

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

GULISTON DAVLAT UNIVERSITETI

“BIZNES BOSHQARUV ASOSLARI”

FANI BO'YICHA

O'QUV-USLUBIY MAJMUA

Guliston - 2021

Mazkur o'quv-uslubiy majmua Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining 20__ yil _____dagi _____-sonli buyrug'i bilan tasdiqlangan o'quv reja va dastur asosida tayyorlandi.

Tuzuvchilar: GulDU katta o'qituvchi Maxmudov SH.X

GulDU o'qituvchi Eshpulatov D.B.

O'quv-uslubiy majmua Guliston davlat universiteti

Ilmiy-uslubiy

kengashning 2021 yil _____dagi____-sonli qarori bilan tasdiqqa tavsiya qilingan

Mundarija

1-Mavzu. Iqtisodiy tizimlar va qarorlar.....	4
2-Mavzu: Iqtisodiy faoliyat.....	13
3-Mavzu: Global iqtisodiyotda biznes.....	20
4- Mavzu: Ijtimoiy masuliyat va biznes madaniyati.....	29
5-mavzu. Biznesda boshqaruv funksiyalari.....	34
6- Mavzu: Biznesni tashkillashtirish.....	
7-Mavzu:Tadbirkorlik va kichik biznes boshqaruvi.....	45
8- Mavzu: Boshqaruv va yetakchilik.....	52
9-Mavzu. Inson resurslari, madaniyat va faoliyat turlari.....	69
10-Mavzu. Karyerani rejalashtirish va rivojlantirish.....	80
11-Mavzu:Xodimlar rag‘batlantirish.....	88
12-Mavzu MARKETING.....	110
13-Mavzu BIZNES VA TEHNOLOGIYA.....	115
14-Mavzu Moliyaviy menejment.....	172
15-Mavzu ISHLAB CHIQARISH VA BIZNES OPERATSIYALARI.....	123
16. Risk Menejmenti.....	129
17. INVESTITSIYA STRATEGIYASI VA OMONAT.....	141
18. SUG’URTA.....	155

1-Mavzu. Iqtisodiy tizimlar va qarorlar

Reja:

- 1.Ehtiyoj va xohishlar
- 2.Iqtisodiy tanlov.
- 3.Iqtisodiy tizim mazmuni.
4. Iqtisodiy qonunlar

Umumiy iqtisodiyotda kasbni rejalashtirish.

Iqtisodchi biznes dunyosida muhim ro'l o'ynaydi. Ular tez-tez bashoratchilardek gapirishadi. Ular iqtisodiy o'zgarish kelishini oldindan aytib berishga harakat qilishadi. Bu juda muhim vazifa, biznes va hukumat rasmiylari va hatto iste'molchilar go'yoki bu bashoratlarni kelgusi iqtisodga ta'sir ko'rsatishda ishlarishadi. Ko'pgina iqtisotchilar davlat ishlarida, biznesda va biznes tashkilotlarida, yoki o'qtuvchi va professor bo'lib kollej va universitetlarda ishlashadi. Iqtisodchilar tashkilotlarda biznesda yuz berishi mumkin bo'lgan bozor hajmini, Iste'molchi talablarining o'zgarishlari, sotishdagi o'zgarishlar va narxlarni oldindan aytib berish uchun ishlaydi. Ular raqiblarning o'sishi va bozor taqsimotini analiz qiladi va o'zlarining kompaniyasiga g'oyani(rejani) qandayligini tavsiya qiladi. Bugungi kunda, iqtisodchilar xalqaro iqtisodiyot va o'zlarining kompaniyalari ishlab turgan yoki kengaytirilishi rejalashtirilgan davlat iqtisodiy holatiga e'tiborini qaratmoqda.

Ishga oid sarlavha:

- Kotib;
- Mahsulot vositachisi;
- Narx belgilovchi;
- Iqtisodiy jurnalist;
- Iqtisod o'qituvchisi yoki professori;
- Ma'lumotlarni aytib beruvchi asistent;
- Pul kirituvchi analitik;
- Hisobchi analitik;

Umumiy iqtisodiyotda kasb qulayliklarini tahlil qilish.

Umumiy iqtisodda ish faoliyati haqida ko'proq o'rganishni xohlasangiz kutubxona va internet manbalaridan foydalaning. Yuqoridagi qutidan kasb sarlavhalaridan bittasini tanlang va quyidagi savollarga javob bering.

1. Ishdagi eng kam pedagogik talabni aniqlang. Boshqa o'rganish yoki o'qitish olg'a yurish uchun kerakligini tushuntiring.

2. Bu kasb sizni qiziqtirdimi? Qanchalik bu kasbda siz talantingizni, qobilyatingizni va mahoratingizni ishlata olishingizni tasavvur qiling.

Birlashgan iqtisodchilar nima ish qilishadi? Piyer Latrob har kuni ertalab o'zining offiga boradigan yo'lida. Xuddi birlashgan analitikdek, u ertalabki korsatmalarni tayyorlashga yordam berayapti. U Yevropa iqtisodiy ko'rsatkichlarini o'zgarishlarni kuzatishga masul. Shahar boshidan yo'lovchi poyezdlarini asosiy sarmoya bozorlari haqidagi ma'lumotlarni internet orqali tekshirib turadi. Keyin Yevropa iqtisodiga ta'sir ko'rsatadigan xalqaro yangi xizmatlarni asosiy savdolarini tekshiradi. U ofisga yetib kelishi bilan diagrammalarini va qaydlanni jamoa bilan uchrashuvdan oldin yangilab chiqadi. Uning ish kuni odatda soat 2 gacha davom etadi, lekin u iqtisodiy ma'lumotlarni hatto uning dam olish vaqtida ham tekshirib turishi mumkin.



Maqsadlar:

- * 1.Ehtiyoj va Xohishlarning farqini tushuntiring.
- * 2.Mahsulot va xizmatlar farqlash.
- * 3.Iqtisodiy manba turlarini tasvirlash.
- * Kalit soʻzlar:
- * Ehtiyojlar 6
- * Xohishlar 7
- * Tovarlar 7
- * Xizmatlar 7
- * Iqtisodiy resurslar 9

Haqiqiy hayotga nazar tashlash

Gina va Jerman electron doʻkonlardan yaqindagina chiqqan ixcham raqamli mediya player qarab yurgandi.Unda 250GB li super xotira foydalanuvchiga filmlar, rasmlarni olib yurishga va musiqalarni barchasi kichik bir qurilmada saqladi.

Ular qatorda turib,Jerman ayt “Agar u \$400 tursa bilmadim.Sen \$150 turadiga eski madelini olishing mumkin.” Jina javob berdi, “Bilaman, lekin sen video va filmlarni keng ekranda yangi madelda koʻra olasan.” Jerman atrofga qaradi va aytdi, “Bunday qurilmalarning koʻpi,agar bir necha oy kutsang narxi tushib ketadi.Bilmadim U menga hozir kerak.”

Jermanning qarori har birimiz bilan tez-tez duch keladi.Siz ajoyib yangi mahsulot uchun maslahatni koʻrdingiz,lekin sizga kerakmas va hammasiga egalik qila olmasiz.Siz qaysini sotib olish kerakligi va qancha toʻlash qanday aniqlardingiz?

Ehtiyoj va Xohishlar

Qiyin kunlar oʻtayapti,siz oʻzingizda boʻlishni hohlagan mahsulot va xizmat koʻrmaysiz.Siz ularni savdo,Oziq-ovqat doʻkonida va maktablarda koʻrasiz. yoki agar sizga hammasi kerak boʻlsa nimani sotib olish haqida qanday qoroga kelasiz?

Ehtiyoj muhim

Siz koʻp narsani hohlaysiz,lekin haqiqatdan ular sizga kerakmi? Nima kerakligi va nimani hohlayotganingizni aniqlash yaxshi qarorlarning asosiy qismi. Istaklar bu hayot tomonidan talab qilingan narsalar.Hammaga ovqat,suv,toza havo,kiyim va boshpana kerak.Bugungi iqtisoddagi boshqa ehtiyojlar yaxshi taʼlim,yaxshi ish va xavfsizlikdir.Koʻpgina insonlarga oʻqish va ishga borish uchun transport kerak.Sogʻligʻi yomon insonlarga sogʻliqni saqash va meditsina kerak. Istaklar hayotimizga sifat qoʻshadi.

Istak bu-sizning hayotingizga qulaylik va lazzat qoʻshadi. Siz balki brend shimlar va soʻngi mobil texnologiyalarning ismisiz yashay olmayman deb balki ishonasiz, lekin siz yashay olasiz va koʻpchilik insonlar ham.Kichkina uy shkak talab qiladi, lekin insonlar katta uy va hovlini hohlashadi.Jamoat transportlari koʻp shaharlarda mavjud,lekin soʻngi modeldagi qimmatbaho mashina haydovchiga omadli koʻrinishni taminlab berdi.Qaysi xizmat mahsulotlardan ehtiyoj, qaysilaridan esa hohoish qoniqishini aniqlash har doim ham oson emas.Siz yashayotgan mamlakat, oilanganing iqtisodiy koʻrsatgichi va hayot tarsi va siz qilayotgan ish sizga biror narsaning kerak yoki kerak emasligini aniqlashga yozdam beradi.kopgina narsalar kerakligi uchun sotib olinadi.Ular sizning hayotingizni qulay va osonroq qiladi.

Ehtiyoj va hohishlar cheksiz.

Ehtiyoj va Hohishlar tugamaydi.Siz faqat oʻzingizning tasavvuringizda va sotish uchun boshlagan biznesingizda chegaralangansiz.Yangi moda sizning mavjud narsalaringiz talabga javob bermasligiga ishoniradi.Bir marta sotib olish boshqasini sotib olishga sabab boʻladi.Siz soʻngi madeldagi video oʻyin playerini sotib oldingiz va hozir sizga yangi oʻyinlar toʻplami kerak.Yangi oyoq kiyimlari xaridingiz,siz qoʻshimcha hisob kitob qilishni xohlashingizni anglatadi. Sizning hohishlaringiz yana va yana davom etishi mumkin va ular kundan-kun oʻzgarib boradi.Siz oʻylagan mahsulot siz ikki hafta oʻsha narsasiz yashay olmaysiz,hozir unchalik muhim tuyilmaydi va oʻrnini yangi hohish egallaydi.Har bir insonning cheksiz hohishlari bor,lekin bu istaklar har bir insonning istaklari bir xil emas.

Mahsulot va Xizmatlar

Sotib olish va mahsulot, xizmatlarni istemol qilishingiz sizning ehtiyojingga va istaklaringizga qoniqasiz. Mahsulot bu siz ko'radiga va tegishingiz mumkin bo'lgan narsalar. Ular ehtiyoj va istaklaringizni qondirish uchun sotib olishingiz mumkin bo'lgan narsalar. Xizmatlar bu qoniqishni taminlovchi faoliyat, ular ishlab chiqiladi va bir vaqtning o'zida boshqalar tomonidan istemol qilinadi. Siz sotib olgan va foydalangan xizmatlar sizning ehtiyoj va istaklaringizni qanoatlantiradi, lekin boshqacha narsalar, bizneslar siz istemol qilishni hohlagan vaqtingizda sizga xizmatlarni taminlab beradi. Bizneslar va istemolchilar uchun mahsulot va xizmatlar Narsalar va xizmatlar bizneslardek yakka istemolchilar tomonidan xarid qilinadi. Ba'zi narsalar va xizmatlar biznes yoki istemolchilarning foydalanishi uchun yagona hisoblanadi. Boshqalari bir xil lekinturli ehtiyoj va istaklarni keltiqib chiqaradi.

Biznes uchun po'lat, plastik, gazolin va boshqarish maqsadida kompyuter kerak bo'ladi. Unda binolar va jihozlar uchun o'rtacha elektr ta'minoti, xavfsizlik bor, va hisobchilar ro'yxatlar va jarimalarni qaytarish haqidagi xabarlarini saqlaydi.

Istemolchilar mebel, televizorlar, mobil telefonlar, va kitoblar sotib oladi. Ular restoranlarda ovqatlanishadi, o'zi yoqytiradigan ishlarni qilishni davom ettirishadi va o'zlarining mashinalarini xizmat va ta'mirlash uchun dillerga olib borishadi.

Iqtisodiy resurslar. Qanday mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarilishini kerak va hohlaysiz? Individuallar ko'p mahsulot va xizmatlarni boshqa odamlarga o'xshab uzoq vaqt mobaynida yaratishmaydi. Bizneslar mahsulot va xizmatlarni iqtisodiy resurslardan foydalanib ishlab chiqaradi. Iqtisodiy resurslar bu mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqarish uchun foydalaniladigan narsalar. Iqtisodiy resurslar ishlab chiqarish fakori deb ham ataladi. Uch toifadagi iqtisodiy resurslar mavjud: tabiiy, insoniy va capital resurslar. Bizneslar va shaxslar mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarishda iqtisodiy resurslarni kerakliga erishish lozim.

