi farmoni yoshlarning ish bandligini ta`minlash muammolarini hal qilishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Hozirgi paytda O`zbekistonda yoshlarni ish bilan ta`minlash va tadbirkorlik faoliyati bilan shug`ullanishi uchun sharoit yaratilmoqda. Jumladan, 2010-yilda yurtimizning kasb-hunar kollejlarini 400 ming nafardan ziyod yigit-qiz bitirdi. Ularni ish bilan ta`minlashda ta`lim muassasalari va korxonalar, tashkilotlar o`rtasida yo`lga qo`yilgan shartnomaviy munosabatlar muhim ahamiyat kasb etmoqda. 2010-yilning iyul-noyabr oylarida o`tkazilgan olti yuzga yaqin mehnat yarmarkasi samarasida oliy va o`rta maxsus, kasb-hunar ta`lim muassasalarini tamomlagan yigit-qizlarning aksariyati ish bilan ta`minlandi. Ko`rilgan chora-tadbirlar natijasida, 784 mingta ish o`rni tashkil etildi.

Bu jarayonda kichik korxonalar, mikrofirmalar tomonidan bitiruvchilarni ishga qabul qilish muhim o`rin tutadi. 2010-yil davomida 17 mingdan ziyod kichik korxonalar va mikrofirmaga qirq mingga yaqin bitiruvchi ishga joylashtirildi<sup>35</sup>.

Mamlakatimizning yoshlar mehnat bozorida talab va taklif muvozanatini ta`minlash maqsadida ularning tadbirkorlik faoliyati bilan shug`ullanishini rag`batlantirish bo`yicha quyidagi chora-tadbirlar amalga oshirish lozim:

- yoshlar tadbirkorlik faoliyatini tartibga solish bo`yicha me`yoriy hujjatlarni takomillashtirish;

- yosh tadbirkorlarga moliya-kredit va homashyo resurslarini olishlarida yordam berish tizimini shakllantirish;

---

<sup>35</sup> www.uza.uz

- yosh tadbirkorlar uchun soliq imtiyozlarini kengaytirish;
- ularning tashqi iqtisodiy faoliyatidagi ishtirokini kengaytirish uchun qo`llab-quvvatlash;
- yosh tadbirkorlarni bozor konyunkturasi, hom-ashyo va moliyaviy resurslar bozori bo`yicha axborot bilan ta`minlovchi infratuzilmani shakllantirish;
- yosh tadbirkorlarni tayyorlash va qayta tayyorlash, malakasini oshirish tizimini yanada rivojlantirish.

### **11.6. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning iqtisodiyot tarmoqlarida rivojlantirish masalalari**

Respublikamizning iqtisodiy taraqqiyoti, iqtisodiy mustaqilligi, xalqining farovon turmush darajasi, qolaversa mehnat resurslarining ish bilan bandlik darajasi kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivoji bilan bog`liqdir. Bu holat esa korxonalarining iqtisodiy erkinligini rag`batlantirish darajasining rivojlanishi bilan tavsiflanadi.

Istiqbolda iqtisodiyot tarmoqlarida ham o`zgarishlar yuzaga keladi. Bu holat ham kichik tadbirkorlikning rivojlanishi asosida ro`y beradi.

#### **11.6.1-jadval**

#### **Iqtisodiyot tarmoqlari bo`yicha mahsulot (ishlar, xizmatlar) hajmida kichik biznes va tadbirkorlikning ulushi (foiz hisobida)**

Tarmoqlar	Jami	Kichik tadbirkorlikning umumiy ishlab chiqarishdagi hajmi		
		2000-y.	2005-y.	2010-y.
Sanoat	100	11,3	9,8	19,6
Qishloq xo`jaligi	100	72,4	84,7	99,4
Qurilish	100	36,8	49,4	54,8
Savdo	100	45,9	44,0	50,5
Pullik xizmat	100	37,9	52,0	47,7

Umumiy sanoat mahsulotini ishlab chiqarishda istiqbolda o`zgarishlar sanoat sohasiga talab natijasida sodir bo`ladi, shuningdek qishloq xo`jaligi mahsulotlarini qayta ishlovchi kichik korxonalarining rivojlanish hisobiga bu soha yanada yuksaladi. Savdo aylanmasining to`liq muvofiqlashuvi natijasida bu sohada ko`rsatkich ulushi pasayishi sodir bo`ladi.

Hududlarning mashinasozlik va metallga ishlov berish, yengil sanoat, ayniqsa, trikotaj, tikuvchilik buyumlari tayyor mahsulot ishlab chiqarishga ixtisoslashgan sohalarida kichik biznesning o`rni va ulushi yetarli darajada emas. Vaholanki barcha sohada ishlab chiqarish faolligi tenglashsa, ijobiy natijalarga erishamiz. Respublikamizda kichik korxonalar tomonidan tayyor mahsulotlar ishlab chiqarishning o`shishini yaratilgan imkoniyatlardan faollik bilan foydalanish evaziga ta`minlash mumkin. Bizning hisoblarimizga ko`ra,

2015-yilga borib, respublika bo`yicha kichik biznesning ishlab chiqarilgan YaIM hajmidagi ulushini 61,1 foizga yetkazish, kichik tadbirkorlik korxonalarining yillik mahsulot ishlab chiqarishining o`shishi 2,5 foizdan kam bo`lmagan holatdagina amalga oshadi. Buning uchun hududlardagi kichik tadbirkorlik korxonalarining

respublika bo'yicha ishlab chiqarilgan YaIM dagi ulushi istiqbolda qo'yidagi holatda o'sib borishiga erishish zarur (inersion tarzda).

### 11.6.2-jadval

#### Respublika YaIMda hududlardagi kichik korxonalarining yalpi hududiy mahsulotdagi ulushining istiqbolda o'sib borishi\*

Respublika hududlari	2000-y.	2005-y.	2010-y.	2015-y.	2015-yil 2005-yilga nisbatan foiz hisobida
O'zbekiston Respublikasi	31,0	38,2	52,1	66,1	173,0
Qoraqalpog'iston Respublikasi	26,9	48,9	57,9	66,9	136,8
viloyatlar					
Andijon	32,9	38,7	49,9	61,1	157,8
Buxoro	33,0	44,4	51,1	57,8	130,1
Jizzax	37,1	64,4	73,0	79,8	123,9
Qashqadaryo	25,8	38,4	45,8	58,4	152,0
Navoi	21,5	20,9	33,5	46,1	220,0
Namangan	33,4	51,4	75,4	81,4	158,3
Samarqand	44,3	54,5	68,3	78,9	144,7
Surxondaryo	39,1	45,9	64,8	81,7	177,9
Sirdaryo	38,9	58,8	72,5	80,6	137,0
Toshkent	34,0	36,3	45,6	54,9	151,2
Farg'ona	32,0	43,9	64,7	82,3	187,4
Xorazm	34,2	54,2	78,3	81,9	151,1
Toshkent sh.	41,5	54,3	70,2	79,1	145,6

\*O'zbekiston Respublikasining statistik axborotnomasi asosida hisoblandi.

Albatta bu ko'rsatkich rivojlangan davlatlarda, masalan AQSH da 75-82 foiz, Yaponiyada 81 foizni, Italiyada 74 foizni tashkil etadi. Respublikamiz kichik biznesning bunday ko'rsatkichlarga erishishi tadbirkorlik faolligi orqali amalga oshadi. Istiqbolda kutiladigan natijalar asosan kichik tadbirkorlikning faol rivojlanishi evaziga ro'y beradi. Bu esa ular tomonidan ishlab chiqariladigan mahsulot miqdorining o'sish dinamikasini ta'minlaydi.

### 11.6.3-jadval

#### Istiqbolda hududlar bo'yicha kichik tadbirkorlik korxonalarini tomonidan mahsulot ishlab chiqarishning o'sishi (mln. so'm hisobida)

Hududlar	2000-y	2005-y	2010-y	2015-y	2015-yil 2005-yilga nisbatan o'sish %
O'zbekiston	892573,	956838,	1089938	1223039	127,8



Respublikasi	0	2	,7	,2	
Qoraqalpog'iston Respublikasi viloyatlar	18786,6	22919,6	24982,3	27045	117,9
Andijon	70178,8	74249,1	82564,9	90880,7	122,3
Buxoro	46619,4	51934,0	55413,5	58893,1	113,3
Jizzax	31281,6	39821,3	43245,9	46670,5	117,1
Qashqadaryo	61485,8	69233,0	74356,2	79479,4	114,7
Namangan	50919,4	60084,8	74505,1	88925,4	147,9
Samarqand	67851,2	74772,0	85090,5	95409,0	127,5
Surxondaryo	82241,4	87833,5	104434,0	121034,5	137,7
Sirdaryo	34155,4	40952,3	46562,7	52173,1	127,3
Toshkent	110782,4	112665,7	123143,6	133621,5	118,5
Farg'ona	104838,6	117314,3	141715,6	166116,9	141,5
Xorazm	36708,7	44050,4	54666,5	65282,6	148,1
Toshkent sh.	219770,8	247901,4	287813,5	327426,6	132,1
Navoiy	24940,4	25065,1	29100,5	33135,9	131,1

\*O'zbekiston statistikasi axborotnomasi asosida hisoblandi.

Hududlar bo'yicha mahsulot ishlab chiqarish hajmining istiqbolda o'sib borish dinamikasini korxonalar miqdorining o'sib borish holati bo'yicha tahlil etsak, bu holat qo'shimcha yangi kichik korxonalarining tashkil etilishi hisobiga amalga oshadi.

Yaratilgan imkoniyatlardan samarali foydalangan hududlarda yalpi hududiy mahsulotning yuqori sur'atlar bilan o'sishi ta'minlanadi. Jumladan kichik korxonalarining ishlab chiqarish samaradorligini oshirish evaziga istiqbolda ko'zlangan natijalarga erishish ta'minlanadi.

Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi iqtisodiy faoliyat jarayonlari va uning natijalarini aks ettiruvchi ko'rsatkichlarda kichik biznes ulushining yuqori bo'lishiga ham bog'liq ekanligi shubhasizdir.

Kam xarajat hisobiga yangi ish o'rinlari yaratish imkoniyati, yirik biznes kirib bora olmaydigan bozor segmentlarini egallay olish qobiliyati, ayniqsa, xizmat ko'rsatish sohasi va uncha katta bo'lmagan mahalliy resurs bazalarini o'zlashtirishda juda qulay tashkiliy shakl ekanligi kichik biznesni rivojlantirishning ahamiyati beqiyosligini ko'rsatadi. Shu sababli ham kichik biznesni jadal rivojlantirish masalasi mahsulot ishlab chiqarishni mahalliyashtirish, xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish, shuningdek mamlakatning eksport salohiyatini oshirish masalalari bilan chambarchas bog'langan.

### **11.7. Istiqbolda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini izchil rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari**

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 bo`yicha chora- tadbirlarni belgilashni talab etadi.