Tabiiy resurslar. Xomashyolarni tabiat tomonidan ta'minlab berilishi Tabiiy resurslar deyiladi. Yer neft, minerallar va nutrienlar o'simlik va daraxtlar o'sishida, hayvonlarni boqishda kerak bo'ladi, kabilardan tashkil topgan. Daryolar, ko'llar, va okeanlar ham ovqat ham suvning manbasi hisoblanadi. Biz nafas oladigan havo bizni o'rab turgan atmosferadan olinadi. Siz foydalanayotgan barcha mahsulotlar bir yoki bir nechta tabiiy resurslardan tashkil topgan bo'ladi. Sabzavodli sho'rvani oddiygina misol qilib olaylik. Uni tayyorlashda qanday tabiiy resurslardan foydalanamiz? Sabzavodlar va ziravorlar boy firma yerlaridan olingan manbalardan foydalaniladi. Suv yomg'ir suvlaridan to'ldirilgan quduq yoki suv omborida keladi. Alimiy yerdan qazib olinadi va bir qancha moddalar aralastirilib kontener ishlab chiqariladi. Dunyo bo'ylab tabiiy resurslarning ko'pligi mobaynida, Ko'pgina hududlarda ularning ta'minlanishi chegaralangan. Istemolning o'sishi juda ko'p tabiiy resurslarning mavjudligi, atrof muhitga zarar yetkazadi. Saqlash va Qaytadan ishlab chiqarish amaliyotlari samaraliroq mahsulot dizayni saqlashda yordam beradi. Inson resurslari. Mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqaruvchi odamlar inson resurslari deyiladi. Sabzavot sho'rvani misol qilib olaylik, ko'pgina odamlar bu mahsulotni tayyorlash, ish talabini to'ldirish uchun bir qancha odamlar kerak bo'ladi. Fermalar uy hayvonlari va o'simliklarni yetishtiradi. Zavod ishchilari va menejerlar injinerlar tomonidan tuzilgan jihozlarni ishlatadi va boshqa biznes ishchilari tomonidan ovqat tayyorlash jarayoni ishlab chiqiladi. Yuk mashinalari haydovchilari, savdogarlar, reklama agentligi ishchilari va supermarket ishchilari istemolchilar haridi uchun mavjud bo'lgan sho'rvani tayyorlashda ishtirok etadi. Inson resurslarining yana bir turi boshqaruvchi hisoblanadi. Boshqaruvchi yangi mahsulot va xizmat yaratish uchun resurslardan foydalanib tavakkalchilardir.

Kapital resurslar.

Insonlar tabiiy resurslarni mahsulotga aylantirish uchun uskuna va jihozlardan foydalanishi kerak. Narsalar va xizmatlarni ishlab chiqarishda foydalandigan mahsulot va pullar capital resurslar deyiladi. Kapital resurslar binolar, jihozlar va ta'minlovchi narsalarni qamrab oladi. Ular zavod qurish transportlarni sotib olish yoki ijaraga olish, ishchilar maoshi, ishlab chiqarilishi talab qilinayotgan mahsulot va narsalar va xizmatlar uchun kerak bo'ladigan pulniham qamrab oladi.

Bir qancha odamlar biznes uchun pul kiritishda shuning uchun biznesni ishga tushirishga capital kerak. Bunday kishilar foyda korib pul ishlab topishni mo'ljallashadi.

1.2 Iqtisodiy tanlovlar Asosiy iqtisodiy muammoni izohlang.
Boshqaruv qarorini qabul qilish bosqichlari.

Asosiy iqtisodiy muammo.

Haridor va korxonalar chegaralanmagan hoxish va ehtiyoj chegaralanmagan. Vaholanki, iqtisodiy resurslar chegaralangan. Iqtisodiy resurslarni chegaralanganligi va chegaralanmagan xohish ehtiyojlarning kamchiligi bu asosiy iqtisodiy muammo deb ataladi. Siz sotib olishni xohlagan bir qancha mahsulotga qurbingiz yetadi, lekin ularning hammasi uchun yetarli mablag'ga ega bo'lmaysiz. Sohangizda siz aniq mashg'ulotlarga yoki faoliyatdan tashqari operatsiyalarga duch kelasiz, chunki operatsion harajatlar yillik byudjetingizga qaraganda tezroq o'sadi. Korxonaga ko'proq mahsulot ishlab chiqarish uchun kengaytirilishi mumkin, lekin kattaroq bino uchun yetarli miqdorda yer maydoniga ega bo'lmaydi. Mamlakat aholisini salomatligini yetarli ta'minlab berolmasligi mumkin, chunki u yetarli shifokor yoki shifoxonalarga ega emas.

Asosiy iqtisodiy muammolar yetishmovchilikdan yuzaga keladi. Yetishmovchilik – bu ehtiyojlarni qondirish uchun yetarli resursga ega bo'lmaslikdir. Yetishmovchilik hammaga ta'sir qiladi, lekin ba'zilar boshqalardan ko'proq ta'sir qiladi. Foydasi chegaralangan insonlar o'z mablag'laridan asosiy ehtiyojlarini qondirish uchun eng qulay mablag' sarflash yo'lini tanlashga majburdirlar. Kam tabiiy resurslarga yoki qashshoq ta'lim tizimiga ega bo'lgan davlatlar o'z aholisi uchun yetarli mahsulotlar va xizmatlar taklif qila olmaydi. Agar yo'llar, ko'priklar va temiryo'llar yaxshi ta'minlanmagan bo'lsa, odamlar boshqa yerlarda turli-xil mahsulot va xizmatlarni qo'lga kirita olishmaydi.

Tanlovlar

Har bir shaxs yetishmovchilikka asoslangan holda iqtisodiy qaror qabul qiladi. Shaxslar va oilalar o'z ehtiyoj va xohishlariga qarab ularning daromadini taqsimlashga qaror qilishga majbur. Shaxar tuman va ijtimoiy jamiyat o'z yiqqan soliqlari bilan shahar aholisini ko'plab xizmatlar bilan ta'minlash muammosini hal qilishlari kerak. Zero har kim qiyin tanlov qabul qilishga majbur. Yetishmovchilik sizni muqobillar orasidan tanlashga yoki qaror qabul qilishga majbur qiladi. Siz qaysi qarorni eng muqobili deb qabul qilasiz? Siz odatda yoqtirgan narsalaringizni ko'pchiligini yoki qurbingiz yetkanini tanlaysiz. Faraz qiling siz havtasiga 75\$ daromadga egasiz, agar siz topgan pulingizni oyoq kiyimga sarflasangiz, yakshanba kuni kechqurun do'stlaringiz bilan pizza olishga, kino ko'rishga mablag'ingiz qolmaydi. Siz cheklangan resurslarga yoki chegarali summaga ega ekanligingiz uchun ham, siz hamma narsani bir vaqtda bajarish imkoniyatiga ega emassiz. Siz tanlashga majbursiz – oyoq kiyim, kino yoki pizza – qaysi birini siz ko'proq xohlaysiz. Siz qanday qib aniqlaysiz, bu ikki yo'ldan qaysi biri sizni ko'proq qoniqtiradi? Mantiqiy jarayonga ergashish sizga yaxshiroq qaror qabul qilishga yordam beradi. Bu yo'l ko'pchilik qarorlarni qabul qilish uchun isbotlangan yo'l, lekin bu ko'proq muhim iqtisodiy qarorlar qabul qilishda foydali. Iqtisodiy qaror qabul qilish bu – ehtiyojlarni tanlash jarayoni va xohishlarni qondirish jarayoni hisoblanadi. Siz jarayonni o'rganishingiz bilan qaror qabul qilishingiz osonlashadi va jarayon to'g'ri tanlovlar sari yo'llaniladi.

Tijorat yakunlanishi va narxlardagi qulaylik.

Ko'pchilik tanlovlarda siz bir qancha muqobillar orasidan natija beradiganini tanlay olishingiz kerak. Siz bir muqobildan vos kechsangiz boshqa birini tanlagan bo'lishingiz kerak. Qachonki siz biror narsadan vos kechib boshqasini tanlagan bo'lsangiz, siz tijorat yakunlanishini amalga oshirgan hisoblanasiz. Bu degani siz bir juft ayoq kiyim sotib ololmaysiz chunki siz do'stlaringiz bilan kino ko'rishga va pizza olishga qaror qilgan bo'lasiz.

Qaror qabul qilish jarayoni sizga tanlovlar orasidan eng yaxshisini va eng ko'p natija beradiganini tanlashga yordam beradi. Iqtisodchilar sizga eng qulay narxdagi tanlovlarni ko'rib chiqqan holda muqobillarni baholashni tafsiya etishadi. Qulay narxlar -- bu siz tanlay olmagan kiyingi eng yaxshi muqobil qiymatidir. Qaror qabul qilishda nimadandir vos kechish bu sizning tanlovingizning bir qismi hisoblanadi. Siz biror narsani tanlashdan oladigan foydangiz kiyingi eng yaxshi tanlovdan oladigan foydangizdan kattaroq bo'lishi kerak.

Korxonalar pullarini biror bir qaror uchun qanday sarf qilishdan oldin ular barcha eng qulay narxlardagi qarorlarni ehtiyotkorlik bilan hisob-kitob qilib chiqishadi. Agar ular pullaridan bni qurish uchun yer sotib olishga foydalanishsa qanday tanlovdan vos kechishlariga to'g'ri keladi?

Agar ular pullarini tezroq va ishonchliroq yangi jihoz uchun sarflashda, bundan kattaroq foyda bo'lishi shartmi? Bunda korxonada bino qurish uchun sarflaydigan pulning bir qismigagina yangi jihozga ega bo'lishi mumkin.

Qaror qabul qilish jarayoni.

Siz tezkor tanlov tanlashda hissiyotlardan farqli o'laroq chuqur o'ylangan jarayonlarga asoslansangiz siz yaxshiroq qaror qabul qilishga muvaffaq bo'lasiz. Natijaviy qaror qabul qilish jarayoni 6 bosqichdan iborat.

1. Muammoni tushunish.
2. Tanlovlar bilan tanishish.
3. Har bir tanlovni foydali yoki foydasizligini baholash.
4. Eng yaxshi muqobilni tanlash.
5. Tanlovni ijro etish.
6. Qarorni qayta ko'rib chiqish.

Muammoni tushunish.

Har bir qaror uchun qilingan qaror yaxshi natijaga ega bo'lishi uchun muammo bilan aniq tanishib chiqilgan bo'lishi shart. Agar sizga uchta test uchun ikki soat vaqt berilgan bo'lsa, sizning muammoyingiz testlar uchun chegaralangan vaqtni eng yaxshi taqsimlab chiqish hisoblanadi.

Tanlovlar bilan tanishish.

Sizni muqobillar orasidan tanlovlarga yuzlashishingiz tabiiy holdir. Oldinroq biz 75\$ qanday eng yaxshi sarflash masalasiga to'xtalgan edik. Bunda 75\$ ni oyoq kiyimga yoki pizzaga va kinoga sarflashdan boshqa variantlar ham mavjud, ehtimol siz uni odatiy kunlik xarajatlaringizga sarflashingiz mumkin yoki uni kollej uchun yig'ib qo'yishingiz mumkin. Eng muhimi shundaki siz qaror qabul qilishda barcha muqobillar bilan tanishib chiqishingiz va eng yaxshini tanlashingizdir.

Har bir tanlovni foydali yoki foydasizligini baholash.

O'z qaroringizni yozishdan oldin siz har bir tanlovni foydali va foydasiz taraflari bilan tanish bo'lishingiz kerak. Agar siz oyoq kiyim sotib olsangiz siz uni uzoq vaqt kiyishingiz mumkin, lekin do'stlaringiz bilan kinoga pizzani lazzatidan vos kechishingiz kerak. Agar siz pulingizni yig'ib qo'yishni tanlasangiz ehtimol kiyinroq kattaroq narsaga sarflashingiz mumkinsiz va do'stlaringiz sizga vaqtini sarflashni eng qulay yo'lini belgilab berishi mumkin.

Eng yaxshi muqobilni tanlash.

Tanlovni tanlashda siz malum bir vaqt ichida siz uchun eng yaxshisi qaysi biriligiga ishonishingiz kerak. Garchi siz birinchi uch qadamda yaxshi ishni amalga oshirgan bo'lishingiz mumkin, lekin kiyingi qadam og'ir bo'lishi mumkin. Siz sizning tanlovingiz hozir ham kelajakda ham natijaga ega bo'lishiga ishonchingiz komil kerak.

Tanlovni ijro etish.

Dastlab siz eng yaxshi tanlov qaysi biriligiga ishinch hosil qilishingiz kerak va tanlovni ni bo'lganda ham amalga oshirishingiz kerak. Agar siz pulingizni do'stlaringiz bilan kinoga va pizzaga sarflashga qaror qabul qilgan bo'lsangiz, buni amalga oshirishingiz kerak va rohatlanishingiz kerak. Tanlagan qaroringizdan tashvishlanmasligingiz lozim. Tanlovni qayta o'ylash yoki qilgan qarordan afsuslanish bu sizning kiyingi qarorlaringizga salbiy ta'sir o'tkazishi mumkin. Hayot tanlovlarga to'la. Nimani amalga oshirishing hech qanday muammo emas, sizga yetarlicha vaqt bor muqobillarni sinchikovlik bilan ko'zdan kechirishga. So'ngi bosqich sizga bunday vaziyatlardan xalos bo'lish imkonini berida.

Qarorni qayta ko'rib chiqish.

Siz qaroringiz natijasini tekshirib ko'rish imkonini bo'lsa, siz tanlovingizni qayta ko'rib chiqishingiz muhimdir. 1-10 lik masshtabda qanday qaroringizdan lazzatlanish masshtabini o'lchashingiz mumkin? Bu masshtabda nima yomonu nima yaxshi? Agar siz buni yana bir bor bajarish imkoniga ega bo'lsangiz buni yana bajargan bo'larmidingiz? Siz bu qandayligini bilasiz va boshqa yaxshiroq muqobil haqida o'ylarmidingiz? Oldingi natija sizni qoniqtirmaganmi?