Ta`kidlash joizki, kichik biznesda tadbirkorlik faolligini oshirish uchun quyidagi umumiy sharoitlar ta`minlashi zarur:

- milliy iqtisodiyotda makroiqtisodiy muvozanatni ta`minlash negizida uni barqaror rivojlanishini jadallashtirish;
- iqtisodiyotda raqobat muhiti shakllanishini ta`minlash;
- kichik biznesni davlat tomonidan qo`llab-quvvatlash tizimi, uning mexanizmlarini takomillashtirish asosida rivojlantirib borish;
- kichik biznesga xizmat ko`rsatuvchi infratizi lmalarni samarali harakat qilishini ta`minlash.

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 innovatsiya 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 investitsiya 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.

Kichik biznesni ushbu yo`nalishlarda olib boriladigan chora tadbirlar ini ishlab chiqishda xorijiy tajribani o`rganish va uni mamalkatimiz sharoitlariga tatbiq etish muhimdir. Xususan, statistik ma`lumotlarga ko`ra, Italiyada yalpi ichki mahsulotning yillik o`sishi o`rtacha 3-5 foizni tashkil etadi.

Bu davlatda kichik biznesning o`ziga xos xususiyati shundaki, yirik firmalarda ishlash bilan birga o`rindoshlik bo`yicha kichik va hunarmandlik korxonalarida ham mehnat qilish uchun keng imkoniyatlar yaratilgan. Shuningdek, ishlab chiqarish tuzilmasining eng muhim tarkibiy qismlaridan biri kooperativ (shirkat) sektoridir. Korporatsiya shakli mamlakat tashqarisida «sanoatlashtirishning italyan modeli»dir. Bunday sanoat okruglarining samaradorligi shundaki, ular mahalliy imkoniyatlardan samarali foydalana oladilar. Buning natijasida korxonalar bir qancha imkoniyatlarga ega bo`ladi, jumladan:

- korxonalararo munosabatlar moslashuvchanligi yuzaga keladi;

-korxonalar tashkilot, uyushmalar va institutlar tomonidan ko`rsatiladigan xizmatlarga oid ma'lumotlar olish imkonini beradigan aniq axborot tizimi yuzaga keladi;

-milliy mahsulotni tashqi bozorlarga olib chiqishda kichik korxonalar yetakchi mavqega ega bo`ladi;

-tarmoq usulida tashkil etilgan kichik ishlab chiqarish kooperativlarida bandlik yuqori darajada bo`ladi.

Iqtisodchi olimlar tadqiqotlariga ko`ra, Italiya iqtisodiyotida turli sohalarda faoliyat yurituvchi korxonalarni texnologik jihatdan birlashtirishning tashkiliy shakli «konstellyatsiya» ahamiyati alohida e`tirof etiladi. Bunda o`zaro bog`liq, murakkab tayyor mahsulotni ishlab chiqarishda cheklangan miqdordagi korxonalar birlashib faoliyat yuritadi. Bunday tashkiliy shaklda birlashgan korxonalardan biri mahsulot tayyorlash jarayonini bajarsa, ayrimlari texnologik jarayon uchun mas`ul bo`ladigan, ba`zilari esa savdo bilan shug`ullanadi. Natijada nafaqat mahsulot ishlab chiqarish va sotish muammosi hal bo`ladi, shuningdek ishlab chiqarish ko`lami ham kengayadi. Bunday jarayonda yetakchilikni "constellazione" yulduzlar turkumi demakdir konstellyatsiyada oxirgi bosqichdagi ishlarni bajaradigan korxonalar amalga oshiradi. Ular boshqa firmalardan barcha kerakli butlovchi qismlarni sotib oladi va ularga tegishli ishlar bo`yicha buyurtmalar beradi.

Demak korxonalaridagi faoliyatning muvofiqlashuvi yuzaga keladi. Turli konstellyatsiyalarda hamkorlik qilish, bozorda ma'lum bir mahsulot turiga talabning kengaytirilishi va erkin raqobat muhiti yaratiladi, shu bilan birga mahsulotning tannarxi va uning narxi pasayishiga olib keladi.

Fikrimizcha, Italiya Respublikasida kichik biznes subyektlarini rivojlantirishning bu tashkiliy shakli O`zbekistonda ham mavjud xususiyatlar asosida foydalanish mumkinligini e`tirof etmoqchimiz. Chunki konstellyatsiya usulini O`zbekiston amaliyotida ham qo`llash, kichik biznesda afzalliklar yaratadi, bular:

- kichik korxonalarni moliyalashtirishni ta'minlaydi;
- texnologik jihatdan murakkab mahsulotlarni ishlab chiqarish imkonini beradi;
- korxonalarining ishlab chiqarishda raqobatbardoshligini oshiradi;
- marketing tadqiqotlarini o`tkazishning realligini ta'minlaydi.

Samarali eksport faoliyatini amalga oshirishlari uchun tashqi bozor talablariga to`liq javob beradigan marketing majmuasi axborotlari bilan ta'minlangan bo`lishlari zarur. Bozorlarning o`ziga xos salohiyati va bozor konyunkturasidagi o`zgarishlar bo`yicha joriy axborot tizimi, kompaniyalarning barcha resurslari bevosita savdo faoliyatiga qaratilgan va asosiy xaridorlar bilan doimiy aloqa o`rnata oladigan tashkilotlar bu eksport savdo kompaniyalaridir.

Jahon amaliyotida eksport faoliyatini tashkil etishning chet ellarda savdo uylarini ochish shakli ham tashqi iqtisodiy faoliyatni rivojlantirishning shakli sifatida keng tarqalgan. O`zbekiston savdo uylarining chet ellarda tashkil etilishi mahalliy to`qimachilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilar eksport faoliyati samaradorligining oshishiga ham imkoniyat yaratadi. Kichik biznes subyektlarining tashqi iqtisodiy aloqalarga kirishishida savdo vositachilari ko`mak beradi hamda hamkorlar va xaridor topishga dastlabki imkoniyat yaratiladi.

Shunday qilib, yuqorida keltirilgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning ustuvor yo`nalishlarini ishlab chiqish jarayonida quyidagi jihatlarga alohida e'tibor berish lozim:

Birinchidan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik shakllanishi va rivojlanishida tadbirkorlik mehnat unumdorligi va tadbirkorlik faolligi o`rtasidagi umumiy bog`liqlik omillari, avvalo, "Vaqtdan unumli foydalanish" (yildan-yilga ijobiy natijalarga erishish), "Ishlab chiqarish uzluksizligi yoki davomiyligi" (mavsumiy ishdan ko`ra ko`p yillik faoliyat afzalligi) va "Samaradorlik" (naflilik) kabi ko`rsatkichlarga e'tibor berilishi zarur. Ikkinchi omil ko`proq kichik biznes subyektlariga taalluqlidir.

Ikkinchidan, tadbirkorlik mehnat va tadbirkorlikning o`ziga xos xususiyatlari o`rtasidagi umumiylik omillariga, birinchi navbatda, kishilarning "mehnatga yangicha munosabati" (mulk hissi, boyish istagi, yaratuvchanlik va h.k.) hamda "mehnat faoliyati ijod, aql va tafakkur orqali amalga oshadi" (ayniqsa, kichik biznes uchun), "mehnatga oqilona munosabat" (ko`proq fermer xo`jaliklarida) singari omil-ko`rsatkichlar soha tadbirkorlarining ma'naviy-aqliy shakllanishida muhim o`rin egallaydi. Bu esa, o`z navbatida, tadbirkorning boy ma'naviy qiyofaga ega bo`lish, bilim malakasini oshirishni o`z faoliyatiga yangicha qarashi va ishini oqilona tashkil etishini zaruriy maqsadga aylantiradi.

Uchinchidan, har bir tadbirkor o`z faoliyatini samarali tashkil etishda mehnat bozorining ishchi kuchiga talabi va tadbirkorlik qobiliyati xususiyatlarining umumiylikida, avvalo, "ijodkorlik" (innovatorlik), "ishchanlik", "yaratuvchanlik" (bunyodkorlik) kabi xususiyatlarga ijobiy, ustuvor munosabatda bo`lishi talab etiladi.

Shuningdek, tadbirkorlik faolligini baholashda quyidagi mezon-ko`rsatkichlar ketma-ketligi (afzaliy qatori) tavsiya etiladi:

- mahsulot (ish, xizmat) sifatining yaxshilanishi;
- ilg`or texnika va texnologiyadan foydalanish darajasi;
- raqobat muhitini shakllantirishdagi hissasi;
- mehnat samaradorligi orqali ijtimoiy-adolatli taqsimotga erishishi;
- yangi ish o`rinlari yaratishi.

To`rtinchidan, aholining ijtimoiy-iqtisodiy ahvolini yaxshilash va aholi bandligini oshirishda yangi ish o`rinlari barpo etishning samarali yo`li hisoblangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faolligi uning tarkibiy turlari bo`yicha quyidagi afzallik qatoriga (ketma-ketligiga) ega ekanligi inobatga olinishi darkor:

- tashkiliy-boshqaruv faolligi;
- investitsiya faolligi;
- ishlab chiqarish faolligi;
- marketing faolligi;
- moliyaviy faollik;
- innovatsiya faolligi;
- boshqa faollik turlari.

Beshinchidan, hududlarda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojlanishining o`zgarishi va ta'sir doirasini baholovchi ijtimoiy-iqtisodiy monitoring yaratish zarur bo`lib, unda, avvalo, quyidagi ko`rsatkichlar o`z aksini topishi taqozo etiladi:

- doimiy yashovchi aholi soni, ming kishi;
- aholining o`rtacha yillik daromadi o`zgarishi, %;
- kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari soni;
- kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sektorining viloyat (shahar, tuman) yalpi hududiy mahsulotidagi ulushi, %;
- mamlakatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik orqali yaratilgan yangi ish o`rinlari soni;
- kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasi xodimlarining o`rtacha yillik ish haqi o`zgarishi,%;
- kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida tadbirkorlik faolligining o`zgarish darajasi,%.

Mazkur ijtimoiy-iqtisodiy monitoring ko`rsatkichlari orqali mamlakatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasi subyektlarining tadbirkorlik faolligi darajasi o`rganiladi hamda tegishli chora-tadbirlar amalga oshiriladi va istiqbol dasturini ishlab chiqarish imkoni yaratiladi.

Kichik biznesning mamlakat iqtisodiyotida tutgan o`rnidan kelib chiqqan holda va ushbu sohada sifat o`zgarishlariga erishish uchun dasturning bosh maqsadi:

Kichik biznes sohasini kengaytirish va samaradorligini oshirish asosida ushbu sektorni barcha tomonidan e`tirof etilgan vazifalarini to`liq bajarishni ta`minlash va rivojlantirishida yangi sifat bosqichiga o`tishini ta`minlashdan iborat. Kichik biznesning rivojlanishini jadallashtirish negizida uni yalpi ichki mahsulotdagi hisasini 66,1 foizga yetkazish.