Qaroringizni qayta ko'rib chiqishga asoslanib qanday qib siz qaror qabul qilish jarayonining bu bosqichidan foydalanardingiz? Bu bosqich sizga qaroringiz haqida o'ylashga va

undan o'rnak olishingizga qulaylik yaratib beradi. Kiyingi vaqtda siz bir xil qarorlarga duch kelasiz, bu sizga qulaylik keltirishi mumkin yoki o'rganganlaringizga asosanib sizga boshqa qarorlar qabul qilishga qo'l kelishi mumkin.

Bazi qarorlar tez qabul qilinishiga to'g'ri keladi bazilarida yetarli ma'lumot mavjud bo'lmaydi. Lekin har ikkala vaziyatda ham qaror qabul qilish jarayoni sizga aqilli qaror qabul qilishga yordam beradi.

Uch iqtisodiy masalalar

Dunyodagi har bir mamlakat asosiy iqtisodiy muammo bilan shug'ullanish kerak. Hech bir davlat cheklanmagan resurslarga ega emas va har bir mamlakatda oziq-ovqat, boshpana, ta'lim va sog'liqni saqlash uchun muhim asosiy ehtiyojlari bilan fuqarolar bor.

Foydali resurslar ehtiyoj va xoxishlarni qondirishda qanday foydalanilishini aniqlash uchun, har bir mamlakat 3 iqtisodiy masalalarga javob berishi kerak.

1. Nima mahsulot va xizmatlar ishlab chiqariladi?
2. Qanday mahsulot va xizmatlar ishlab chiqariladi?
3. Ishlab chiqarilgan mahsulot va xizmatlar bilan qanday ehtiyoj va xoxishlar qondiriladi?

Bu savollarga qay tarzda javob berilishi shu mamlakatda qanday iqtisodiy tizim mavjud ekanligini ko'rsatadi.

Nima ishlab chiqarish kerak?

Har bir inson turli xil hunar va qobiliyatlarga ega bo'lgani kabi har bir mamlakat ham turli turdagi va miqdordagi resurslarga ega. Ba'zilar tuproqqa boy va muntazam yomg'irli bo'lib ular katta ovqat zahirasi bilan ta'minlaydi. Yana boshqalarida esa cho'l mintaqasi yoki dexqonchilikni qiyinlashtiruvchi sovuq va uzoq qish hukm suradi. Ba'zi mamlakatlar ko'p neft, ko'mir va boshqa energiya resurslari zahiralarga ega bo'lgan bir paytda, ayrim mamlakatlar faqatgina cheklangan zahiraga ega. Mamlakatning nima ishlab chiqara olishini aniqlashda, undagi mavjud resurslar muhim ahamiyat kasb etadi. Mamlakat boshqa mamlakatlardagi o'ziga kerak bo'lgan resurslarni qo'lga kiritish uchun o'zining ba'zi resurslarini o'sha mamlakatlar bilan ayrboshlaydi.

Hozirgi kunda mamlakatlar mahsulotlarning turi va miqdori bilan, hamda ular o'zlarining muhim xoxish va ehtiyojlarini belgilashida farq qiladi. Bir mamlakat yo'llar va ko'priklar qursa, boshqa mamlakat esa turli xil iste'mol tavarlarini ishlab chiqarishni ko'zlashi mumkin. Ba'zi iqtisodchilar qishloq xo'jaligini rivojlantirishni ko'zlasa, boshqalari har harbiy sohasini quradi. Ba'zi millatlarda namunali kollejlari va universitetlar bo'lsa, qolganlarida esa faqatgina maktablar va ko'p tajribasiz ishchilar bor.

Resurslardan qanday foydalanish va nima ishlab chiqarish hech qachon oson qaror bo'lmagan. Agar mamlakat bir sohaga yoki bir guruh odamlarga juda ko'p resurslarni sarflasa, boshqa ehtiyojlarni qondirish uchun resurs yetmaydi.

Agar ko'p resurslar istemol tovarlarini ishlatish uchun foydalanilsa, mamlakatning yo'llar, energiya va suv tizimlari infrastrukturasi yetarlicha e'tibor berilmay qolishi mumkin.

«Qonun — shu hodisa yoki jarayonga xos ichki, muhim, zaruriy, sabab-oqibatli, doimiy, umumiy, sifat va miqdor bog'lanishini ifodalovchi, barqaror takrorlanuvchi hodisadir».

Shu ta'rifdan foydalanib iqtisodiy qonunlarni quyidagicha ifodalash mumkin: Iqtisodiy qonunlar — iqtisodiy hodisa va jarayonlar o'rtasidagi muhim, barqaror takrorlanuvchi, iqtisodiy zaruratni taqozo etuvchi sabab-oqibat, sifat va miqdor bog'lanishlari, aloqalaridir. Iqtisodiy qonunlar yrim kishilarning xohish-irodasidan qat'i nazar amal qiladi. Bu jihatdan iqtisodiy qonunlar tabiat qonunlariga o'xshab ketadi. Lekin iqtisodiy qonunlarni tabiat qonunlaridan farqlay bilish kerak. Ular o'rtasida muhim va printsipial farqlar mavjud:

1. Tabiat qonunlari — bu tabiatga xos qonunlar, ular tabiat uchun ham, jamiyat uchun ham umumiy. Iqtisodiy qonunlar esa jamiyat ijtimoiy hayotining rivojlanishi, insonlarning xo'jalik aoliyati qonunlaridir.
2. Tabiat qonunlari abadiy, iqtisodiy qonunlar esa tarixiy xarakterga ega.
3. Tabiat qonunlarini ochish, bilib olish, o'rganish, ulardan foydalanish nisbatan ancha tekis, illiq yuz beradi, hamda tabiat qonunlarining inson tomonidan buzilishi oqibatlari tezda yuzaga hiqadi. Iqtisodiy qonunlarsa bu jihatdan aksincha. Sababi insonning o'zi murakkab, undan tashqari, har bir inson o'z individual hamda guruh ehtiyoji, manfaati bilan maydonga chiqadi. Natijada iqtis

odiy qonunlar «umri tugab borayotgan» jamiyat kuchlarining qarshiligiga duch keladi. Iqtisodiy qonunlarning inson faoliyati orqali buzilishini ilg'ash qiyin. U ma'lum vaqt o'tgandan keyingina yuzaga chiqadi. Siyosiy iqtisod klassiklari iqtisodiy qonunlarni ob'ektivligini e'tirof etgan bo'lsalar, marjinalizm maktabi namoyandalari, aksincha, insonning iqtisodiy jarayonlarda ishtirokining sub'ektiv jihatlariga ko'proq ahamiyat beradilar. Har bir inson biron iqtisodiy faoliyatga kirishar ekan, o'z ehtiyojlarini qondirish nuqtai nazaridan nima qilishi, qanday yo'l tutishi kerakligini «aql tarozisi»da tortadi. Albatta, bu erda odamlarning psi-xologiyasi katta rol o'ynaydi. Agarda inson umrining yarmidan ko'-pi xo'jalik yuritish faoliyati bilan o'tar ekan, unda albattaiqtisodiy psixologiya shakllanadi. Iqtisodiy psixologiyaga iqtisodiy fikrlash, xo'jalik yuritish sabablari va insonlarning ishlab chiqarish, taqsimot, ayirboshlash va iste'molda qatnashuvining sababi bo'lgan iqtisodiy manfaatlar kiradi. Xo'jalik yuritishni, ayniqsa bozor iqtisodiyoti sharoitida iqtisodiy psixologiya aralashuvisiz amalga oshirib bo'lmaydi. Erkin tanlash imkoniyati bor sharoitda kishilar biron qarorga kelishar ekan, buning uchun avvalo iqtisodiy fikrlar, manfaatlar asosida xulosa chiqarishadi. Natijada xo'jalik yuritish jarayo-nida ma'lum psixologik qonunlarningamal qilishi namoyon bo'ladi. Iqtisodiy qonunlar kishilarning maqsadli faoliyati orqali namoyon bo'ladi. Bir xil sub'ektlar xo'jalik jarayonlari ob'ektiv ketma-ketligini tushunib, shu yo'nalishda faoliyat ko'rsatsalar, aksincha, boshqa sub'ektlar o'z manfaatlaridan kelib chiqib, qarshi faoliyat olib boradilar. Buning natijasida ob'ektiv iqtisodiy qonunlar nisbatan kam yoki yuqori barqarorlikda iqtisodiyotning umumiy yo'nalishini aks ettiradigan tendentsiyalar tarzida amal qi-ladi. Iqtisodiy qonunlarning har xil guruhlari va turlari mavjud bo'lib, ular birgalikda jamiyat taraqqiyoti iqtisodiy qonunlari tizimini tashkil etadi. Ular quyidagi guruhlarga bo'linadi:

Maxsus iqtisodiy qonunlar — bu muayyan sotsial-iqtisodiy tizim doirasida amal qiladi. Ular aniq tarixiy xo'jalik shaklining rivojlanish qonunlaridir. Masalan, quldorlik, krepostnoylik, «sotsialistik» taqsimot qonuni va boshqalar. Alohida yoki davriy-oraliq qonunlar. Bularga amal qilish sharoiti saqlangan tarixiy davrlarga xos bo'lgan qonunlar kiradi. Bu qonunlar maxsus tizimlarga aloqasi bo'lmagan holda turli sotsial-iqtisodiy tizimlarni birlashtirib, bog'lab turuvchi munosabatlarga xosdir. Masalan, bozor iqtisodiyotiga xos qonunlar tom ma'nosi bilan shu guruhga kiradi.

Umumiqtisodiy qonunlar. Bu — jamiyat taraqqiyotining barcha bosqichlarida, iqtisodiyotni aniq ijtimoiy shaklidan qat'i nazar amal qiluvchi qonunlardir. Ular odatda, jamiyatning olg'a qarab rivojlanish jarayoniniifodalaydi. Masalan, ehtiyojlarning yuksalib borishi qonuni, vaqtni tejash, ijtimoiy mehnat taqsimotining chuqurlashuvi va oshqalar. qtisodiyotda turli hodisalar, jarayonlar, ular o'rtasidagi aloqalar o'rganilayotganda ma'lum antiqiy tushunchalar—kategoriyalarga tayaniladi. Iqtisodiy kategoriyalarni iqtisodiy qonunlardan farq qilish zarur. Qamiyat iqtisodiy hayotining eng muhim tomonlarini ifodalovchi nazariy (mantiqiy) tushunchalar iqtisodiy kategoriyalar deb ataladi. Ular real iqtisodiy voqelikning ilmiy ifodasidir. Masalan, talab va taklif, bozor, kredit va hokazolar. Iqtisodiy kategoriyalar iqtisodiy qonunlarga o'xshash maxsus alohida (davriy-oraliq) umumiy kategoriyalarga bo'linib, ayrimlari iqtisodiy taraqqiyotning muayyan tarixiy bosqichiga xos bo'lsa, ayrimlari uzoq tarixiy davrga xos, boshqalari barcha bosqichlarga xos. Iqtisodiy munosabatlar rivojlanib boradi, bir munosabat o'rniga boshqasi keladi. Boshqa bir munosabat tubdan yangilanmasa-da, u boyib boradi, uning yangi qirralari paydo bo'ladi. Shu sababli iqtisodiy nazariyada yangi kategoriyalar paydo bo'ladi. Qo'llanilayotgan kategoriyalarning mazmuni kengayadi. Masalan, diversifikatsiya, infrastruktura, integratsiya va hokazo. Nazariy kategoriya va qonunlarni ular qaysi guruhga kirishidan qat'i nazar yaxlitlikda olib o'rganadi. Kategoriya va qonunlar tizimi iqtisodiyotga xos bo'lgan barcha bir-birini taqozo etuvchi, bir-biri bilan bog'liq qonunlar va kategoriyalar majmuasidir. Xo'jalik yuritish jarayonida kishilar o'rtasida iqtisodiy munosabatlar, aloqalar o'rnatiladi. Bu munosabatlar ma'lum tizim tarzida namoyon bo'ladi. Taniqli iqtisodchi V. Leontevning fikriga ko'ra, har bir mamlakatning iqtisodiyoti bu katta bir tizim bo'lib, o'z ichiga turli-tuman faoliyat turlarini qamrab oladi. Iqtisodiy faoliyat ma'lum iqtisodiy tizim sharoitida amalga oshadi. Iqtisodiy tizimga iqtisodchilar turlicha ta'rif berishadi. Masalan, P. Gregori va R. Styuartlarning fikricha, iqtisodiytizim — bu ma'lum geografik hudud doirasida ishlab chiqarish, daromad va uni taqsimlashga doir qarorlar

qabul qilish va uni amalga oshirish mexanizmlari va institutlari (tartiblari) majmuidir. F. Prayor bo'lsa, iqtisodiy tizim iqtisodiy jihatdan o'zini tutish va uning natijalariga bevosita yoki bilvosita ta'sir qiluvchi barcha institutlar, tashkilotlar, qonun va qoidalar, e'tiqod, pozitsiya, an'analar, baholar, taqiqlar va axloqiy sxemalarni o'z ichiga ladi, deb ta'riflaydi. Professor A. O'lmasov iqtisodiy tizimga quyidagilarni kiritadi: a) iqtisodiy resurslar; b) iqtisodiy aloqalar yoki munosabatlar; v) iqtisodiy mexanizm; g) iqtisodiy siyosat. Iqtisodiy mexanizm — bu iqtisodiy taraqqiyotni ta'minlovchi va bir-birini taqozo tuvchi vositalar bo'lib, unga iqtisodiy stimullar (rafbat beruvchi kuchlar), ishlab chiqarish, ayirboshlash va iste'molni tashkil etish, iqtisodiy faoliyatning ixtisoslashuvi, iqtisodiy faoliyat kooperatsiyasi va xo'jalik aloqalarini o'rnatish usullari kiradi.

Ma'lumki, ijtimoiy mehnat taqsimoti va uning chuqurlashib borishi bilan iqtisodiy aloqalar murakkablashadi. Turli-tuman xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning vujudga kelishi va rivojlanishi yuz berali. Natijada ular o'rtasida munosabatlar, aloqalarni tartibga solishning zarurati kelib chiqadi. Buning uchun maxsus siyosiy, huquqiy, qisodiy mexanizmlar yaratiladi. Ular bir butun holda jamiyatning sotsial-iqtisodiy tizimini shkil etadi. Xo'p, tizim deb o'zi nimaga aytamiz? Tizim deb turli elementlar, qismlardan iborat o'zaro zviy bo'flangan, ma'lum tartib asosida tarkib topgan butunlikni tushuniladi. Iqtisodiy tizim jamiyatdagi turli xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'rtasida iqtisodiy munosabatlar, aloqalar, jarayonlarni bir butun holda, muayyan tarzda tarkib topishi va tartibga solinishini ifodalaydi. Iqtisodiy aloqalar, jarayonlar misoli zanjir bo'lsa, har bir xo'jalik, faoliyat yuritish sub'ekti ana shu zanjirning halqasi tarzida namoyon bo'ladi. Bu aloqalar, munosabatlar xo'jalik faoliyati yuritayotgan kishilar o'rtasida yuz beradi. Shuning uchun ham odatda ularni sotsial-iqtisodiy tizimlar deb yuritiladi. Iqtisodga oid adabiyotlarda iqtisodiy tizim va uning rivojlanish tendentsiyasiga turlicha yondashiladi. Ayrimlar, sotsial-iqtisodiy tizimlarga uning tarkibiy ismlarini umumiy jihatiga ko'ra rivojlanish tendentsiyasini aniqlash kerak, deyishadi. Chunki tizimlar rivojlanishining asosiy tendentsiyasi bu umumiylikka, unifikatsiyaga intilishidir. Boshqalari, iqtisodiy tizimlarni ularning farqlariga ko'proq ahamiyat berib o'rganish kerak, chunki ularning farqlari sifat jihatidan yangi xo'jalik tizimi vujudga kelishigava iqtisodiy o'sishga olib keladi, deb hisoblashadi. Xozirgi dunyo turli-tuman iqtisodiy tizimlar mavjudligi bilan xarakterlanadi. Ular tarixiy davrlarda vujudga keladi, rivojlanadi, biri ikkinchisi bilan almashinadi. Jamiyat hayotini yaxshiroq tushunish uchun uning tarixiy taraqqiyot jarayonini bir butun holda ko'rib, rivojlanish bosqichlari, fazalarini tahlil qilish katta ahamiyatga ega. Jamiyat taraqqiyoti, sotsial-iqtisodiy tizimlar va ularning almashinuviga nisbatan keng yoyilgan ondashuvlardan biri formatsion yondashuvdir. Formatsion yondashish asosida jamiyat tarixiy taraqqiyoti rivojlanishining qonuniy bosqichlari va moddiy ishlab chiqarishning besh usuli: ibtidoiy jamoa, quldorlik, feodalizm, kapitalizm va kommunistik ajratib ko'rsatiladi. Materialistik nazariyada tizimlar mulkiy, sinfiy mezonlar asosida qaralib, formatsiya deb ataladi. Ishlab hiqarish usuli iqtisodiy bazis — asos sifatida ajratilib, u ustqurma davlat bilan birgalikda ijtimoiy-iqtisodiy formatsiyani ifodalaydi. Ishlab chiqarish usulining o'zi ishlab chiqarish uchlari va ishlab chiqarish munosabatlaridan iborat. Ishlab chiqarish kuchlari ishchi kuchi yoki oshqacha aytganda, ma'lum malaka va tajribaga ega kishilar hamda ishlab chiqarish vositalaridan tashkil topadi. Ishlab chiqarish vositalari mehnat vositalari va mehnat ashyolaridan iborat. Ishlab chiqarish munosabatlari esa ishlab chiqarish vositalarigamulkchilik munosabatlari, ishlab chiqarish jarayonida sotsial guruhlarining tutgan o'rni, ular o'rtasida faoliyat ayirboshlash, yaratilgan mahsulotni taqsimlash, iste'mol munosabatlaridan iborat.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

- 1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p.
- 2.Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

Қўшимча адабиётлар

1. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
2. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
3. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
4. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz

www.gov.uz

www.lex.uz

www.mf.uz

2-Mavzu: Iqtisodiy faoliyat

Reja:

1. Iqtisodiy faoliyatni o`lchash
2. Iqtisodiy iqlimning o`zgarishi
3. Tadbirkorlik faoliyatning o`lchov birliklari

Iqtisodiy faoliyatni o`lchash

Maqsadlar	Kalit Iboralar	Haqiqiy xayotga nazar
Yalpi ichki mahsulotni aniqlash	Yalpi ichki mahsulot(YIM) 34	O`lchov xarakteristikasini biz xayotning ko`p jabhalarida ishlatamiz. Misol uchun, yaqinda bo`lib o`tgan basketbol o`yinida Rosa Rivera Middletown o`rta maktabi o`quvchisi 19 ochko oldi, 8-marta aldamchi o`tish va 7-marta assistentlik qildi.
Mexnatning iqtisodiy o`lchov birliklarini o`rganish	YIM axoli jon boshiga 35 Ishsizlik ko`rsatkichi 36 Samaradorlik 36	O`sha kundan keyin, maktabning musiqa guruh orkestri musobaqada qatnashishdi va 88.3 ko`rsatkichni ko`rsatishdi. O`rtacha natijalar bilan solishtirganda, bu yaxshi ko`rsatkich edi.
Haridor harajatlari uchun iqtisodiy ko`rsatkichlarni aniqlash	Shaxsiy foyda 37 Chakana tovar aylanishi 37	Endi sizga kelsak, So`ngi 10 yil ichida siz qanchalik o`sdingiz? Siz aytishingiz mumkin “Men 10 yoshga ulg`aydim”. Yoki “Men 50 fundga og`irlashdim”. Yoki “Men hozirda 10C razmeridagi kiyim kiyaman” deb. Shaxsiy o`shini o`lchashda turli xil usullardan foydalansa bo`ladi. Va shunga analog sifatida, tadbirkorlik va iqtisodiy faoliyat ham rivojlanishning ko`rsatkichi sifatida ko`rsatiladi.

Yalpi Ichki Mahsulot (YIM)

Iqtisodiy o`shish maxsulot ishlab chiqarishda va Iqtisodiy tizimidagi xizmatlarning barqarorlikning mustahkamligiga bog`liq. O`zingizning shaxsiy o`shingizni o`lchashning turli xil yo`llari bo`lgani kabi, Iqtisodiy o`shishni o`lchashda ham turli xil usullar qo`llanilishi mumkin. Iqtisodiyotning holatini aniqlashning bunday usullaridan biri, ishlab chiqarish natijalarini yilma-yil taqqoslab borishdir. Davlat ishlab chiqaruvchilardan axborot yig`ishadi va Milliy ishlab chiqarishni hisoblashadi. Eng ko`p qo`llaniladigan usullaridan biri yalpi ichki mahsulotni o`lchashdir. Yalpi ichki mahsulot yoki YIM– bu yil davomida mamlakatdagi barcha ishlab chiqarilgan mahsulotlar yoki ko`rsatilgan xizmat turlari yig`indisi.

CIA World Factbook

Aholi jon boshiga YIM davlatlarda eng yuqori qancha? va Eng pastichi?

2-bo`lim Iqtisodiy faoliyat

YIM ning xususiyatlari:

Jamoa sifatida ishlang

Davlatning YIM o`zida mamlakatning iqtisodiy ishlab chiqarish haqida ma`lumotlarni jamini tashkil etadi. Millatning iqtisodiy rivojlanishini hisoblayotganda jamoa bo`lib faqatgina YIM natijalaridan foydalangan holda to`siqlar ro`yxatini tuzing. Iqtisodiy o`shishning qaysi taraflari mamlakatning YIM da o`z aksini topmasligi mumkin?

YIM ni taqqoslash

Qanchalik ko`p maxsulotlar va xizmatlar ishlab chiqarilsa, shunchalik iqtisodiyot sog`lom bo`lishi isbotlangan. YIMning pul birligi ko`rsatishiga iqtisodiyotning o`lchov birligi sifatida qarashning o`zi bizga to`liq ma`lumot bermaydi.

Iqtisodiy o`shishning o`lchashning boshqa bir usuli YIM ning aholi jon boshiga nisbati yoki Ishlab chiqarilgan mahsulotning aholi soniga nisbati. YIM ning aholi jon boshiga YIM ning mamlakatdagi aholi soniga nisbati orqali aniqlanadi. Misol uchun, o`tgan yilgi bilan taqqoslaganda bu yil YIM da o`zgarish bo`lmadi. Shuni nazarda tutish kerakki, aholi soni oshgan. Bir xil maxsulot miqdori endi ko`proq aholi soniga bo`linishi kerak.

Aholi jon boshiga nisbatan YIM ning oshishi iqtisodiyotning o`shidan dalolat beradi. Kamayishi esa iqtisodiyotning qiyinchiliklarga yuzlanganidan dalolat beradi.

Iqtisodiy faoliyatlarining qaysi birlari YIM ning ichiga kirmaydi?

YALPI ICHKI MAHSULOTNI HISOBLASH			
Mamlakat	Kanada	AQSH	XITOIY
Maydon(km kv)	9,984,670	9,826,675	9,596,961
Aholi	33,212,696	303,824,640	1,330,044,544
YIM	1,285,000,000,000	14,260,000,000,000	8,789,000,000,000
YIM aholi jon boshi hisobida	38,690	46,935	6,608

Ushbu jadval sizga YIM aholi jon boshiga hisoblashda qanday yordam berdi?

Mexnatning iqtisodiy o`lchov-birliklarini aniqlash

Mexnat faoliyatli- Ishchilar mamlakat iqtisodiyotiga turli ko`rinishlarda o`z hissalarini qo`shadilar. Birinchidan ularning mexnat faoliyati kerakli maxsulot va xizmat turlarini yaratadi. Bundan tashqari, ularning ish haqlari turli xil narsalardan qoniqishni qoldirish uchun sarflanadi.

Bandlik- Bu Ishchi kuchining a`zolari mingdan ortiq kasblarda faoliyat yuritishini anglatuvchi. Ular minglab maxsulotlar va xizmatlar ishlab chiqarishadi. Ishchi kuchi 16 yoshdan katta bo`lgan mexnat qilayotgan va ish izlayotganlardan tahkil topgan. Talabalar, nafaqaxo`rlar va boshqa mexnat qila olmaydigan yoki mexnat qilishni hohlamaydiganlar Ishchi kuchi sifatida qaralmaydi.

Iqtisodiy statistic muammolardan biri bu Ishsizlik ko`rsatkichi. Ishsizlik ko`rsatkichi bu Ishchi kuchidagi ishlamaydigan odamlar qismi. Agar insonlar ishlashni xoxlab va ish izlab ammo ish topa olishmasa ularni "ishsizlar" deb hisoblashadi.

Ishsizlik ko`rsatkichi yildan yilga mamlakatning turli xil sohalarda o`lchanadi. Ishsizlikning asosiy sababi turli xil ishchilar tomonidan maxsulot va xizmat turiga bo`lgan extiyoj kamyashinig kengayishdir. Misol uchun, Qanchalik kam inson avtobus orqali harakatlansa, avtobus kompaniyalari shunchalik kam avtobus ishchilariga muxtoj bo`lishadi.

Samaradorlik- Iqtisodiy o`shishning asosiy manbalaridan biri bu har bir ishchining ishlab chiqarish qobiliyati (samaradorlik)ni rivojlantirishdir. Samaradorlik bu sarflangan xarajatga (ishchilarga o`xshab) bog`liq holda, ishlab chiqarilgan maxsulot miqdori. Kompaniyaning kapitali (texnika va texnologiya)ning rivojlanishida, har bir ishchining malakasini oshirish va boshqaruv qobiliyatlarining mavjudligi ishlab chiqarishda ko`proq natija erishishga olib keladi.

Vaqt o`tishi bilan, mexnat samaradorligining ko`rsatkichi ko`tarilishi yoki pasayishi mumkin. Samaradorlikning oshishi o`z ichida yillarni tashkil etishi mumkin, rivojlanishning miqdori odatda kichikroq bo`ladi. Ba`zi vaqlari samaradorlik pasayishi mumkin. Agar ish haqqining miqdori ishlab chiqarishning o`shish miqdoridan tezroq ohsa, maxsulotni ishlab chiqarish narxi va tan narxi oshadi. Ishchilarning ko`proq pul topishiga qaramasdan, narxlarning o`shishi sababli o`zlarining turmush tarzini yaxshilay olishmaydi. Shu sababli ishchilarning samaradorligini oshirish uchun ularni ruhlantirishga qaratilgan e`tibor juda kattadir. Shu yo`l orqali, ishchilar millatning yashash tarzini yaxshilash va o`zlarining shaxsiy hayotini rivojlantirishga hissa qo`shishadi.