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

- tadbirkorlik subyektlarini 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 tuzilmalari 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 ehtiyot qismlar, detallar va kerakli uskunalar ishlab chiqarishni mahalliyashtirish bo`yicha Dasturni amalga oshirish;

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

Dasturda kichik biznesni tashkiliy-huquqiy asoslarini ro`y berayotgan o`zgarishlarga moslashtirib borish quyidagi tartiblarni o`z ichiga qamrab oladi:

- kichik biznesni bir maromda rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratish maqsadida tadbirkorlikni rivojlantirishning me'yoriy-huquqiy bazasini takomillashtirish;

- tadbirkorlik faoliyatining boshlanishi bilan bog'liq me'yoriy va huquqiy hujjatlarni soddalashtirish;

- tadbirkorlarni huquqlarini himoya qilish mexanizmini takomillashtirish va uni aslida harakat qilishini ta'minlash yo'li bilan ijobiy faol tadbirkorlik muhitini yaratish;

- xususiy tadbirkorlarga xalqaro standart talablariga javob beradigan yangi mahsulot turlarini ishlab chiqarish uchun me'yoriy-texnik hujjatlarni ishlab chiqishda ko'maklashadigan infratuzilmani shakllantirish;

- tadbirkorlik tuzilmalari faoliyatiga davlat hokimiyati va boshqaruv organlarini noqonuniy va asossiz aralashuv holatlariga chek qo'yish;

- mikro va kichik korxonalarda buxgalteriya hisobotlarini yuritish tartibini, shuningdek soliq va statistika organlariga hisobotlarni tayyorlash va yetkazishni soddalashtirish.

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

- davlat organlari, tadbirkorlarning jamoat tashkilotlari va tijorat tuzilmalari bilan hamkorligini ta'minlovchi mexanizmini 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 uskunalari, minitexnologiyalar yarmarkalarini tashkil etish;

- kichik biznes subyektlarining moliyaviy resurslardan foydalanish imkoniyatlarini yaratish;

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

Dasturda kichik biznesni innovatsiya asosida rivojlanishini ta'minlash quyidagilarni o'z ichiga qamrab oladi:

- texnologik jarayonlarni doimiy ravishda yangilab borish asosida mahsulot sifatini oshirish va resurslarning tejallishiga olib keluvchi innovatsiyalarni ishlab chiqarishga joriy etish mexanizmini takomillashtirish;

- qisqa davrda ishlab chiqarishda aslida qo'llash mumkin bo'lgan innovatsion ishlanmalarni davlat tomonidan ishlab chiqaruvchilarni jalb etgan holda moliyalashtirishni tashkil etish;

- innovatsion tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash.

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

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

- operatsiyalarini qo'llash;

- lizing;
- budjetdan tashqari mablag`lar hisobiga imtiyozli kreditlash va mikrocreditlash;
- kichik biznes subyektlariga 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 etgan holda tayyor mahsulot ishlab chiqaradigan miniuskunalar yaratish amaliyoti davom ettiriladi.

Kichik biznes subyektlarining moddiy-texnik ta'minoti bo`yicha kelgusidagi 2008-2015-yillarda amalga oshiriladigan ishlar quyidagilardan iborat bo`lishi lozim:

- birja, auksion va yarmarkalar savdo doirasini kengaytirish;
- zamonaviy texnika va texnologiyalar lizingini kengaytirish.

Bunga erishish uchun quyidagi tadbirlar amalga oshirish nazarda tutiladi:

- respublikada ishlab chiqarilayotgan miniuskunalar, texnologiyalar katalogini tuzish;
- hududlarda xomashyo, moddiy-texnika, mehnat va boshqa resurslarning mavjudligi to`g`risidagi ma'lumotlar bazasini takomillashtirish;
- har bir tadbirkorlik subyektlarining xomashyo va ishlab chiqarish imkoniyatlarini hisobga olgan holda ehtiyojini shakllantirish tizimini takomillashtirish;
- mamlakatda bu tadbirlar bajarilsa oziq-ovqat, chakana va ulgurji savdo yarmarkalarining keng ko`lamda faoliyat yuritishini ta'minlash.

Buning uchun, albatta, kichik biznes subyektlarini axborot-maslahat markazlari bilan ta'minlash orqali qo`llab-quvvatlash zarur. Kichik tadbirkorlik subyektlarini axborot-konsalting xizmatlari bilan qo`llab-quvvatlash quyidagilar orqali ta'minlanadi:

- Savdo-sanoat palatasi va tadbirkorlikning boshqa jamoat tashkilotlarining axborotmaslahat bo`limlari, xususiy konsalting, auditor, advokat firmalari va soliq maslahatlari;
- maxsus gazeta va jurnallar;
- tadbirkorlarga standartlashtirish texnik-iqtisodiy ma'lumotlar, kodlash va tasniflash masalalari bo`yicha uslubiy va amaliy yordamlarni kengaytirish;
- kichik biznes subyektlarining nafaqat buxgalteriya hisobi va moliya hisobotlarini yuritish, balki mijozlarga o`z budjetlarini rejalashtirishda huquqiy va konsalting ma'lumotlarni olishda rivojlangan darajadagi axborot texnologiyalaridan foydalangan holda olib borish imkoniyatlarini yaratish.

Xulosa o`rnida ishonch bilan aytish mumkinki kichik biznes va xususiy tadbirkorlik o`shishi bilan biz mamlakatimizda tayanchimiz bo`lgan o`rta mulkdorlar sinfini shakllantirish vazifasini bevosita hal qilishga erishamiz. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik aholi bandligini ta'minlaydigan va uning asosiy daromad manbai bo`lgan muhim bo`g`inga aylanadi. Iqtisodiyotni izchil rivojlantirishning eng muhim omili, jamiyatimiz ijtimoiy va siyosiy barqarorligining kafolati, mamlakatimizni

taraqqiyot yo`lidan olg`a yetaklaydigan faol harakatlanuvchi kuchi sifatida amal qiladi.

Dasturda belgilangan maqsad va vazifalarni hududiy kesimda aniqlashtirishda quyidagi holatlarni hisobga olish maqsadga muvofiq:

- kichik tadbirkorlikni rivojlantirishning hududiy dasturini mintaqa xususiyatiga mos ravishda ishlab chiqish;
- hududiy-sohaviy xususiyatiga ko`ra ishlab chiqarish tizimini tashkil etish;
- ma'muriyatchilikni keskin cheklash;
- institutsional asoslarni yanada kengaytirish;
- yirik korxonalar bilan kichik korxonalar integratsiyasiga erishish;
- korxonalarining ishlab chiqarish guruhlarini tashkil etish;
- monitoring tizimini to`liq shakllantirib borish evaziga jahonga chiqish;
- innovatsion faollikni oshirish. Mehnat innovatsiyasi va mehnat menejmenti munosabatlarini takomillashtirish orqali sifat ko`rsatkichiga erishish.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish Dasturi O`zbekiston Respublikasi Prezidentining tadbirkorlik subyektlarini rivojlantirishni rag`batlantirish bo`yicha qarorlarida belgilangan vazifalarni hal etishni nazarda tutadi. Mamlakat iqtisodiyotida kichik biznes samaradorligini oshirish asosida uning salmog`i va ahamiyatini tubdan oshirishni ta'minlaydi.

### **Qisqa xulosalar**

Respublikamizning iqtisodiy taraqqiyoti, iqtisodiy mustaqilligi, xalqining farovon turmush darajasi, qolaversa mehnat resurslarining ish bilan bandlik darajasi kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivoji bilan bog`liqdir. Bu holat esa korxonalarining iqtisodiy erkinligini rag`batlantirish darajasining rivojlanishi bilan tavsiflanadi.

Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi iqtisodiy faoliyat jarayonlari va uning natijalarini aks ettiruvchi ko`rsatkichlarda kichik biznes ulushining yuqori bo`lishiga ham bog`liq ekanligi shubhasizdir.

Kam xarajat hisobiga yangi ish o`rinlari yaratish imkoniyati, yirik biznes kirib bora olmaydigan bozor segmentlarini egallay olish qobiliyati, ayniqsa, xizmat ko`rsatish sohasida va uncha katta bo`lmagan mahalliy resurs bazalarini o`zlashtirishda juda qulay tashkiliy shakl ekanligi kichik biznesni rivojlantirishning ahamiyati beqiyosligini ko`rsatadi. Shu sababli ham kichik biznesni jadal rivojlantirish masalasi mahsulot ishlab chiqarishni mahalliyashtirish, xizmat ko`rsatish sohasini rivojlantirish, shuningdek mamlakatning eksport salohiyatini oshirish masalalari bilan chambarchas bog`langan.

Kichik biznesni rivojlantirish borasida yaratilgan qulay shart-sharoitlar sohaning iqtisodiy rivojlanishdagi, aholini ish bilan bandliligi va daromadlarining o`shidagi roli yanada kuchayishi hamda YaIM, eksport va tarmoqlar hamda sohalarning ishlab chiqarish ko`rsatkichlaridagi ulushi ortib borishiga xizmat qiladi.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Iqtisodiy o`shishni ta'minlashda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ahamiyatini izohlang.



2. 2009-yilda kichik biznes sohasida qancha yangi ish o`rinlari tashkil etildi?
3. Mamlakatimizda bandlik muammosini hal etishda kichik biznes imkoniyatlarini tushuntiring.
4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish aholining daromadlari va farovonligini oshirishga qanday ta`sir ko`rsatmoqda?
5. Kichik biznes imkoniyatlaridan yanada kengroq foydalanishdagi muammolar va ularni bartaraf etish yo`llari bo`yicha o`z fikringizni bayon eting.
6. Xududiy kesimda belgilangan maqsad va vazifalarni aniqlashtirishda qanday holatlarni hisobga olish maqsadga muvofiq?
7. Kichik tadbirkorlik subyektlarini axborot-konsalting xizmatlari bilan qo`llab-quvvatlash qanday choralar orqali ta`minlanadi?
8. Kichik biznes subyektlarining moddiy-texnik ta`minoti bo`yicha kelgusidagi 2008-2015-yillarda amalga oshiriladigan ishlar nimalardan iborat bo`lishi lozim?
9. Mamlakat iqtisodiyotida kichik biznes subyektlarining ulushi va ahamiyatini tubdan oshirish maqsadida qanday yo`nalishlarda kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirish ko`zda tutilgan?
10. Samarali eksport faoliyatini amalga oshirishlari uchun kichik biznes subyektlari qanday axborotlar bilan ta`minlangan bo`lishlari zarur?