Ko`proq xizmat turlari va maxsulot ishlab chiqarish qobiliyati ish kunlaridagi ish soatlarining qisqarishiga imkon beradi. 1890-yillarda ishchining o`rtacha ish soati haftasiga 60 soat bo`lgan. Hozirda ko`pchilik zavod va shartnoma asosidagi ishlardagi ish soatlari 40 soatdan ham kamga qisqartirilgan. Shu bilan birga ba`zi odamlar haftasiga 40 soatdan ko`p ishlash jarayonida qolishni qaror qilishgan. Boshqa mamlakatlar sanoatida ham ishchilarning ish vaqti kamayib, ishlab chiqarish samaradorligi va ish haqqi boshqa vaqtdagiga nisbatan oshgan. Texnologiya va samarali ishlash usullari sababli vaqtning kamayishiga qaramasdan ishlab chiqarish salohiyati oshgan.

Haridor harajatlari

Siz ishlab topayotgan va sarf qilayotgan pul iqtisodiy rivojlanishning asosiy sabablaridan biridir.

Shaxsiy foyda.

Har kuni, insonlar ishlab chiqarishdagi ishtiroki uchun pul olishadi. Shaxsiy foyda oylik ish haqqi va daromadning investitsiyadan foyda va hukumat to`lovlarining shaxslarga to`lanishi ko`rinishida bo`ladi.

Bu fondlar qondirishi lozim bo'lgan maxsulot va xizmatlarni sotib olishda ildiz bo'lib hizmat qiladi. Dunyodagi ko'pchilik davlatlarida ishchi kuchi yaxshi himoyalangan. Qashshoq iqtisodiy iqlim kunlik harajatlarni qoplash uchun oilalarning barcha a'zolarini fermalarda yoki zavodlarda ishlashga majbur etadi.

Oylik tovar aylanishi

Ushbu oylik tovar aylanish ko'rsatkichlari iqtisodiyotdagi umumiy haridor harajatlarining natijalari. Oylik tovar aylanishining o'sishi odatda iqtisodiy o'sishga olib keladi. Kimning ichki tovar aylanishining asosiy buyumlari sifatida o'z ichiga avtomobillar, qurilish materiallar, mebellar, benzin va kiyim-kechaklarni olsa ularni restoranlardan, bozor rastalaridan, ovqat do'konlaridan va aptekalardan harid qilishadi.

Iqtisodiy iqlimning o'zgarishi

Maqsadlar	Kalit so'zlari	Hayotiy misol.
1. Biznes faoliyatining 4 bosqichini o'rganish	Biznes faoliyati aylanish davomiyligi 38 Rivojlanish 38 Kamayish 39 Dipressiya 39 Qaytarish 40 Inflyatsiya 40 Narx indeksi diflatsiya	Siz 5 yil oldingi bilimizga qaraganda hozirda ilmingiz ko'proqmi? Siz 10 yil avvalgiga nisbatan sport bilan shug'ullanish qobiliyatingiz yaxshiroqmi? Sizning mahorat va qobiliyatingiz oshgan sari, oilangizga bo'lgan bo'g'liqlik kamayadi va siz kelajagingizni rejalashtirishni boshlaysiz. Siz pul vatopish uni tejash haqida havotirlana boshlaysiz. Siz o'qishingizni davom ettirish uchun rejalar tuzish haqida o'ylay boshlaysiz. Hayotingizdagi ko'p narsalar o'zgaradi. Sizning ushbu bosqichingiz yangi qobiliyatlarni ochish va kurslardagi qiyinchiliklarga asoslangan bo'ladi. Sizning depozitingining hajmi, pul tomish, tejash va sarflashga asoslangan bo'ladi. Iqtisodiyot uchun o'zgarish bu to'g'ri yo'ldir. O'sish va kamayishlar tadbirkorlikda tez-tez bo'lib turadi. Iqtisodiy iqlim rivojlanisa, Mamlakatdagi sharoit ham rivojlanadi. Taqqoslash uchun, iqtisodiy tendensiyaning pasayishi, haridor va ishchilar uchun qiyinchiliklarni keltirib chiqaradi.
2. Inflyatsiya va deflyatsiyaning sabablari		
3. Foiz miqdorining muhimligini aniqlash		

Biznes faoliyatining 4 bosqichini o'rganish

Biznes faoliyatli sikli.

Iqtisodiy va biznes faoliyati sikl bo'yicha harakatlanishga intiladi. Barcha millatlar tajribasida sinalganidek iqtisodiyotda yaxshi va yomon davrlar bo'lib turadi. Baxtimizga vaqt o'tishi bilan, yomon iqlim yo'qolib, yaxshi iqlim qaytadi.

O'tmishga iqtisodiy o'zgarishlarga e'tibor beradigan bo'lsak, yaxshi kunlardan keyin yomon kunlar va undan keyin yaxshi kunlar o'zgarishini ko'ramiz. Ushbu iqtisodiyotning bir iqlimdan boshqa iqlimga o'zgarish tezligini biznes faoliyati sikli deb ataladi.

Biznes faoliyati sikli bu YIM ning o'sish va kamayishlarning takrorlanishidir. Biznis faoliyati sikllarining 4 asosiy iboralari bor: rivojlanish, pasayish, depressiya va qayta tiklanish.

Rivojlanish

Biznes faoliyati siklining eng yuqori nuqtalaridagi faoliyatni rivojlanish deyiladi. Rivojlanish bu vaqt oralig'i bo'lib, bu oraliqda kimki ishlashni xoxlasa ishlaydi, biznes esa maxsulotlarni va xizmatlarni record darajada ishlab chiqarilayotgan, ish haqqi esa yaxshi, va YIM ning o'sishi esa tezlashgan bo'ladi.

Maxsulot va xizmatlarga bo'lgan talab oshgan. Bu vaqt oralig'ida odatda biznes faoliyati yuqori nuqtalarni egallayotgan bo'ladi. Rivojlanish ham doim davom etmaydi. Iqtisodiyot sekin soviy boshlaydi va faoliyat sekinlashadi.

Pasayish

Iqtisodiyotning sekinlashayotgan, biznes faoliyatining bu fazasi pasayish bo'limi deb ataladi. Pasayish bu vaqt oralig'i bo'lib, bu oraliqda extiyojlar kamayadi, ishsizlik oshib boradi, YIM ning o'sishi esa kalendar yilining 2 va undan ortiq kvartallarida sekinlashadi. Bu bosqich juda ham muhim emas yoki

uzoq vaqt davom etmaydi, lekin bu bog`langan biznesdagi ishchilar uchun qiyinchilik belgisidir. Misol uchun agar insonlar kamroq mashina sotib olishadigan bo`lsa, batareya, balon va boshqa qismlarni ishlab chiqaruvchi ishchilar ishdan ketishadi. Bu holat biznes faoliyatida to`lqin effekti deyiladi.

Vaqt o`tishi bilan, ishlab chiqarish iqtisodiyotning barcha sohalarida kuchsizlanadi, keyin chorakgacha umumiy mahsulot ishlab chiqarish pasayadi. Ba`zi pasayishlar uzoq vaqt davom etadi chunki ishlab chiqarishning kam jihatlari foydalanilganligi va umumiy ehtiyojlar kamayganligi sababli.

Etik analiz yo`nalishlari

Ko`pchilik tadbirkorlik qarorlari turli xil yo`llar orqali qabul qilinadi. Ba`zi mamlakatlarda, odamlar ishlayotgan kompaniyalarida oilalar a`zolarini boshqalarga qaraganda ishga joylashadi. Boshqa joylarda, to`lovlar va sovg`alar biznesni boshlashdan oldin olinishi kutiladi.

Shu va boshqa vaziyatlar etik muammolarni keltirib chiqaradi. Etikalar bu to`g`riлик va noto`g`riлик prinsiplari bo`lib shaxsiy va biznes qarorlarni qilishda yo`naltiradi. Biznes vaziyatdagi etikalarni muhokama qilayotganda ushbu 3 aniqlashtirish savollari qo`yiladi:

1. Faoliyat qonuniymi? Qonunlar Mamlakatlar va shtatlarda turlicha bo`ladi. Ko`pchilik kompaniyalar xalqaro qarorlarni o`zlarining davlatlaridagi qonunlarga asoslanga holda qabul qilishadi. Muammo paydo bo`ladigan bo`lsa, menejerlar boshqa sabablarni, professional standartlar va faoliyatning jamiyatga ta`sirini nazarda tutishadi.

2. Faoliyat professional va kompaniya standartlariga zid emasmi? Tez-tez chegaradan chiquvchi professional yoki kompaniya standartlari qonun tomonidan ko`rilib chiqiladi. Bu esa ikkala tarafdin kompaniya va jamiyatning qiziqishlarini hisobga olgan holda qaror qabul qilish kafolatini beradi.

Kim faoliyat tomonidan harakatga keladi va qanday qilib?

Qarorlar qonuniy va professional yoki kompaniya standartlari ko`rinishida bo`lishi mumkin. Qaror qabul qiluvchilar ishchilar, haridorlar, raqobatchilar, va tashqi muhit o`shidagi o`zgarishlarini e`tibordan qochirmasliklari kerak.

Qayta tiklanish

Iqtisodiy pasayish butun umr davom etmaydi. Biznes faoliyati siklining yoqimli fazasi qayta tiklanish boshlanadi. Qayta tiklanish fazasida ishsizlik kamayadi, mahsulot va xizmatlarga bo`lgan talab ortadi va YIM yana o`shidni boshlaydi.

Odamlar ishlay boshlashadi. Haridorlar kelajaklariga va o`zlariga ishonishib yana sotib olishni boshlashadi. Qayta tiklanish tez yoki past tezlikda bo`lishi mumkin. Agar u davom etsa, xalq ham gullab-yashnaydi.

Harid buyumlarining narxlarini.

Siz biror marta o`layotgan buyumingizning o`lchovi kichrayganu, narxi esa o`sha-o`sha bo`lgan vaziyatni kuzatganmisiz? Siz yangi texnologik mahsulotlarni oldingisiga qaraganda unchalik qimmat bo`lmagan narxda sotib olganmisiz? Bularning barchasi sizning milliy pul birligining sotib olish quvvati.

Inflyatsiya

Ko`pchilik mamlakatlar to`qnash keladigan muammolarning biri bu inflyatsiyadir. Inflyatsiya bu narxlarning umumiy bosqichlaridan oshishidir. Inflyatsiya davrida sotib olish quvvati pasayadi. Agar narxlar o`tgan yil hisobida 5% ga oshgan bo`lsa, 100\$ narxdagi buyumlarni endi bu yil 105\$ narxda sotib olishingiz mumkin bo`ladi. Bu esa xizmatlar va mahsulotlarni sotib olish uchun ko`proq pul talab etadi. Inflyatsiya asosan o`zgarish miqdordagi oylik oladigan inoslarga sezilarli ta`sir etadi. Inflyatsiya sababli, nafaqadagi odamlar va kimning maoshi o`zgarmaydigan bo`lsa oldingiga nisbatan kamroq mahsulot yoki xizmatlar bilan cheklanishga to`g`ri keladi.

Inflyatsiya sabablari

Inflyatsiyaning bir turi, tovar yoki xizmatga bo`lgan talab miqdori yetkazib berish qobiliyatiga nisbatan yuqori bo`lganda namoyon bo`ladi. Katta miqdordagi olingan qarz yoki ishlab topilgan pul miqdori cheklangan tovarlarga sarflanganda, narxlar oshadi. Oylik maoshining oshishiga qaramasdan, mahsulot va tovarlar narxi odatda shunchalik tez o`shidadi, oylikka yashovchilar hech qachon yetishib olisholmaydigan. Ko`pchilik insonlar inflyatsiyani zararli deb o`ylashadi. Haridorlar sotib o`layotgan buyumlariga qimmatroq narxda to`lov qilishlariga to`g`ri keladi. Shu sababli, ishchilar o`zlarining odatiy turmush tarzini saqlab qolish uchun ko`proq pul topishlariga to`g`ri keladi. Ishlab

chiqaruvchilar o'zlari sotayotgan xizmat va maxsulotlarni qimmatroq narxlashlari mumkin. Agar ish-haqqi narxlarga nisbatan tezroq osha boshlasa, biznesmenlar kamroq ishchilarni yollashga to'g'ri keladi va ishsizlik o'sa boshlaydi.