### **Adabiyotlar**

1. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi: 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma`ruzasi. –T.: O`zbekiston, 2011.–48 b.
2. Karimov I.A. Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi: O`zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining qo`shma majlisidagi ma`ruzasi. -T.: O`zbekiston, 2010. – 56 b.
3. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2010-yil 28-iyuldagi "Ta`lim muassasalarining bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etish borasidagi qo`shimcha chora-tadbirlar"to`g`risidagi Farmoni. //Xalq so`zi, 2010-yil 29-iyul.
4. O`zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimovning 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo`ljallangan eng muhim ustuvor yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi "Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi" mavzusidagi ma`ruzasini o`rganish bo`yicha O`quv-uslubiy majmua. – T.: Iqtisodiyot, - 2011. – 377 b.
5. Boltabayev M.R., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva Sh.J., G`oyipnazarov B.K., Samadov A.N., Xodjaev R.S. Kichik biznes va tadbirkorlik. – T.: ADIB NASHRIYOTI, 2011. – 283 b.

6. Xodiev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. -T.: TDIU, 2010. – 260 b.

7. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учебное пособие для вузов. /Под ред. Проф. В.Я. Горофинкля, проф. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. – 2е изд., перереб. и доп. -М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008. – 320 с.

8. Предпринимательство: Учебник. /Под. ред. М.Г. Лапусты. – 4-е издание. – М.: ИНФРА-М, 2008. - 667 с.

9. Анискин Ю.П. Организация и управление малым бизнесом: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 160 с.

## IZOHLI LUG`AT

**Avizo** – o`zaro hisob-kitob holatidagi o`zgarishlar, pul o`tkazilishi, mol jo`natilganligi haqida axborot hujjati; hisob-kitob ishlari bajarilgani haqida bir tomonning ikkinchisiga jo`natgan axboroti.

**Agent** – turli kelishuvlarni tayyorlash, ayrim ishlarni bajarishda boshqa shaxs (yuridik yoki jismoniy) hisobidan va uning nomidan faoliyat ko`rsatuvchi shaxs. Savdoda savdo agenti bilan ishlab chiqarish korxonasi, firmasi yoki xususiy shaxs kelishadi va kelishuv asosida ishonch qog`oziga tayanib, faoliyat yuritadi.

**Akkreditiv** – naqd pulsiz hisob-kitob bo`ladigan bank schyotining turi; kredit muassasasidan olish mumkin bo`lgan, aniq oluvchi ko`rsatilgan qimmatbah o`qog`oz.

**Aksept** – tashkilotlar o`rtasidagi naqd pulsiz hisoblashishning bir shakli; takliflarni qabul qilish, kelgan hujjatlar va molga pul to`lashga rozilik berish ifodasi.

**Aksiz** – ommaviy iste`molga xos oziq-ovqat mollari hamda nooziq-ovqat at mollariga qo`yiladigan egri soliq. Ushbu soliq davlatga shunday mahsulot ishlab chiqaruvchi va sotuvchilar tomonidan to`lanadi hamda narxning oshirilishi bilan aholi gardaniga yuklatiladi.

**Aksiya** – aksiyadorlar jamiyati a`zosining mablag` qo`shganligi haqida guvohlik beruvchi qimmatbah o`qog`oz. Aksiya sotib olgan shaxs aksiyador hisoblanib, ma`lum huquq va majburiyatga ega bo`ladi.

**Aksiyadorlik jamiyati** – korxonaning tashkiliy-huquqiy shakli bo`lib, jamiyat ixtiyoridagi mulki, boyligiga asoslanib, faoliyat yuritadi. Aksiyadorlik jamiyati sarmoyasi jamiyat a`zolarining qo`shgan pul mablag`i yoki moddiy ne`matidan tashkil topadi.

**Aksiyaning nazorat paketi** – biror shaxsga aksiyadorlar jamiyati faoliyati ustidan nazorat qilishni ta`minlaydigan aksiyalar hissasi. Odatda bunday holat aksiyalar miqdorining yarmidan ko`pi yoki katta qismi bir qo`lda to`planganda amalga oshadi.

**Arbitraj** – xo`jalik tomonlari o`rtasidagi kelishmovchiliklarni hal qiluvchi hakamlar sudi.

**Aylanma fondlar** – bu fondlar odatda ishlab chiqarish jarayonlarida bir marta ishlatilib, ularning har birida yangilanadi va o`z qiymatini ishlab chiqarilgan mahsulotga to`la o`tkazadi.

**Asosiy fondlar** – bu fondlar ishlab chiqarish jarayonida qayta-qayta ishlatiladi. U uzoq muddat davomida foydalanishga mo`ljallangan bo`lib, emirilishi darajasiga qarab, ishlab chiqarilgan mahsulot qiymatiga o`z qiymatini asta-sekinlik bilan o`tkazib boradi.

**Assortiment** – sotish xonasidagi turli-tuman mollarning to`planishi; ba`zida bir molning turlar, navlarining to`plami.

**Assotsiatsiya** – to`planma, uyushma; biror maqsadga erishish uchun (xo`jalik, siyosiy, ilmiy, madaniy yoki boshqa maqsadlar) birlashish. Assotsiatsiya yuridik shaxs hisoblanadi.

**Auditor firmasi** – mustaqil tashkilot bo`lib, shartnoma asosida korxonalar yillik buxgalteriya hisobotini tekshiradi va tasdiqlaydi. Tekshiruv davomida auditor

firmani buxgalteriya hisob-kitobining holati va talabga mos kelishi, moliya-xo`jalik faoliyati masalalarining haqiqiy holatga mos kelishini nazorat qiladi.

**Auksion** – kim oshdi savdosi. Bu alohida xususiyatga ega bo`lgan va alohida joylarda tashkil etiladigan ochiq savdoga asoslangan maxsus bozor. Auksion o`zaro musobaqaga tayangan holda amalga oshadi.

**Aholining xarid qobiliyati** – aholining bozordagi vujudga kelgan narx asosida mollar va xizmatni xarid qilish imkoniyati. Aholining xarid qobiliyati bozor sig`imini belgilashda yetakchi o`rin egallaydi.

**Aholining minimal iste`mol budjeti** – har bir oila a`zosining ish kuchini qayta tiklashi uchun zarur mablag` miqdori. Bunda zarur iste`mol mollari, xizmatning miqdori va sifati e`tiborga olinadi va oilaning har bir a`zosiga pul birligida hisoblanadi.

**Baza** – asos, tayanch, quyi qism, ombor va boshqalar. Tijorat ishlarida band bazalar; mol qabul qiluvchi, qayta ishlovchi, navlarga, turlarga ajratuvchi va saqlovchi bazalardan iborat.

**Bank** – pul mablag`larini mujassamlashtiradigan, qarz beruvchi, pul, qimmatbaho qog`ozlarni, hisoblarni olib boruvchi muassasa.

**Bankrot** – to`lovga qodir bo`lmagan qarzdor.

**Barter** – savdo-soti q faoliyatining bir turi bo`lib, mahsulot ayriboshlash pul to`lovisiz sodir bo`ladi. Almashuv mahsulotlar narxi, xalqaro va ichki bozor narxlari, sifati, yetkazib berish shartlari hisobga olinib, ular o`rtasidagi nisbat o`rnatiladi.

**Bashorat** – ma`lum axborotlar, raqamlar, hisoblar, sharoitga tayanib bashorat qilish.

**Bijuteriya** – zargarlik mollari savdosi.

**Birja** – qimmatbaho qog`ozlar, valyuta, tovar, ish kuchi va xomashyo sotiladigan va xarid qilinadigan muassasa.

**Boj to`lovi** – chegaradan chiqayotgan yoki kelayotgan mollarga qo`yilishi mumkin bo`lgan to`lov. Uning miqdori davlat siyosatiga bog`liq. Boj miqdori maxsus boj tariflarida ifodalanadi.

**Bozor segmenti** – bozorning ma`lum qismini tashkil etadi va bozordagi iste`mol maqsadi bir bo`lgan xaridorlarning xatti-harakatini tavsiflaydi. Xaridorning daromadi, turar joyi, oilaviy, milliy urf-odatlar, jinsi, yoshi va boshqa xususiyatlariga qarab bozor segmentlashtiriladi.

**Bozor sig`imi** – ma`lum bozorda ma`lum muddatda to`lovga qodir mol taklifi va chakana narx darajasi hisobga olingan holda sotilishi mumkin bo`lgan mol miqdori. Bozor sig`imini aniqlashda biror tovarga mo`ljallangan aholining xarid quvvati, korxonalarining aynan shu molni sotib olish ehtiyoji hisobga olinadi.

**Banklarning umumiy kapitali** – banklarning o`z faoliyatlarini (bank operatsiyalarini) amalga oshirish uchun mo`ljallangan moliyaviy resurslari bo`lib, u banklar tomonidan turli manbalar orqali jalb etilgan pul kapitalidan iborat. Banklarning umumiy kapitali xususiy kapital bilan bir qatorda undan bir necha barobar ko`proq bo`lgan jalb etilgan kapitalni ham o`z ichiga oladi.

**Banklarning nizom jamg`armalari** – banklarning doimiy tasarrufida bo`lgan moddiy va pul mablag`lari yig`indisi bo`lib, ularning miqdori banklar tashkil topgan chog`da nizomda qat`iy belgilab qo`yiladi.

**Bank kapitalining yetarlilik darajasi** – bu jami kapitalning riskka tortilgan aktivlarga nisbati bo`lib, u xalqaro Bazel kelishuviga ko`ra kamida 8% ni tashkil etishi kerak.

**Bank depozitlari** – jismoniy va yuridik shaxslarning bank muassasalariga ma`lum muddatga va muddatsiz omonat shaklida qo`yilgan bo`sh pul mablag`lari.

**Bank-moliya tizimining barqarorligi** – banklarning va boshqa moliya muassasalarining o`z majburiyatlari yuzasidan talablarga to`la javob bera olishi. Bu likvidlilik, kapitalning yetarliligi, aktivlar sifati, rentabellik ko`rsatkichlari orqali aniqlanadi

**Bank aktivlari** – banklarning asosiy faoliyatini amalga oshirishda foydalanuvchi turli moddiy va moliyaviy resurslar majmui. Ular asosan bank kreditlari, asosiy vositalari, sotib olgan qimmatli qog`ozlari, investitsiyalari, valyuta boyliklari ko`rinishida bo`ladi.

**Bank tizimining likvidligi** – bankning o`z majburiyatlarini vaqtida va so`zsiz bajara olish imkoniyati.

**Banklar likvidligi** – banklar aktivlarining qisqa muddat ichida pulga aylanish qobiliyati. Likvidlik bank majburiyatlarini bajarish va aktivlar o`shishini moliyalash bilan birgalikda depozitlar va qarz mablag`lari darajasining pasayishini samarali boshqarishni ham bildiradi.

**Banklarning kredit portfeli** – tijorat banklari tomonidan berilgan kreditlarning umumiy jamlanmasi bo`lib, ular quyidagicha tasniflanadi: a) yaxshi; b) standart; v) substandart; g) shubhali; d) umidsiz. Tijorat banklarining ma`lum sanaga ssuda hisobvara qalarida qolgan pul mablag`lari majmuasi (qoldig`i).

**Bandlik** – mehnatga layoqatli aholining ijtimoiy foydali mehnat bilan mashg`ul bo`lishi; fuqarolarning shaxsiy va ijtimoiy ehtiyojlarini qondirish bilan bog`liq va qonunga zid kelmaydigan, mehnat daromadi beradigan faoliyati.

**Bank likvidliligi** – banklar majburiyatlarini o`z vaqtida qaytara olish qobiliyati yoki passivlardagi majburiyatlarni qaytarish uchun aktivlarni pulga aylanish qobiliyatidir.

**Bond** – bojxona boji to`lanmagan tovar.

**Bord** – molning sotuvchi hisobidan kemaga yetkazib berilish sharti.

**Bonus** – xizmat uchun mukofotlash, rag`batlantirish. Tovlar bozorida bonusning miqdori sotilgan yoki xarid qilingan tovarning qiymatiga, undan olinadigan foizga, tovarning bozorda tez sotilishiga, sotilish yo`liga, iqtidorli komissionerlar o`rtasidagi raqobat darajasiga bog`liq.

**Broker** – sotuvchi va oluvchi o`rtasidaga vositachi; mijozlarning topshirig`i bilan va ular hisobiga ishlaydigan hamda vositachilik ishi uchun o`z komission haqini oluvchi shaxs.

**Buyurtma** – xaridorning (buyurtmachining) sotuvchiga jo`natadigan hujjati bo`lib, unda molni xarid qilishga qat`iy qaror qilinganligi ifodalanadi.

**Valvauiya** – chet el tangasi qiymatini davlat pul birligida baholash.

**Valyuta** – biror mamlakatda qabul qilingan pul tizimi va pul birligi.

**Valyuta kursi** – bir mamlakat pul birligining boshqa mamlakat pul birligida ifodalanishi. Valyuta kursining o`rnatilishi kotirovka deyiladi.

**Veksel** – qonun tomonidan qat’iy belgilangan, qarzni ifodalovchi yozma majburiyat bo`lib, veksel oluvchi uni egasiga topshiradi.

**Venchur korxonalar** – davlat, yirik firmalar bilan shartnoma asosida ilmiy izlanishlar olib boruvchi, muhandislik ishlarini yaratuvchi, yangiliklarni tatbiq etuvchi korxonalar.

**Garantiya** – kafillik, ishontirish, gardaniga olish, biror-bir narsani ta`minlaydigan sharoit. Shartnoma tuzuvchi tomonlar, masalan, shartnomaning bajarilishiga, agar bajarilmasa, zararlarni qoplashga kafillik beradi.

**Giperinflyatsiya** – pul qadrsizlanishining juda yuqori sur`atini ifodalaydi. Bunda pulning qadrsizlanishi yiligi 1000 foizdan ortadi.

**Daromadlar** – korxonalar, tashkilot, firmalar faoliyatining muhim ko`rsatkichi bo`lib, faoliyatning barcha tomonlaridan kelishi mumkin. Savdo firmasi, do`konning daromadi molning xarid narxi bilan sotilish narxi o`rtasidagi tafovutdan kelib chiqadi.

**Debitor** – biror korxonadan, firmadan, muassasadan boshqa yuridik shaxs yoki fuqaroning qarzdor bo`lib qolishi.

**Devalvatsiya** – mamlakat pul birligi asosidagi oltinning kamayishi yoki kursining boshqa mamlakatlar valyutasi kursiga nisbatan qonuniy ravishda pasayishi.

**Deklaratsiya** – ma`lum axborotni o`z ichiga oluvchi hujjat. Deklaratsiya bojxona uchun tayyorlangan bo`lsa, unda boj to`lanadigan molning nomi, miqdori, narxi va boshqalar ifodalanadi.

**Dekort** – molning haqini muddatdan avval to`langan yoki molning miqdori, sifati kelishuv shartlariga mos kelmagani uchun molning narxidan chegirma.

**Demarketing** – marketingning bir turi bo`lib, ishlab chiqarish quvvati, xomashyoning etishmasligi tufayli bozorga kam chiqariladigan molga talabni pasaytirishga qaratilgan.

**Demping** – eksport tovarlarini bozorning o`rtacha narxidan, hatto tannarxidan ham pastroq narxda sotish. Bu usul bozorni egallash, raqobatchilarni sindirish maqsadida qo`llaniladi.

**Defiuit** – biror narsaning etishmasligi, kamchiligi. Jumladan, tovarlar etishmasligi, budjet mablag`ining etishmasligi.

**Djobber** – yirik miqdordagi tovarlarni tez sotib yuborish maqsadida xarid qiladigan firma.

**Dividend** – aksiya egasining oladigan daromadi bo`lib, aksiyador jamiyati foydasining bir qismini tashkil etadi.

**Diler** – birjadagi yoki savdodagi vositachi bo`lgan shaxs.

**Diskaunter** – rivojlangan mamlakatlardagi uzoq muddat ishlatishga mo`ljallangan tovarlarni arzon bahoda va qo`shimcha xizmatlarsiz sotiladigan do`kon.

**Distributer** – o`z nomidan va o`z mablag`i hisobiga tovarlarni xarid qilib, sotuvchi vositachi. Mollarni ulgurji sotib oladi va chakana savdo firmalari, do`konlarga sotadi.

**Ijara** – qarzga berish. Bir shaxs yoki korxonalar, tashkilotning boshqa shaxs, korxonadan ma`lum muddatga va ma`lum to`lov to`laydigan sharti bilan oladigan mulki.

**Imidj** – firmaning mavqei, ishlab chiqarayotgan molning, xizmatning sifati, rahbarlarning obro`si haqidagi buyurtmachi va xaridorning fikri.

**Import** – chet eldan tovarlarni sotib olish yoki boshqa usullar bilan keltirish. Keltirilgan mol iste'mol, qayta ishlash, hatto tashqariga sotish maqsadida bo'lishi mumkin.

**Iqtisodiy nochor korxonalar** – muayyan miqdorda kapital yo'qotish, ishlab chiqarish maydonlarini qisqarishi, ishsizlar sonining ortishi, raqobatbardosh bo'lmagan mahsulot ishlab chiqaradigan va buning uchun katta miqdorda materiallar, xomashyo, yonilg'i, mehnat resurslari sarflaydigan qoloq, samarasiz korxonalar.

**Investitsiya** – kelgusida foyda olish, samaraga erishish maqsadida biror-bir korxonaga uzoq muddatga kapital qo'yish.

**Investor** – investitsiya bilan shug'ullanuvchi yuridik shaxs yoki fuqaro.

**Injiniring korxonalar** – muhandislik maslahat xizmatlarini tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda amalga oshiradigan korxonalar.

**Inqirozga qarshi mo'ljallangan choralar dasturi** – O'zbekiston Respublikasi hukumati tomonidan 2009-2012-yillarga mo'ljallanib inqirozga qarshi ishlab chiqilgan choralar dasturi bo'lib, mazkur dasturda talab va taklifni rag'batlantirishga yo'naltirilgan bir qator moliyaviy imtiyozlar va barqaror iqtisodiy o'sish sur'atlarini ta'minlovchi chora-tadbirlar majmui o'z aksini topgan.

**Investitsion kreditlar** – ishlab chiqarishni kengaytirish, texnik va texnologik jihatdan yangilash, modernizatsiyalash va rekonstruksiya qilish, yangi bino va inshootlarni qurish uchun zarur vositalarni sotib olish maqsadida olingan kreditlar.

**Ishlab chiqarishni mahalliylashtirish** – sanoat ishlab chiqarishining turli bosqichlarida import shaklida xarid qilish orqali qo'llaniluvchi detallar, butlovchi qismlar, yarim tayyor mahsulotlar va tayyor mahsulotlarni mahalliy xomashyo va materiallar asosida ishlab chiqarishga o'tkazish jarayoni.

**Import o'rnini bosish samarasi** – mahalliy lashtirish jarayonini amalga oshirish orqali ishlab chiqarilgan mahsulotlar va ko'rsatilgan xizmatlar natijasida tejalgan import mahsulotlari qiymati.

**Investitsiya dasturi** - respublika iqtisodiyotini barqaror va tadrijiy rivojlantirishga erishishga, tabiiy, mineral-xomashyo, moliyaviy, moddiy va mehnat resurslaridan oqilona foydalanish yo'li bilan respublika ayrim tarmoq va mintaqalarini tarkibiy o'zgartirishning asosiy ustuvorliklari va strategik vazifalarini amalga oshirishga yo'naltirilgan o'zaro bog'langan chora-tadbirlar kompleksi.

**Investitsiya muhiti** – investitsiyalar jozibadorligi hamda xavf-xatar darajasini belgilab beruvchi ijtimoiy-iqtisodiy, moliyaviy va siyosiy omillar majmui.

**Investorlar** – xususiy va qarzga olingan mulkiy va intellektual qiymatlarni sarflash haqida qaror qabul qiluvchi investitsiya faoliyati subyektlari. Investorlar obyektlar va investitsiya natijalariga egalik qilish, foydalanish va tasarruf qilish huquqiga ega bo'ladi. Investorlar kreditorlar va xaridorlar rolini bajarishlari, shuningdek investitsiya faoliyatining boshqa ishtirokchilari funksiyalarini bajarishlari mumkin. Odatda investorlar kapital qo'yilmalar sarflanadigan sohalarni aniqlaydilar, shartnoma shartlarini ishlab chiqadilar va investitsiya aktining boshqa tomonlari bilan kontraktor, hukumat organlari, pirovard mahsulot ishlab chiqaruvchilar va shu mahsulotning iste'molchilari bilan hisob-kitoblarni amalga oshiradilar.

**Infratuzilma** – har qanday yaxlit iqtisodiy tizim va tuzilmalarning mavjud bo'lishi shart hisoblangan tarkibiy qismi. So'zma-so'z ifodalaganda, infratuzilma bu

iqtisodiy tizimning asosi, poydevori, ichki tuzilmasi demakdir. «Infratuzilma» atamasi lotincha «infra» - quyi, osti; «structura» - tuzilma, joylashuv soʻzlaridan paydo boʻlgan. Iqtisodiyotda ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilma muhim oʻrin tutadi.

**Ishlab chiqarish infratuzilmasi** – ishlab chiqarishning rivojlanishi uchun tashqi shart-sharoitlarni taʼminlovchi tarmoqlar majmui boʻlib, oʻz ichiga temir va avtomobil yoʻllari, elektr, gaz va suv taʼminoti, aloqa kommunikatsiyalari, ombor xoʻjaligi va boshqalarni oladi.