Inflyatsiyani o'lchash

Inflyatsiya tez-tez o'zgarib turadi. 1950-yillar oxiri va 1960-yillar boshi oralig'ida xorijda inflyatsiyaning ko'rsatkichi yiliga 1-3% ni tashkil etgan. 1970-1980 yillar oralig'ida aholining o'rtacha turmush tarzi 10-12% ga yillik ko'rsatkichda oshdi. O'rtacha inflyatsiya (yiliga 2-3% miqdoridagi) iqtisodiy o'sish sababchisi bo'lishi mumkin. O'rta inflyatsiya vaqtida ish-haqqi maxsulot yoki xizmat narxiga qaraganda sekinroq oshadi. Maxsulot savdosidagi narxlarni ishchi kuchini narxi bilan bog'liq holda baland bo'ladi. Ishlab chiqaruvchilar foydaning oshishi hisobiga, ko'proq maxsulot ishlab chiqarishadi va ko'proq ishchilarni yollay boshlashadi. Yangi yollangan ishchilar sarfni oshiradi va iqtisodiyotdagi umumiy extiyoj oshadi. Xorijda, inflyatsiyaning eng ko'p uchraydigan o'lchov birligi sifatida Yashash Narxi Ko'rsatkichi (YNK) deb ataladi. Yashash narxi bu o'lchov miqdori bo'lib, u mazkur yildagi yashash narxini undan oldingi yildagi yashash narxi solishtirish natijasida aniqlanadi. Yashash narxi ko'rsatkichining turli xil ko'rinishlari mavjud. Inflyatsiya ko'rsatkichi aldamchi bo'lishi mumkin, chunki yashash narxi ko'rsatkichi tanlangan guruhlarga asoslangan bo'ladi. Ko'pchilik insonlar ko'rsatkich hisob-kitobidan foydalangan holda tahmin qilishgan narsalarni sotib olisholmaymiz degan noto'g'ri fikrda bo'lishadi. Muxtojlar (oziq-ovqat, gaz, sog'liq maxsulotlari) narxlari muhim bo'lmagan maxsulotlarga nisbatan tez oshishi mumkin. Yuqorida keltirilgan inflyatsiya natijalari haridorlar tomonidan yashash narxining oshish hisoblaridan pastroqdir.

Deflyatsiya

Inflyatsiyaga teskari tushuncha deflyatsiyadir. Deflyatsiya umumiy narx bosqichlarining pasayishidir. Bu holat odatda pasayish va dipressiya vaqt oralig'ida namoyon bo'ladi. Maxsulot narxlari pasayib, lekin insonlarda esa ularni sotib olish uchun yetarlicha pul yo'q. Muhim deflyatsiya 1930 yillardagi buyuk dipressiya davomida xorijda kuzatilgan. Misol uchun, 1929 – 1933 yillar oralig'ida narxlar tahminan 25% ga pasaydi. Deflyatsiya maxsus tovarlar sotuvida namoyon bo'lishi mumkin. So'ngi yillarda, kompyuter va boshqa electron qurilmalarning narxi rivojlangan texnologiyalarga nisbatan sezilarli pasaydi.

Foiz stavkasi

Oddiy qilib aytganda, foiz stavkasi pulning narxini ifodalaydi. Huddi boshqa narsalar kabi pulning ham narxi mavjuddir. Biznes faoliyatida foiz stavkasining ahamiyati juda katta.

Qarz olgan kompaniya va mamlakatlar foiz stavkasi tomonidan zarar ko'rishini mumkin. Kattaroq foiz stavkalari katta biznes narxlarini anglatadi. Haridor sifatida sizga ham foiz stavkasi ta'sir ko'rsatadi. Siz investor yoki jamg'armachi sifatida oladigan foiz miqdori (foyda) joriy foiz stavkalarida o'z aksini topadi. Shuningdek haridorlar ham qarz olishadi. Past kredit ko'rsatkichli insonlar yuqori ko'rsatkichlilarga nisbatan yuqori kredit foizlarini to'lashadi.

Xorijiy mamlakatlarning foiz stavka turlari

Foiz stavkalarining ko'p turlari har bir iqtisodiyotda mavjuddir. Ushbu stavkalar turli muhitlardagi turli narxlarni ifodalaydi. Foiz stavkalarining ba'zi birlari quyidagida keltirilgan:

- **Baziz stavkasi**—bu banklar tomonidan eng yaxshi haridorlar – kata korporatsiyalar uchun taklif qilinadi.
- **Hisob stavkasi** –Fideral Rezerv Banki tomonidan Finans Institutlariga fondlariga beriladigan qarzlarning foizi
- **T-bilet stavkasi** –AQSH hukumati obligatsiyalari bo'lib qisqa muddat (13 hafta)dagi foiz stavkalari.
- **Uzoq muddatli stavka** – AQSH hukumati obligatsiyasi bo'lib uzoq muddat(30 yilgacha)lik foiz miqdori.
- **Ipoteka stavkasi** –Yangi uy olish uchun olinadigan kredit foizi.
- **Korporatsiyalar stavkasi** – AQSHdagi yirik korporatsiyalar uchun beriladigan kredit foizi.
- **Depozit sertifikat stavkasi**—Institutlar depozitlarini saqlash uchun foiz miqdori.

Foiz stavkalarini o'zgarishi

Har kuni pulning narxi turli hil sabablarga ko'ra o'zgarib turadi. Pulga bo'lgan muxtoj va uning zahirasi foiz stavkalarining bosqichlarida eng muhim ahamiyatni kasb etadi. Saqlanadigan miqdor oshsa, foiz stavkalari ham tusha boshlaydi. Turli hil fondlarning mavjudligi bunga sabab bo'ladi. Haridorlar, biznesmenlar va hukumat olgan qarz oshib borsa, foiz stavkasi ham oshib boradi.

Biznes faoliyatining boshqa o'lchovlari

Maqsadlar	Kalit Iboralar	Haqiqiy xayotga nazar
1. Iqtisodiy o'sishni rivojlantiruvchi investitsiya faoliyatini muhokama qilish	Kapital loyiha 44 Zahira 45	“Eddi, ana u yangi oyoq kiyimimi?” – so'radi Fritz “Ha” – javob berdi Eddi, “Senga yoqdimi?” “Ha juda ham, ammo men seni yangi mashina sotib olish uchun zahira yig'ayabsan deb o'ylagandim” Agar siz pulingiz borini sarflayversagiz, kelajakda mashina sotib olish yetarlicha pulingiz bo'lishini kutmasangiz ham bo'laveradi. Bugungi tejamkorligingiz kelajakdagi haridlarni amalga oshirishda yordam beradi. Oddiy qilib aytganda, Tejash va investitsiyalar mamlakat iqtisodiyoti o'sishining asosidir.
2. Hukumat, biznes, haridorning qarzdorlik faoliyatini tushuntirib berish	A'loqa 45 Budjet ortiqchaligi 46 Budjet kamchiligi 46	Hukumatlar, bizneslar va haridorlar kelajaklari uchun tejashlari va investitsiyalar qilishlari lozim. Hukumatning aholi muxtojlarini qondiradigan va ularga kerak bo'ladigan fondlari bo'lishi kerak. Kompaniyalar qurilma va boshqa foydali manbalardan foydali kelajakni tashkillashtirishda foydalanishlari kerak. Boshqa yak shaxslar esa hozirgi harajatlar va kelakdagi iqtisodiy havfsizlik o'rtasidagi muvozanatni bilishilari kerak.
3. Iqtisodiy o'sishning kelajakdagi muammolarini tasvirlash	Milliy qarz 46	

Investitsiya faoliyati

Kelajakga investitsiya kiritish turli xil usullar orqali amalga oshiriladi. Sizing maktabda o'tkazgan vaqtingiz sizning kelajakga kiritgan investitsiyangizdir. Kompaniyalar binolar va qurilmalarni sotib olishayotganda ular kompaniya kelajagiga investitsiya kiritishayotgan hisoblanishadi. Kapital sarflar biznes uchun pul sarflangan va uzoq muddatga olingan buyumlardir. Kapital loyihalar o'z ichiga biznes orqali sotib olingan yerlar, binolar, qurilmalar va maxsulotlar tushiniladi. Kapital loyihalarga pul asosan 3 manbadan keladi: shaxsiy zahiralari, aksiya investitsiyalari va kafillikka pul olish.

Shaxsiy zahiralari

Investitsiya fondlarining muhim qismi shaxsiy zahiralardir. Kompaniyalar bankga yoki boshqa iqtisodiy institutlarda hisob raqami ochishda pullarni ishlatishadi. Bu fondlar yangi maxsulotlar yaratish yoki qimmat qurilmalarni sotib olishga ishlatiladi. Qaytimiga, saqlovchilarga ular saqlayotgan pul miqdoriga qarab foizlar to'lanadi. Mamlakatning iqtisodiy o'sishida bankda pul saqlovchilarning ahamiyati katta. So'ngi yillarda, xorijda bankda pul saqlovchilar miqdori biroz pasaygan, odatda 1% dan pastki ko'rsatkichda. Bu kelajakda iqtisodiy muammolarga olib kelishi mumkin.

Iqtisodiy qiyinchiliklar va zamonaviy bozorlarga moslashish

Rivojlangan iqtisodiy ishlab chiqarish juda ko'p tovar va xizmatlar natijasida kelib chiqadi. Global biznesning rivojlanishi rivojlanayotgan bozorlarga –haridor foydasi va sotuv kuchi iqtisodiy o'sish sababli rivojlanadigan joylarga qaratilgan. Ko'proq ish o'rinlari va ishchilarning ko'proq maoshi olishi orqali, turmish tarsi yaxshilanadi. Ko'pchilik mamlakatlarning texnologiya, ta'lim va biznes tizimlarga bo'lgan kamchilikga qaramasdan ular iqtisodiy rivojlanishga muxtoj bo'lishadi. Hozirgi kunda, Biznesmenlar va boshqa tashkilotlar kuchsiz iqtisodiyotlarga yordam berib kelishmoqda. Treninglar, texnologiyalar, qarzar va boshqa yordamlarni qo'llash orqali ochlik, kasalliklar, toza suv muammolari hal qilinadi.

Bozorlarga moslashish bilan birgalikda kompaniyalar haridorlar hulq-atvori vatalablaridan habardor bo'lishlari kerak. Biznes faoliyatning istiqbolida madaniyat, iqtisodiy iqlim va siyosiy vaziyatlardan habardor bo'lish muhim ahamiyat kasb etadi. Hech kim aniq kelajakda iqtisodiy vaziyat qanday

bo`lishin bilmaydi.Mamlakatdagi turmush tarzini saqlab qolish yoki rivojlantirishda ishsizlar,hukumat,bizneslar,ishchilarvaharidorlarning rivojlanishiga e`tiborni qaratish kerak.Ushbu birgalikdagi ishlar yangi ish o`rinlarin yaratish va odamlarning extiyoj va hohushlarini qondirishga yordam beradi.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

- 1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p.
- 2.Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

1. Қўшимча адабиётлар

5. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
6. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
7. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
8. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz
www.gov.uz
www.lex.uz
www.mf.uz

3-Mavzu: Global iqtisodiyotda biznes.

Global biznes faoliyatlari ko'plab ish bilan ta'minlash imkoniyatlarini yaratadi. Ishlar tashqi savdo, xorijiy distributorlik markazlari bilan bitimlar imzolash, kemalardagi tashishlarni tartibga solish va mahsulotlarning ko'rinishini Amerika va xorijdagilar ehtiyojlari uchun ham mos ravishda rejalashtirish kabilarini o'z ichiga olishi mumkin. Bu vazifalarni amalga oshirishda xalqaro biznes mahorati juda muhim ahamiyat kasb etadigan bir paytda, ularga ishdagi mavqe ta'sir etmasligi mumkin chunki ishchida ko'pincha export va import bilan bog'liq bo'lmagan vazifalari bo'ladi. Transport masalalari bo'yicha boshqaruvchilar masalan AQSHni taqiqlangan import va exportdan himoyalash maqsadida Qo'shma Shtat bojxona xizmati agentlari dengizdan o'tuvchi xorijiy va mahalliy kemalar, shaxslar va mahsulotlarni tekshiruvdan o'tkazadi.

Aloqador ishdagi mansablar:

- Bojxona inspektori;
- Tarjimon;
- Global xaridlar manajeri;
- Yuk tashish inspektori;
- Xalqaro marketolog;
- Xalqaro marketing menejeri;
- Export va importni muvofiqlashtiruvchi;

Xalqlar o'rtasidagi savdo-sotiq

Ko'plab biznes faoliyatlari o'zining mamlakat chegaralari ichida amalga oshiriladi. Mamlakat ichidagi biznes o'sha hududdagi mahsulotlar ishlab chiqarish, sotish va sotib olish hamda xizmatlardir. Xalqaro biznes milliy chegaralardan tashqaridagi savdo-sotiq va xizmatlarni anglatadi. Xalqaro biznes ko'pincha tashqi yoki jahon bozori atamalari bilan yuritiladi. Tashqi savdo misollarni har joydan toppish mumkin. AQSHda ko'plab tabiiy resurslar, mahoratli ishchi kuchi, zamonaviy ishlab chiqarish imkoniyatlari bor bo'lishiga qaramasdan, Amerika kompaniya va iste'molchilari ko'p narsalarga ega bo'lish maqsadida AQSH chegaralaridan tashqarida harakatlanishmoqda. AQSH 180 dan ortiq mamlakatlar bilan hamkorlik aloqalarini olib bormoqda. Avvallari iqtisodiyot milliy chegaralar doirasida nazarda tutilgan. Hozirda xalqaro savdo hajmi oshib borayotganligi sababli, bu chegaralarni endilikda iqtisodiyotdan himoyalashning umuman iloji yo'q. Mamlakatlar bir-biriga bog'liq bo'lgani kabi ularning iqtisodiyoti ham shunday. Iste'molchilar dunyo bo'ylab mahsulot va xizmatlardan foydalanishga o'rganishgan.

Absolut ustunlik

Turli mamlakatlarda ko'plab kompaniyalar o'rtasida ikkita – sotish va sotib olish iqtisodiy prinsipi tushuniladi. Qachonki mamlakat boshqa davlatlarga qaraganda kamroq narxlarda mahsulot ishlab chiqarsa yoki xizmat ko'rsata olsa, absolut ustunlik mavjud bo'lgan hisoblanadi. Bu mamlakatdagi tabiiy boyliklar yoki xomashyolarning ko'pligi natijasida yuzaga kelishi mumkin. Masalan, ba'zi janubiy Amerika mamlakatlarida kofe yetishtirishda va arab mamlakatlarida yoqilg'I ishlab chiqarishda absolut ustunlik mavjud.