**Intermodal markaz** – yuk tashishlar boʻyicha xalqaro kommunikatsiya va logistika markazi.

**Internet xizmatlari** – internet tarmogʻi abonentlariga amaliy bayonnomalar tomonidan taqdim etiluvchi funksional imkoniyatlar majmui: elektron pochta, fayllarni qabul qilish va uzatish, veb-hujjatlarni oʻqish, muayyan masofadan turib bir vaqtning oʻzidagi muloqot (chat), terminal orqali erkin foydalanish, tarmoqda hujjatlarni saqlash va ishlash va h.k.

**Ijtimoiy infratuzilma** – aholining turmush faoliyatini, uning farovonligi taʼminlashga xizmat qiluvchi turli muassasa va obyektlar majmui. Masalan, taʼlim muassasalari, dam olish va davolanish maskanlari, uy-joy, kommunal va maishiy xizmat koʻrsatish shoxobchalari, tabiiy gaz, ichimlik suvi, elektr energiyasi taʼminoti, yoʻlovchi transporti va boshqalar.

**Ijtimoiy soha obektlari** – aholining munosib turmush sharoiti va farovonligini taʼminlashga xizmat qiluvchi soha va tarmoqlar majmui. Bular qatoriga uy-joy fondlari, sogʻliqni saqlash, maorif, sport, madaniyat muassasalari va boshqalarni kiritish mumkin.

**Ijtimoiy dasturlar** – aholining bevosita turmush sharoiti va farovonligini taʼminlashga xizmat qiluvchi soha va tarmoqlarni rivojlantirishga oid chora-tadbirlarni oʻz ichiga olgan rejaviy hujjatlar.

**Iqtisodiy islohotlar** – iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishini sifat jihatidan takomillashtirish, uning barqaror va mutanosib rivojlanishini taʼminlash imkonini beruvchi, maqsadga muvofiq holda va izchil ravishda amalga oshiriluvchi tub oʻzgarishlar, chora-tadbirlar majmui.

**Iqtisodiy rivojlanish surʼatlari** – mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy koʻrsatkich va natijalarining miqdor jihatidan koʻpayishi va sifat jihatidan takomillashuvi darajasi.

**Iqtisodiy rivojlanish samaradorligi** – iqtisodiyotni rivojlantirish natijalarining bu borada qilingan sarf-xarajatlarga nisbati.

**Industriallashtirish** – mamlakat iqtisodiyotini sanoatlashgan asosga oʻtkazish, iqtisodiyotda sanoat ishlab chiqarishi ulushini ahamiyatli darajada koʻpaytirish, butun iqtisodiyot yoki uning alohida tarmoqlarida yirik mashinalashgan ishlab chiqarishni barpo etish jarayoni.

**Inflyatsiya** – pul muomalasi qonunlarining buzilishi natijasida milliy valyutaning qadrsizlanishi, narxlarning oʻsishi.

**Iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishi** – iqtisodiyotning turli qism va boʻlaklari oʻrtasidagi proporsiyalar va oʻzaro nisbatlar.

**Isteʼmol bozorida mutanosiblik** – isteʼmol bozoriga taklif etilayotgan tovar va xizmatlar hajmi bilan aholining toʻlovga qodir talabining oʻzaro mosligi.



**Inkasso** – molning jo`natilganligi haqidagi hujjatlarni topshirgan tomon hisobiga to`lovning bankka kelib tushishi va bankning mol jo`natuvchi mijozi hisob raqamiga mablag`ni yozib berishi.

**Iste`mol savatchasi** – ma`lum mollar, xizmatlar yig`indisini tashkil etib, bu yig`indi aholi iste`molining tarkibi va darajasini to`liqroq ifodalaydi.

**Kapital** – bu egasiga daromad keltiruvchi mablag` va resurs.

**Kvota** – o`rnatilgan mutlaq yoki nisbiy ko`rsatkich. Savdoda, eksport yoki import qilish miqdorining chegarasi.

**Kliring** – xalqaro naqd pulsiz hisoblashish shakli bo`lib, bunda davlatlar bir-biriga qarzini o`zaro qarama-qarshi to`lov majburiyatlari vositasida to`laydi.

**Komission** – uchinchi shaxs vositasida sotib olinadigan va sotiladigan narsalar; komission savdo korxonalari yoki komissionerlar vositachilik ishi uchun ma`lum haq, mukofot oladilar.

**Kommivoyajer** – firma ishlab chiqarayotgan barcha mahsulotni sotuvga taqdim etuvchi shaxs.

**Konsorsium** – bu aniq iqtisodiy loyihalarni amalga oshirishni maqsad qilgan korxonalarining muvaqqat birlashmasi.

**Kooperatsiya aloqalari** – turli soha ishlab chiqarish tarmoqlarida ma`lum mahsulotni tayyorlash bo`yicha uzoq muddatli aloqalarni o`rnatish.

**Kreditor qarzdorlik** – korxonalar, tashkilot yoki muassasaning tegishli yuridik yoki jismoniy shaxslarga to`lanishi lozim bo`lgan pul mablag`lari bo`lib, ular me`yordagi (muddati o`tmagan) hamda muddati o`tgan qarzdorliklarga bo`linishi mumkin.

**Konfiskatsiya** – majburiy holda mulkning jami yoki bir qismini musodara qilish va davlat ixtiyoriga o`tkazish.

**Konsern** – bu ishlab chiqarish diversifikatsiyasi, ya`ni korxonalarining faoliyat sohalari va ishlab chiqaradigan mahsulotlari turining kengayishi, yangilanib turishi asosida tarkib topadigan yirik ko`p tarmoqli korporatsiya.

**Konsessiya** – milliy iqtisodiyotni rivojlantirish yoki tiklash, tabiiy boyliklarni o`zlashtirish maqsadida davlat yoki munisipalitetga qarashli er uchastkalari, qazilma boyliklari, mol-mulk, korxonalar va boshqa xo`jalik obyektlarini muayyan muddatga va shartlar bilan foydalanish uchun chet ellik investorga davlat nomidan beriladigan ruxsatnoma, ular bilan tuziladigan shartnoma yoki kelishuv.

**Korxonaning bankrotligi** – korxonalar moliyaviy-xo`jalik faoliyatining nochorlikka yuz tutishi natijasida o`z qarz majburiyatlari bajara olmasligi. Korxonalar xo`jalik sudining qaroriga ko`ra rasmiy holda bankrot deb e`lon qilinadi.

**Konyunktura** – xo`jalikning ma`lum davridagi holatini xarakterlovchi ko`rsatkichlar to`plami.

**Kooperativ** – bu yuridik shaxs huquqiga ega, xo`jalik yurituvchi subyekt. U jamoa mulki huquqidagi mulkka egalik qiladi, undan foydalanadi va tasarruf etadi.

**Kooperatsiya** – ishlab chiqarish yoki ayirboshlash doirasidagi jamoaga birlashish.

**Korporatsiya** – bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchi yirik aksionerlik jamiyatlari birlashmasi.

**Korxonalar aktivlari** – korxonada ishlab chiqarish fondlari shaklida band boʻlgan kapital.

**Lizing** – imorat, inshoot, mashina, jihozlar, Asbob-uskuna, transportalarini oʻrta va uzoq muddatga ijaraga berish.

**Litsenziya** – biror-bir faoliyat turi bilan shugʻullanish uchun davlat organlari tomonidan ruxsat berish.

**Marja** – savdo, birja, bank ishlarida foydalaniladigan hamda mollar narxлари, qimmatbah oʻqogʻozlar kurslari, boshqa koʻrsatkichlar oʻrtasidagi farq.

**Mahsulot tannarxi** – mahsulot ishlab chiqarish va sotish uchun ketgan barcha xarajatlarning qiymati.

**Melioratsiya** – yerning unumdorligini tubdan yaxshilashga qaratilgan tashkiliy-xoʻjalik, muhandislik va agrotexnik tadbirlar turkumi

**Moliyaviy sogʻlomlashtirish** – korxonaning bankrotligini bartaraf etish yoki raqobatbardoshligini oshirish maqsadida chora-tadbirlar tizimini qoʻllash orqali uning moliyaviy holatini sogʻlomlashtirish.

**Maktab taʼlimini rivojlantirish Davlat umummilliy dasturi** – Kadrlar tayyorlash milliy dasturini muvaffaqiyatli amalga oshirishning muhim sharti sifatida maktab taʼlimining orqada qolishiga barham berish hamda maktablarning moddiy-texnika bazasini mustahkamlash va uzluksiz taʼlimning yagona tizimini shakllantirish bilan bogʻliq mavjud jiddiy muammolarni bartaraf etish maqsadida Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2004- yil 21-maydagi «2004-2009-yillarda maktab taʼlimini rivojlantirish davlat umummilliy dasturi toʻgʻrisida»gi Farmoniga muvofiq kuchga kirgan. Mazkur Farmonga Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 20-sentyabrda 3661-sonli Farmoniga muvofiq oʻzgartirishlar kiritilgan .

**Makroiqtisodiy koʻrsatkichlar** – mamlakat yaxlit iqtisodiyoti darajasidagi ijtimoiy-iqtisodiy jarayon va hodisalarni oʻlchash va baholash imkoniyatini beruvchi koʻrsatkichlar. Masalan, yalpi ichki mahsulot, milliy daromad, iqtisodiy oʻsish, ishsizlik, inflyatsiya darajasi va boshqalar.

**Moliyaviy «koʻpiklar»** – real qiymatga ega boʻlmagan pul va obligatsiyalar hajmining koʻpayishi.

**Moliyaviy institutlar** – belgilangan qonun-qoidalar doirasida faoliyat yurituvchi mamlakatdagi moliya-kredit tashkilotlari.

**Mamlakat iqtisodiyotining raqobatbardoshligi** – mamlakatning oʻrta va uzoq muddatga iqtisodiy oʻsishning yuqori surʼatlarini taʼminlab turish qobiliyati

**Mahalliyashtirish** – import qilinadigan tayyor mahsulot, butlovchi buyumlar va materiallarni mamlakatda ishlab chiqarishni yoʻlga qoʻyish orqali unga ichki talabni qondirish va eksportini yoʻlga qoʻyish.

**Marketing** – bozor talablariga boʻysungan holda isteʼmolchilar ehtiyojini imkoni boricha qondirishga qaratilgan xoʻjalik faoliyatini tashkil etish va boshqarish tizimi.

**Notijorat yuridik shaxs** – ixtiyoriylik asosida tashkil etilgan, daromad (foйда) olishni oʻz faoliyatining asosiy maqsadi qilib olmagan hamda olingan daromadlar (foйда)ni oʻz aʼzolari oʻrtasida taqsimlamaydigan oʻzini-oʻzi boshqarish tashkiloti.

**Nou-xou** – mahsulot ishlab chiqarishni o`zlashtirishni yengillashtirish va tezlashtirishga imkon beruvchi texnik bilim, texnik tajriba, ishlab chiqarishning yashirin imkoniyatlari.

**Offerta** – sotuvchining mol xarid imkoni bor xaridorga ma`lum shartlar asosida mol to`plamini sotish haqida yuborgan taklifi.

**Pablik rileyshnz** – mol, xizmat, firma, korxonaga haqida yaxshi fikrni vujudga keltirish jarayoni.

**Proteksiionizm** – milliy ishlab chiqarishni rivojlantirish maqsadida chet el raqobatidan saqlash, himoya qilish.

**Raqobatbardoshlik** – biror turdagi molning iste`mol qiymati mos keladigan boshqa tovarga solishtirish, taqqoslash ko`rsatkichi.

**Reval`vaniya** – boshqa davlatlar valyutasiga nisbatan milliy valyuta rasmiy kursining oshishi.

**Rentabellik** – korxonaga faoliyatining foydalik darajasi. Uning uch xil ko`rsatkichi mavjud: korxonaga aktivlari rentabelligi, xususiy kapital rentabelligi va sotilgan mahsulot rentabelligi. Bu ko`rsatkichlarni balansdagi (sof) foyda ko`rsatkichini korxonaga aktivlarining o`rtacha yillik qiymati, muomalaga chiqarilgan aksiyalar miqdori, xususiy kapital miqdori va sotilgan mahsulot tannarxiga nisbati bilan belgilanadi.

**Reklama** – tovarlar, xizmatlar haqida turli vositalar bilan ochiq xabardor qilish.

**Rentabellik** – xarajatlarni oqlaydigan, xo`jalik nuqtai nazaridan maqsadga muvofiq, foydali, draomadli. Rentabellik ko`rsatkichi foydaning moddiy, mehnat va moliyaviy resurslarga nisbati bilan o`lchanadi.

**Refaksiya** – tovarning narxi yoki og`irligidan uning buzilgan yoki kamaygani uchun chegirma qilish.

**Stagnatsiya** – iqtisodiyotda turg`unlikni anglatadi.

**Stagflyatsiya** – iqtisodiyotning shunday holatiki, bunda turg`unlik va pulning qadrsizlanishi birgalikda hukm suradi.

**Sug`urta** – kutilmagan sharoitlar yoki tavakkalchilikdan ko`rilgan zararni qisman yoki to`liq qoplash, muhofaza qilish choralari.

**Tadbirkor** – yuridik shaxs tashkil etgan holda yoki tashkil etmasdan doimiy asosda tadbirkorlik faoliyati bilan shug`ullanuvchi shaxs.

**Tadbirkorlik** – mulkchilik subyektlarining foyda olish maqsadida tavakkal qilib va mulkiy javobgarligi asosida amaldagi qonunchilik doirasida tashabbus bilan iqtisodiy faoliyat ko`rsatish.

**Tant`ema** – savdo, sanoat, bank, aksionerlar tashkilotlari foydasidan bu tashkilotlarning boshqaruv xodimlariga to`lanadigan qo`shimcha mukofot.

**Tarif** – biror ish, xizmat uchun rasmiy hamda belgilangan to`lov.

**Tashqi savdo balansi** – ma`lum davr (oy, chorak, yil) davomida mamlakatga keltiriladigan va undan chiqariladigan tovarlar qiymati o`rtasidagi nisbat.

**Tender** – birjada savdo o`tkazishda tushadigan taklif. Taklif berish tartibi savdoni o`tkazadigan tashkilotchilar tomonidan belgilanadi.

**To`lov valyutasi** – tomonlarning kelishuvi bilan tovarlarning tashqi savdo aloqalarida haqini to`lash yoki xalqaro kreditni qaytarishda ishlatiladigan valyuta.

**To'lovga qodirlik** – yuridik yoki jismoniy shaxsning moliyaviy majburiyatlarini o'z vaqtida bajara olish imkoniyati.

**To'lov topshirig'i** – korxonada, firma, tashkilotning unga xizmat qiladigan o'z schetidanda mablag' o'tkazish zarurligi haqidagi topshirig'i.

**Faktoring** – moliya-tijorat xizmatining turi bo'lib, bunda bank yoki boshqa moliya tashkilotlari xarid qiluvchi korxonada qarzlarni, majburiyatlarni o'ziga oladi.

**Fermer xo'jaligi** – o'ziga uzoq muddatli ijaraga berilgan er uchastkalaridan foydalangan holda qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarishni amalga oshiruvchi fermer xo'jaligi a'zolarining birgalikdagi faoliyatiga asoslangan, yuridik shaxs huquqiga ega mustaqil xo'jalik yurituvchi subyekt.

**Firma** – ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, tijorat yoki tadbirkorlik faoliyatiga qaratilgan, yuridik shaxs hisoblangan korxonada.

**Fondlarning aylanishi** – moddiy ashyoviy omillar qiymatining ishlab chiqarish va muomala sohalari orqali harakat jarayoni.

**Xolding kompaniya** – mulk egalari tomonidan bir qancha mustaqil aksiyadorlik jamiyatlari faoliyatini nazorat qilish maqsadida tashkil etilgan hissadorlik jamiyati.

**Xususiy kapital** – tadbirkorning eng muhim va hal etuvchi ahamiyatga ega sarmoyasi.

**Xalqaro Bazely qo'mitasi** – rivojlangan mamlakatlar markaziy banklari rahbarlari tomonidan 1974-yilda tashkil etilgan tashkilot. Uning doirasida xalqaro bank faoliyatini tartibga solish muammolari muhokama qilinadi. 1975-yilda qo'mita tomonidan Bazely kelishuvi ishlab chiqilgan. Keyinchalik Bazely qo'mitasi bank faoliyati me'yorlari bo'yicha xalqaro tavsiyalar ishlab chiqa boshladi.

**Xalqaro moliya tashkilotlari** – davlatlar o'rtasidagi valyuta va moliya-kredit munosabatlarini tartibga solish, mamlakatlarning iqtisodiy rivojlanishiga ko'maklashish, kredit ko'rinishida yordam berish maqsadida davlatlararo kelishuvlar asosida tashkil etilgan tashkilotlar. Bunday tashkilotlar qatoriga Xalqaro hisoblashuvlar banki, Xalqaro valyuta fondi, Xalqaro tiklanish va taraqqiyot banki, Xalqaro rivojlanish assotsiatsiyasi, Xalqaro moliyaviy korporatsiya, Osiyo taraqqiyot banki, Yevropa investitsiya banki, mintaqaviy xalqaro rivojlanish banklari va boshqalarni kiritish mumkin.

**Xalqaro iqtisodiy tashkilotlar** – ikki turdagi ishtirokchilari bevosita davlatlardan iborat hukumatlararo (davlatlararo) hamda tarkibiga ishlab chiqaruvchilar birlashmalari, kompaniya va firmalar, ilmiy jamiyatlar va boshqalar kiruvchi nohukumat tashkilotlari.

**Xalqaro valyuta jamg'armasi** – xalqaro savdo va valyuta hamkorligini rivojlantirishga ta'sir ko'rsatish maqsadida 1944-yilda tashkil etilgan xalqaro valyuta-moliya tashkiloti. Xalqaro valyuta jamg'aramasi a'zo davlatlar o'rtasida valyuta-kredit munosabatlarini tartibga solib turish va ularga to'lov balansining kamomadi bilan bog'liq valyutaviy qiyinchiliklar paytida chet el valyutasida qisqa va uzoq muddatli kreditlar berish yo'li bilan moliyaviy yordam ko'rsatish uchun mo'ljallangan hukumatlararo tashkilot. XVJ o'z amaliy faoliyatini 1947-yil 1 martdan boshlagan.

**Xususiy firma** – ayrim shaxs yoki oilaga tegishli yakka xususiy mulkka asoslanib faoliyat yurituvchi korxonasi.

**SHirkat firma** – bir necha tadbirkorlarning oʻzaro mulkiy birlashuvi va tadbirkorlikdan olinadigan foydani baham koʻrishga asoslangan sherikchilik korxonasi.

**Erkin iqtisodiy zonalar** – qoʻshma sohibkorlik hududlari, xorij kapitalinig erkin amal qilishi uchun ajratilgan maxsus hudud.

**Erkin savdo zonasi** – maʼlum bir hududlarni iqtisodiy oʻz ichiga olgan, boj toʻlovlaridan ozod qilingan savdo hududi.

**Qarz-kredit kapitali** – bank, budjet, moliya muassasalari yoki boshqa korxonalarlan olinadigan kreditlar, chiqariladigan obligatsiyalar evaziga shakllanadi.

**Qoʻshma kapital** – tezda jalb etilgan resurslar boʻlib, u asosan aksiyalarni sotish, pay va kirish badallarini toʻplash, korxonalarni birlashtirish natijasida aktivlarning koʻpayishi evaziga shakllanadi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. - T.: O'zbekiston, 2009. - 40b.
2. "Tadbirkorlik to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi qonuni. - T.: O'zbekiston, 1991.
3. "Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi qonuni. - T.: O'zbekiston, 1995.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. Ta'lim muassasalarining bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. 2010-yil 28-iyul.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. Monopoliyaga qarshi ishlarni tartibga solish va raqobatni rivojlantirish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida. 2010-yil 26-fevral, PF-4191-son.
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. «Barkamol avlod yili» Davlat dasturi to'g'risida. 2010-yil 27-yanvar.
7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. Mamlakatimizda nooziq-ovqat iste'mol tovarlari ishlab chiqarishni kengaytirishni rag'batlantirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. 2009-yil 28-yanvar, PQ-1050-son.
8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. Oziq-ovqat tovarlari ishlab chiqarishni kengaytirish va ichki bozorni to'ldirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. 2009-yil 26-yanvar, PQ-1047-son.
9. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. Iqtisodiyotning real sektori korxonalarini qo'llab-quvvatlash, ularni barqaror ishlashini ta'minlash va eksport salohiyatini oshirish chora-tadbirlari dasturi to'g'risida. 2008-yil 28-noyabr, PF-4058-son.
10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. Tadbirkorlik subyektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida. 2005-yil 14-iyun, PF-3619-son.
11. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. Mikrofirmalar va kichik korxonalarini rivojlantirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. 2005-yil 20-iyun, PF-3620-son.
12. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. Tadbirkorlik subyektlarining xo'jalik sohasidagi huquqbuzarliklari uchun moliyaviy javobgarligini erkinlashtirish to'g'risida. 2005-yil 24-iyun, PF-3622-son.
13. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. Tadbirkorlik subyektlari tomonidan taqdim etiladigan hisobot tizimini takomillashtirish va uni noqonuniy talab etganlik uchun javobgarlikni kuchaytirish to'g'risida. 2005-yil 15-iyun, PQ-100-son.
14. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori. Bozorni iste'mol tovarlari bilan to'ldirishni rag'batlantirish hamda ishlab chiqaruvchilar va savdo tashkilotlarining o'zaro munosabatlarini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida. 2002-yil 13-noyabr.
15. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqamiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor

yo`nalishlarga bag`ishlangan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma`ruzasi. //Xalq so`zi, 2011-yil 22-yanvar.