Nisbatan ustunlik

Biror mamlakatda nisbatan ustunlik boshqa bir hududga nisbatan bo'lishi mumkin. Agar shunday bo'lsa, u o'z iqtisodiy boyligini qanday maksimallashtirishi bo'yicha qaror qabul qilishi shart. Mamlakatni boshqalariga qaraganda ham computer ham kiyim-kechaklar ishlab chiqarishga imkoniyati yaxshiroq bo'lishi mumkin. Kompyuterlar uchun jahon bozori kiyim-kechaklarnikiga qaraganda kuchliroq bo'lishi mumkin. Bu shuni anglatadiki, mamlakat uchun kompyuterlar ishlab chiqargan yaxshiroq, ammo kiyim-kechaklarni boshqa mamlakatlardan sotib olishga to'g'ri kelgan bo'lar edi. Nisbiy ustunlik biror-bir ko'proq samaraliroq bo'lgan xizmat yoki mahsulot ishlab chiqarishga ixtisoslashgan istalgan mamlakatdagi vaziyat hisoblanadi.

Import qilish

Importlar boshqa davlatlardan sotib olingan narsalar hisoblanadi. Tashqi savdosiz siz sotib oladigan ko'plab narsalar qimmatroq bo'lgan bo'lardi yoki umuman foydalanilmas edi. Boshqa mamlakatlar ba'zi mahsulotlarni arzon narxlarda ishlab chiqaradi, chunki ularda zaruriy xomashyolar yoki arzon ishchi kuchi bor. Agar ular mamlakat ichidagi tovarlardan sifatli bo'lsa,

ba'zi xaridorlar ularni qimmat narxlarda ham sotib olishadi va xaridorlarga chet mahsulotlari ko'proq ma'qul kelishi mumkin. Fransuz atirlari, norvegiya sviterlari, shved soatlari shular jumlasidandir.

Eksport qilish

Boshqa mamlakatlarga sotilgan mahsulot yoki xizmatlar eksportlar deb ataladi. Importlar sizga foydali bo'lsa, eksport boshqa mamlakatdagi iste'molchilar uchun foydali. Dunyo bo'ylab ishchilar AQSHda ishlab chiqarilgan texnikalardan foydalanishadi. Ular AQSH qishloq xo'jalik mahsulotlari bilan oziqlanishadi va AQSHda ishlab chiqarilgan kimyoviy moddalar, mineral og'itlar, dori-darmonlar va plastmassalaridan foydalanadilar. Chet mamlakatlari AQSH kinolarini yoqtirishadi. Ular shuningdek CNN va ESPN kanallarini tomosha qilishadi. AQSH kompaniyalari tomonidan nashr qilingan kitob, gazeta va jurnallarni o'qishadi. Har 6 ta ish o'rnidan bittasi Qo'shma Shtatlar xalqaro biznesi bilan aloqador.

Savdo aloqalarini baholash.

Odamlarning ishlashini asosiy sababi narsalar sotib olish uchun pul ishlab topishdir. Birinchi navbatda ular maosh uchun o'zlarining ishchi kuchlarini sotishadi. Keyin maoshlarining kata qismini mahsulot va xizmatlar uchun sarflaydilar. Insonlar odatda o'zlarining kirim va chiqimlarini muvozanatda ushlab turishga harakat qiladilar. Odamlar agar ular daromadlariga nisbatan ko'proq pul sarflab qo'yhsa, o'zlarida moliyaviy muammolar paydo bo'lishini bilishadi. Odamlar daromadlarini sarflashdan xavotirlanishadi. Iste'molchilar daromadlariga nisbatan ko'proq narsa sotib olishganda, ular qarzdorga aylanishadi. Qachonki mamlakat yetarli bo'lmagan miqdorda savdoni olib borsa, shu yo'sinda ular boshqalarga pul qarz bo'lishadi. Davlatning boshqa davlatlarga ma'lum miqdordagi qarzi tashqi qarzlar hisoblanadi.

Savdo muvozanati.

Mamlakatning umumiy eksport va importlari o'rtasidagi farq savdo muvozanati deyiladi. Agar importga nisbatan eksport ko'proq bo'lsa, bu savdo ortiqchaligi hisoblanadi. Bu savdo-sotiq vaziyati ijobiy hisoblanadi. Agar eksportga qaraganda import ko'proqni tashkil etsa, savdo yetishmovchiligi hosil bo'ladi va bu savdo vaziyati salbiy hisoblanadi. Davlatda bir mamlakat bilan savdo ortiqchaligi bo'lsa, boshqasi bilan savdo yetishmovchiligi paydo bo'lishi mumkin. Shuning uchun ham mamlakatlar o'z xalqaro savdo muvozanatini muvozanatda ushlab turishga harakat qilishadi.

To'lovlar muvozanati.

Mahsulot va xizmatlar eksport va importga asosan ayirboshlashning boshqa ko'rinishlari turli millatlar o'rtasida amalga oshirilishi mumkin. Pul investitsiya va turizm orqali bir mamlakatdan boshqasiga o'tadi. Bir mamlakat fuqarosi korporatsiya orqali boshqa mamlakatga investitsiya kiritishi mumkin. Biznes boshqa bir mamlakatdagi firmaga investitsiya kiritadi. Bir hukumat boshqasiga moliyaviy yoki harbiy ko'mak berishi mumkin. Banklar xorijiy banklarga deposit mablag'larini qo'yish imkoniyatiga ega. Turistlar sayohat qilayotganlarida o'zining davlatidan dam olayotgan davlatiga pul mablag'larini olib kirishadi. Ba'zi davlatlarda sayohat qilmoqchi bo'lganlar davlatdan ma'lum bir miqdordan ko'p bo'lmagan holatda pul olib chiqib ketishlari mumkin. Davlatga kirib kelayotgan va chiqib ketayotgan pul miqdorlari orasidagi farq to'lovlar muvozanati hisoblanadi. Qachonki davlat to'laganidan ko'proq pul qabul qilib olsa, bu ijobiy to'lov muvozanatidir. Aks holda esa salbiy to'lov muvozanat holati yuzaga keladi.

Xalqaro valyuta.

Xalqaro biznesda yuzaga keladigan yagona muammo dunyo bo'ylab foydalaniladigan turli valyuta kurslaridir. Har millatning o'z bank tizimi va pul birligi mavjud. Misol uchun, Rossiya rubl, Yevropa ittifoqi yevro, Braziliya real, Hindiston rupiya va Saudiya Arabistoni riyaldan foydalanadi.

Xalqaro ayirboshlash qiymatlari.

Bu valyutani boshqasi bilan almshtirish jarayoni turli valyutalar oldi-sotdisi bilan shug'ullanuvchi banklarni o'z ichiga oladigan xalqaro ayirboshlash bozorida amalga oshiriladi. Ko'plab yirik banklar biznes va iste'molchilarni valyuta xizmatlari bilan ta'minlaydi. Bir mamlakatdagi valyuta qiymatini boshqasini bilan solishtirilishi ayirboshlash qiymatini belgilab beradi. Valyuta qiymatiga talab va taklif ta'sir qiladi.

Sayohatchi va biznesmenlar bir davlatdan ikkinchisiga borishlari uchun valyutani almashtirib olgan bo'lishlari shart. Boshqa mamlakat hududida bo'lgan sayohatchilar valyuta almashtirish bo'limiga borishlari va xohlagan miqdorda mahalliy valyutadan sotib olishlari mumkin. Ular oladigan mahalliy valyuta miqdori ikkita valyutaning ham o'sha vaqtdagi qiymatlari bilan bog'liq bo'ladi. Valyuta qiymatlari almashish bo'limlarida ko'rsatib qo'yiladi. Dunyo bo'ylab joylashuvlar farq qilishiga qaramasdan, valyuta almashtirish bo'limlarini asosan aeroport, vokzal, mehmonxona va mahalliy banklardan toppish mumkin. Valyuta almashtirish bo'limlaridagi operatorlarga ularning xizmatlari uchun haq to'lanadi.

Valyuta qiymatlariga ta'sir qiluvchi omillar.

Davlatlar o'rtasidagi valyuta almashish baholariga 3ta asosiy omillar ta'sir qiladi: davlatning to'lov muvozanati, iqtisodiy vaziyati va siyosiy turg'unlik.

To'lov muvozanati. Qachonki davlatning to'lov muvozanati ijobiy bo'lsa, uning valyuta qiymati odatda o'suvchi yoki o'zgarmas bo'ladi. Bunga mamlakatning mahsuloti va valyutasiga nisbatan o'sgan talab sabab bo'ladi. Agar mamlakat to'lov muvozanati salbiy bo'lsa, odatda uning valyuta qiymati pasayadi.

Iqtisodiy vaziyatlar. Qachonki narxlar oshsa va davlatning sotib olish imkoniyati kamaysa, uning valyutasiga bo'lgan talab yo'qoladi. Inflatsiya valyutaning sotib olish imkoniyatini kamaytiradi. Masalan, Braziliyadagi giperinflatsiya realga bo'lgan talabni tushurib yuborgan edi.

Siyosiy turg'unlik. Kompaniyalar va yakka tadbirkorlar boshqa davlatda biznes qilayotganlarida tavakkaldan qochishga harakat qilishadi. Agar to'satdan hukumat boshqaruvi o'zgarib qolsa, bu tashqi biznes uchun yomon vaziyatni paydo qilishi mumkin. Bunda kompaniya o'zining binosi, jihozlari yoki banklardagi pullarini yo'qotishi mumkin. Shuningdek, siyosiy turg'unlik yangi qonunlar ishlab chiqilganda ham yuzaga kelishi mumkin. Bu qonunlar oldingi qonun-qoidalar asosida faoliyat olib borishga yo'l qo'ymaydi. Baxtga qarshi bu holat tadbirkorlarning o'zlaridagi valyutalarini qiymatidagi kuchlarini kamaytirib qo'yishi mumkin.

xalqaro biznes muhit

Boshqa mamlakatlarda biznes yuritish odamlar va joylarda orasida mavjud farqlar haqida bilim talab qiladi. Korxonalar to'rt asosiy omillar-geografiyasini, madaniy ta'sir, iqtisodiy rivojlanish, siyosiy va huquqiy masalalar hisobga olishi kerak.

jug'rofiya

Manzil, iqlim, er bilan ta'minlash, portlar, shuningdek, mamlakat ta'siri tadbirkorlik faoliyatining tabiiy resurslari. Juda issiq havo o'stirilishi mumkin ekinlari turlarini cheklaydi. Daryolar yoki okean portlari orqali odamlar osonlik bilan tashqi savd uchun mahsulot yetkazib berishi mumkin. Cheklangan tabiiy resurslari mamlakatlar import bilan o'zaro chambarchas bog'liq.

madaniyat ta'sir

Ba'zi madaniyatlarda, quchoqlab korshish biznes hamkorlikning ishonchli garovi hisoblanadi, boshqa madaniyatlarda esa qol berib korishishni o'zi kifoya.

Madaniyat umumiy xulq, xalq fe'l atvori va jamiyat qiymati hisoblanadi. Xalq madaniyati biznesda kuchli ta'sir ega. Misol uchun olib qaraganda, Meksikada kunning teng yarmida ya'ni tushlikda barcha ishlar to'xtatiladi, chunki ularda an'anaviy tushlik payti tushlikdan zavq olish, dam olish qabul qilingan.

xalqaro biznesda madaniy va ijtimoiy omillar, til, din, qadriyatlar, urf-odat ta'siri asosiy hisoblanadi. Bu munosabatlar, oilalar, kasaba uyushmalari va boshqa tashkilotlar o'rtasidagi hamkorlikni o'z ichiga oladi.

iqtisodiy rivojlantirish

Mamlakatlar va jismoniy shaxslar ehtiyojlarini va istaklarini qondirish uchun cheklangan resurslar muammosi bilan duch keladi. Siz doimo vaqt, pul va energiya foydalanish haqida qaror qabul qilishni o'ylaymiz. Xuddi shunday, har bir tuman uning xalqining ehtiyojlarini qondirish uchun o'z erini, tabiiy resurslarni, boylik va ish foydalanish rejalashtiradi.

Boshqa mamlakatlarda odamlar o'z qishlog'ida, o'zing odamlari uchun mato qilish qo'lli dastgoh boshqarish uchun somon kulbada hayot kechiradi. Bu farqlar iqtisodiy rivojlanish darajasini aks ettiradi. mamlakatning iqtisodiy rivojlanish darajasiga ta'sir qiluvchi asosiy omillar:

- eng yaxshi ta'lim tizimi joriy etish
- o'z fuqarolari uchun ko'proq va yaxshiroq xizmat va tovarlar.

ta'minlash uchun hech qanday ishlab chiqarish yo`qligi.

Sanoati rivojlangan mamlakatlarda xalqaro savdo qo'llab-quvvatlaydiganyana bir omil infratuzilmasi hisoblanadi. Infratuzilma transport, aloqa, tuman va millat muhandislik tizimlari anglatadi. Misol uchun Germaniyani oladigan bo`lsak uning samarali temir yo'l tizimi, avtomobil yo'llari, shuningdek, kompyuterlar, zaif infratuzilma bilan boshqa mamlakatlarga nisbatan xalqaro biznes uchun yaxshi omil ekanligini ko`ramiz.