16. Karimov I.A. Asosiy vazifamiz Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir. /I.A.Karimov. -T.: O`zbekiston, 2010. 80 b.

17. Karimov I.A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O`zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo`llari va choralari. /I.A.Karimov. -T.: O`zbekiston, 2009.-56b.

18. Karimov I.A. Bizning bosh maqsadimiz jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir. -T.: O`zbekiston, 2005. 136b.

19. Karimov I.A. Mamlakatimiz taraqqiyotining qonuniy asoslarini mustahkamlash faoliyatimiz mezonini bo`lishi darkor. //Xalq so`zi, 2006-yil 25-fevral.

20. Karimov I.A. Erishilgan yutuqlarni mustahkamlab, yangi marralar sari izchil harakat qilishimiz lozim. //Xalq so`zi, 2006-yil 11-fevral.

21. O`zbekiston Respublikasining Statistika Axborotnomasi 2010. Toshkent-2011.

22. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. 4-е изд., перераб. и доп. -М.: КНОРУС, 2010. 680 с.

23. Березин И. С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение. -М.: Вершина, 2008. 480 с.

24. Предпринимательство: Учебник /Под. ред. М.Г. Лапуста. 4-е издательство, доп. -М.: ИНФРА-М, 2008. - 667 с.

25. Носова Н.С. Конкурентная стратегия компании, или Маркетинговые методы конкурентной борьбы / Н.С. Носова.- 2-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»; Саратов: ООО «Англейс», 2010. - 256 с.

26. Соловьев Б.А., Мешков А.А., Мусатов Б.В. Маркетинг: Учебник. -М.: ИНФРА-М, 2010. 336 с.

27. Qosimova M.S., Yusupov M.A., Ergashxodjayeva Sh.J. Marketing. Darslik. -T.: TDIU, 2010.-263b.

28. Лапуста М.Г. Малое предпринимательство: Учебник.- М.: ИНФРА-М, 2008.- 685 с.

29. Бизнес-планирование: учебник/ под ред. В.М.Попова и др.- 2е изд., перераб.и доп.- М.: Финансы и статистика, 2009.- 816 с.

30. Мак-Дональд М. Сфера услуг. Полное пошаговое руководство по маркетинговому планированию. -М.: Эксмо, 2009. 448 с.

31. Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. -T.: TDIU, 2010. -267b.

32. Bekmurodov A.Sh., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva Sh.J. Strategik marketing. O`quv qo`llanma. -T., 2010.-161 b.

33. Проветов Г.И. Международный Бизнес: задачи и решения: Учебно-практическое пособие. - М.: «Альфа-Пресс», 2009.- 160 с.

34. Цвиркун А.Д., Акинфиев В.К. Бизнес план. Анализ инвестиций. Методы и инструментальные средства.- 2-е изд., перераб. и доп.- М.: Ось-89, 2009.- 320 с.

35. Попов В.М. Бизнес- планирование: учебно-практическое пособие. - М.: КНОРУС, 2009.- 480 с.

36. Малый бизнес: Учебное пособие /кол. авторов; под ред. В.Я. Горфинкеля. - М.: КНОРУС, 2009.- 336 с.
37. Просветов Г.И. Оценка Бизнеса: задачи и решения: учебно-методическое пособие. 3-е изд. доп. - М.: «Альфа-Пресс», 2009.- 238 с.
38. Малое предпринимательство: организация, экономика, управление: Учебное пособие. /Под ред. А. Д. Шереметова. - М.: ИНФРА-М, 2009.- 480 с.
39. Пелих А.С. Бизнес - план или как организовать собственный бизнес.- 4-е изд., перераб. и доп.- М.: «Ось-89», 2008.- 112 с.
40. Романова М.В. Бизнес- планирование: Учебное пособие. - М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2008.- 240 с.
41. Петров К.Н. Как разработать бизнес - план. Практическое пособие с примерами и шаблонами, 2-е изд. -М.: «ООО И.Д. Вильямс», 2008.- 384 с.
42. Теслинов А.Г. Концептуальное мышление в разрешении сложных и запутанных проблем.- СПб.: Питер, 2009.- 288 с.
43. Моран, Гвен. Бизнес план.- изд. 2-е.- М.: АСТ, 2008.- 320 с.
44. Сборник бизнес планов: практическое пособие. /Под ред. Ю.Н. Лапыгина. - М.: «Омега-Л», 2008.-310 с.
45. Боголдин- Малых В.В. Бизнес - стратегии и операционный маркетинг на рынке услуг: Учебное пособие. - НПО «Модек», 2008.- 608 с.
46. Попов В.М. Финансовый бизнес-план: Учебное пособие.- 2- изд.- М.: Финансы и статистика, 2007. - 464 с.
47. G`oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik – mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. –Т.: “Fan”, 2011. -185 b.
48. O`zbekiston Respublikasi hukumati rasmiy veb-sayti [www.gov.uz](http://www.gov.uz)
49. O`zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo`mitasi rasmiy veb-sayti, [www.stat.uz](http://www.stat.uz)
50. O`zbekiston Axborat Agentligi veb sayti, [www.uza.uz](http://www.uza.uz)
51. <http://www.unece.org/sme/cjnfrm01.htm>



## MUNDARIJA

KIRISH.....	3
1-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNING MOHIYATI VA MAZMUNI.....	10
1.1.Kichik biznes va tadbirkorlik tushunchalari, ularning mohiyati va mazmuni.....	10
1.2.Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy, ijtimoiy va huquqiy asoslari.....	22
1.3.Kichik biznes va tadbirkorlik muhiti hamda unga ta'sir etuvchi omillar.....	25
1.4.Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning maqsadi va vazifalari.....	32
1.5. Kichik biznesni belgilovchi mezonlar.....	37
1.6.O`zbekistonda kichik biznesning rivojlanishi va uning iqtisodiyotda tutgan o`rni.....	40
1.7.O`zbekistonda kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish yo`nalishlari.....	46
1.8. Kichik biznesni rivojlantirishni davlat tomonidan qo`llab-quvvatlashning xorij tajribasi.....	57
2-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINING TURLARI VA SHAKLLARI.....	63
2.1.Tadbirkorlik faoliyatining turlari.....	63
2.2.Tadbirkorlik faoliyatining shakllari.....	78
3-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH.....	92
3.1.Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish va davlat ro`yxatidan o`tkazish tartibi.....	92
3.2.Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalariga litsenziya berish tartibi.....	97
3.3.Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini boshqarishning maqsadi va vazifalari.....	99
3.4.Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalari boshqaruvining tashkiliy tuzilmalari.....	100
3.5.Kichik biznes va tadbirkorlikda rahbarning boshqaruv uslubi.....	106
4-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH.....	109
4.1.Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida marketingning ahamiyati.....	109
4.2.Tadbirkorlik faoliyatida bozor segmentlashning o`rni.....	112
4.3.Tadbirkorlik faoliyatida marketing tadqiqotlarining roli.....	117
4.4.Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyati uchun marketing dasturini ishlab chiqish.....	119

5-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISH .....	126
5.1. Biznes reja, uning ahamiyati, mohiyati va mazmuni.....	126
5.2. Yangi tashkil etilgan korxonani boshqarish.....	133
5.3. Kichik korxonalar faoliyatini iqtisodiy tahlil qilish.....	137
 6-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIGA XIZMAT KO`RSATUVCHI BOZOR INFRATUZILMALARI.....	145
6.1. Infratuzilma tushunchasining mohiyati va mazmuni.....	145
6.2. Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli.....	149
6.3. 2009-2012 yillarga mo`ljallangan inqirozga qarshi choralar dasturida belgilangan ustuvor vazifalarni amalga oshirishda bank tizimining tutgan o`rni.....	156
6.4. Tijorat banklari depozitlariga aholi va xo`jalik subyektlari bo`sh pul mablag`larini jalb etish va bank xizmatlari turini rivojlantirish .....	158
6.5. Iqtisodiyotni modernizatsiyalash va investitsion faollikni oshirish, iqtisodiy nochor korxonalarini moliyaviy sog`lomlashtirish jarayonida banklarning ahamiyati.....	161
6.6. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarini soliqqa tortish, ulardan olinadigan soliq turlari va soliq imtiyozlari.....	168
6.7. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarida audit va auditorlik taftishini o`tkazish.....	174
6.8. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini axborot bilan ta`minlashni tashkil etish.....	177
 7-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA ISHLAB CHIQRISH XARAJATLARI VA MAHSULOT TANNARXI TAHLILI.....	189
7.1. Ishlab chiqarish xarajatlarining mohiyati, tarkibi va elementlari .....	189
7.2. Mahsulot tannarxi va uni hisoblash usullari.....	192
 8-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING MOLIYAVIY FAOLIYATI TAHLILI.....	208
8.1. Kichik biznes va tadbirkorlikning moliyaviy faoliyatini ifodalovchi ko`rsatkichlar .....	208
8.2. Kichik biznes va tadbirkorlikni kredit bilan ta`minlash shakllari....	211
8.3. Kredit stavkasini aniqlash.....	217
8.4. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy samaradorligi..	218
8.5. Samaradorlikni baholovchi ko`rsatkichlar .....	229
8.6. Samaradorlikni oshirishning asosiy yo`nalishlari.....	231
 9-bob. TADBIRKORLIK ETIKASI VA MADANIYATI.....	234
9.1. Tadbirkor rahbar etikasi.....	234
9.2. Tadbirkor madaniyati .....	236

9.3.Tadbirkor rahbar faoliyatining ruhiy-psixologik xususiyatlari .....	242
9.4.Tadbirkor rahbar faoliyatida mojaroli holatlar va ularni hal etish usullari .....	248
10-bob. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING EKSPORT SALOHIYATINI BAHOLASH.....	253
10.1.Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyati va eksportchi korxonalarining davlat tomonidan qo`llab-quvvatlanishi .....	253
10.2.Ekportning tovar va geografik tarkibini takomillashtirish .....	255
11-bob.O`ZBEKISTONDA KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI .....	260
11.1. O`zbekistonda ilg`or ilm-fan yutuqlari va innovatsion texnologiyalarga asoslangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish istiqbollari.....	260
11.2. Aholi bandligini samarali ta`minlash va farovonligini yuksaltirishning muhim omili sifatida oilaviy biznesni rivojlantirish istiqbollari.....	267
11.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini qo`llab-quvvatlashda mikrosarmoyalar hajmini oshirish orqali ularni moliyaviy barqarorligini ta`minlash omillari .....	281
11.4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini qo`llab-quvvatlashda soliq imtiyozlarini berish tizimini takomillashtirish masalalari .....	286
11.5. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish asosida aholi bandligini ta`minlash yo`llari.....	292
11.6. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning iqtisodiyot tarmoklarida rivojlantirish masalalari.....	297
11.7. Istiqbolda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini izchil rivojlantirishning asosiy yo`nalishlari.....	300
IZOHLI LUG`ATLAR.....	311
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO`YXATI.....	325