Siyosiy va huquqiy masalalar. Har kuni siz biznesingiz bilan hukumat ta'sirini ko`rishingiz mumkin. Hukumat reklama va shartnomalarni adolatli ijro tartibiga solishga javob beradi. Ular oziq-ovqat va farmatsevtika idorasini xavfsizlik tekshiradi va talab qiladi. Amerika Qo'shma Shtatlarida odamlar o'z ish faoliyatlarida ko'proq erkinlik bor. Bu barcha mamlakatlarda to'g'ri emas. Ko'p joylarda, iste'molchilar va operatorlar orasida faoiyat cheklangan.

Hukumat buni istasa, u butunlay mahsulot eksport yoki import to'xtatish mumkin. Bu embargo deyiladi. Hukumatlar ko'p sabablarga ko'ra embargo zo'rlab mumkin. Ular har qanday kvota yoki tarif oqimida ustidan xalqaro raqobat o'z sanoatini himoya qilish mumkin. Hukumat dushman guruhlar yoki xalqlarning qo'lga tushishining milliy mudofaa soniya sezgir mahsulotlar, hayotiy ahamiyatga ega, ayniqsa oldini olish mumkin. Hukumat ba'zan boshqa mamlakat harakatlari yoki siyosat o'z o'girishidan izhor, embargo yuklaydi.

Xalqaro savdoga ko'maklashish.

Hukumatning Muayyan xatti-harakatlari xalqaro biznes rishtalarini targ'ib etishi mumkin. Hukumat eksportni iqtisodiy farovonlik ish o'rinlari yaratish va rag'batlantirish uchun samarali yo'l deb biladi. xalqaro savdo targ'ib qilish umumiy sa'y-harakatlari bilan erkin savdo zonasini, erkin savdo shartnomalari va umumiy bozorlarga kiradi.

Erkin savdo hududlari.

xalqaro biznesni rivojlantirishni targ'ib qilish maqsadida, hukumatlar ko'pincha o'z mamlakatlarida erkin savdo zonalarini yaratish. Erkin savdo zonasi mahsulotlari to'plangan va / yoki ishlab chiqarish ishlatiladigan, bepul burchini import va keyin saqlanishi mumkin maxsus maydoni hisoblanadi. A erkin savdo zonasi, odatda, port yoki aeroportda atrofida joylashgan. mahsulot zonasini tark faqat

Import haqi to'lovlari.

rivojlanayotgan mamlakatlarda Mobile moliyaviy xizmatlar

Afrika ko'plab qishloq joylarda, mobil telefonlar yo'l fermer-ERS biznes o'zgaruvchan va iqtisodiy rivojlanish yaxshilanmoqda. Keniya uchun Senegal, mobil telefonlar kabi omonat hisob, joriy hisob va kreditlar, moliyaviy xizmatlardan foydalanish imkonini beradi. Ushbu xizmatlar, ayniqsa kamdan-kam hollarda banklar beri, qishloq joylarda kerak. Fermerlar chorvachilik, qishloq xo'jaligi texnikasi, urug'lik ekinlar uchun, shuningdek, boshqa ish xarajatlarini to'lash mobil telefonlar foydalanishingiz mumkin. Bunday bank va imkoniyati tashkilotlari Xalqaro Afrika va Osiyoda fermerlik, tadbirkorlik egalari va tadbirkorlar xizmat qilish mobil telefon bank tizimi yaratildi. Iste'molchilar, hisob muvozanatni nazorat Xarajatlarni to'lash, debet kartalar bilan jamg'arma hisob saqlab, shuningdek, kichik kreditlar olish uchun o'z telefon foydalaning. Bu kreditlar tez-tez jamoa biznesini yo'lga uchun ishlatiladi. Ba'zi hollarda, banklar, odamlar bir oziq-ovqat do'koni yaratish yordam a kafe ochish yoki to'quv biznesni boshlash uchun telefonlar ijaraga. mablag'lar xodimlari va boshqa biznes xarajatlarini to'lash uchun, telefonda mavjud. fermer va tadbirkorlar biznes muvaffaqiyat bor, ular oziq-ovqat, toza suv, sog'liqni saqlash va ta'lim uchun oilalarga pul bilan ta'minlash ish o'rinlari yaratish tanqidiy o'ylash. 1. kambag'al va qishloq joylarda odamlar uchun mobil telefon bank xizmatlari qanday afzalliklari bor? 2. rivojlanayotgan mamlakatlarda mobil banking xizmatlari haqida batafsil ma'lumot topish uchun internet foydalaning. Erkin tijorat shartnomasi. Ko'plab mamlakatlar, boshqa mamlakatlar bilan erkin savdo shartnomalari o'rnatilgan. savdo shartnomasi bepul a'zo davlatlar muvofiq, shuningdek, import soliqlar va ular orasida kotirovka mahsulotlari savdo to'siqlarni sifatida tanilgan tariflar, olib tashlash uchun rozilik bildirasiz. Bu a'zolari o'rtasida savdo ortishiga olib keladi. Misol uchun, Amerika Qo'shma Shtatlari, Kanada, Meksika, va 1994 yilda Shimoliy Amerika (NAFTA) ning erkin savdo bitimini amalga oshirish boshlandi. Ushbu shartnoma uch mamlakat orasida kotirovka

tovarlar bo'yicha tarif chek qo'yish va tovarlar harakati osonlashtiradi. NAFTA bozorlar va ishtirokchi davlatlar iqtisodiy asoslarini kengaytirish mo'ljallangan. Umumiy bozorlar. Umuman, bozorda, a'zolari tarif va boshqa savdo to'siqlarni xalos. Ular kompaniyalari erkin har bir a'zosi bilan, mamlakatda investitsiya qilish imkonini beradi. Ular ishchi chegaralari bo'ylab erkin harakat qilish imkonini beradi. umumiy bozor ham iqtisodiy hamjamiyati deyiladi. Umumiy bozor ishtirokchilari a'zosi bo'lmagan davlatlardan import qilingan mahsulotlar haqida umumiy tashqi qarzi bor. umumiy bozorlarda misollar Evropa Ittifoqi (EI) va Lotin Amerika integratsiyasi assotsiatsiyasi (ALADI) o'z ichiga oladi. vazifalari a'zo mamlakatlar o'rtasida savdo kengaytirish va mintaqaviy iqtisodiy integratsiya qilish uchun bo'ladi.

Real hayotdagi diqqat markazi

Lavozimga tayinlanganiga 6 oy bo'lgan Kory hamkasblari oldiga kelib o'tirdi va so'radi: "Italiya qanday bo'lgan?" "Men haqiqatan ham qattiq ishladim, lekin Italiya madaniyatini o'rganishga va ba'zi italyan taomlaridan yeyishga vaqt topdim. Boshqa mamlakatda yashash va ishlash yaxshi malaka vazifasini o'tadi va men yana bu ishni takrorlayman. Har qanday holatda ham tan olishim kerakki, men uyda ekanligimdan xursandman"- deb Dankin javob berdi va naychani ichimligiga soldi. "Siz nimani juda sog'indiz?" Dankin ichimligini qo'lga oldi va shunday dedi: "Amerika salqin ichimliklari. Ular menga o'z brendimni topishimni ososlashtirdi, lekin ular bir xil emas edi.

Ko'p millatli kompaniyalar

Ko'p millatli kompaniya bir nechta davlatlarda biznes bilan shug'ullanadigan tashkilotdir. Ko'p millatli kompaniyalar odatda o'z mamlakatida ikkita kompaniyadan va bir yoki undan ortiq boshqa mamlakatlarda esa alohida bo'lingan kompaniyalardan tashkil topadi. Bu kompaniya biznes o'z faoliyatini olib boradigan mamlakat "mezbon davlat" deb nomlanadi.

Ko'p millatli kompaniyalar strategiyalari

Ko'p millatli korporatsiyalar global yoki ko'p millatli strategiyadan foydalanadi.

Global strategiya butun dunyo bo'ylab bir xil mahsulot va marketing strategiyasidan foydalanadi. Bir xil mahsulot dunyo bo'ylab har tomonlama jiddiy bir xil yo'sinda sotiladi. Bunga misol qilib siz bilgan "coca-cola"ni olishimiz mumkin.

Ko'p millatli strategiya har bir davlat bozorini turlicha to'yintiradi. Firmalar savdo-sotiqqa mos keladigan mahsulotlarni va marketing strategiyalarini rivojlantiradi. Ko'p restoranlar ko'p millatli strategiya bo'yicha xizmat ko'rsatishadi. Masalan, ular mahalliy aholi xoxishiga qarab o'zlarining menyularini o'zgartirishanda mana shu strategiyadan foydalanishadi.

Ko'p millatli kompaniyalar yutuqlari

Ko'pgina yutuqlar xalqaro biznes bilan bog'liqdir. Iste'molchilarda yaroqli bo'lgan katta hajmda tovarlar mavjud. Odatda, bu mahsulotlarning narxlari uy sharoitida tayyorlangan mahsulotlarga qaraganda pastroq bo'ladi. Karyera imkoniyatlari kompaniyaning turli xil davlatlarda biznes bilan shug'ullanishini kengaytiradi.

Global biznes faoliyatlari tushunish, muloqot va turli xil millatlar orasida o'zaro hurmatning rivojlanishi uchun asos bo'ladi. Biznesdagi hamkorlar odatda iqtisodiy munosabatlarda do'stona aloqalarni saqlab qolishga harakat qiladilar.

Ko'p millatli kompaniyalarning kamchiliklari

Ko'p millatli kompaniyalar o'zga mamlakatda muhim iqtisodiy kuch bo'lishi mumkin. Bu davlatning ishchilari ko'p millatli kompaniyalarga o'zlarining ishlari yuzasidan bog'liq bo'lishadi. Iste'molchilar tovar va xizmatlar uchun bu kompaniyalarga muhtoj bo'lishadi. Ko'p millatli kompaniyalar davlatning siyosiy kuchiga ta'sir qilishi yoki uni boshqarishi mumkin.

Global bozorga kirish usullari

Kompaniyalar boshqa davlatlarga kengaygan sari, bir necha usullar o'zlari uchun kashf qilinadi.

Litsenziya berish

Ba'zi kompaniyalar boshqa davlatlarda mahsulot ishlab chiqarishni xohlashadi. Xorijiy kompaniyalar ularga o'zlarining shaxsiy protseduralaridan foydalanishga ruxsat berishadi. Litsenziya berish ma'lum bir noaniq mul-mulkdan (ishlab chiqarish jarayoni, tijorat belgisi, brend nomi) tog'ri foydalanib sotish uchun ruxsat berishdir. Gerber kompaniyasi Yaponiyada

chaqaloqlar uchun litsenziyalangan oziq-ovqat mahsulotlarini sotishni boshladi. Televizordan foydalanish yoki sport komandalarining kiyimlaridagi belgilari, jaketlar, daftarlar, yuklar va boshqa narsalar albatta litsenziya shartnomasini talab qiladi. Litsenziyada biroz moliyaviy investitsiya ham mavjud, shuning uchun potensial moliyaviy o'zgarish odatda past bo'ladi. Shuningdek, kompaniyaning xavf-xatari ham past bo'ladi.

Saylash huquqi

Boshqa davlatlarga kengaytirishning yana bir boshqa usuli saylash huquqidir. Saylash muayyan yo'ldagi biznes jarayoni yoki kompaniya nomidan foydalanish uchun to'g'ri yo'l hisoblanadi. Tashkilotlar boshqa davlatlarda o'zaro do'stona biznes aloqalarini yo'lga qo'yish uchun shartnoma tuzadilar. Qo'shma tavakkalchilik Biznes hamkorlik bu ikki yoki undan ortiq kompaniyaning birgalikda ishlashidir. Bunday kelishuvlar ishlab chiqarishda juda ko'p uchraydi. Yaponiya va Amerikaning avtomobil ishlab chiqarishdagi biznes hamkorligi buning yaqqol misolidir. Masalan Ford Motor Company va Mazdaning biznes hamkorligini ko'rishimiz mumkin. Xalqaro savdo tashkilotlari. Xalqaro biznes faoliyati murakkab bo'ladi. Natijada, bir nechta kompaniyalarga xalqaro savdo qilish uchun tashkilotlar yaratiladi.

Jahon Savdo Tashkiloti Jahon Savdo Tashkiloti 1995 yilda savdoni dunyo bo'ylab yoyish maqsadida tashkil etilgan. Unga 150 dan ortiq davlat a'zo, Jahon Savdo Tashkiloti savdo baxslarini va bepul savdo kelishuvlarini tashkillashtiradi. Jahon Savdo Tashkilotining boshqa maqsadlari quyidagilardan iborat:

- a) Bepul savdoga ta'sir etadigan qiymatlarni pasaytirish.
- b) Import hissasini yo'qotish
- c) Banklar, ishonchli kompaniyalar va boshqa moliyaviy tashkilotlarga ta'sir qiladigan to'siqlarni kamaytirish
- d) Qashshoq davlatlarga iqtisodiy ko'mak berish

Xalqaro Pul Jamg'armasi Xalqaro pul jamg'armasi 1946 yilda tashkil etilgan. Xalqaro pul jamg'armasi 150 dan ortiq mamlakatlarning bir-biri bilan iqtisodiy aloqalar o'rnatishga ko'maklashadi. U dunyo savdosi va almashinish darajasini qo'llab quvvatlaydi. Jahon Banki Xalqaro Tiklanish va Taraqqiyot Banki Jahon Banki deb ataladi. U 1944 yilda ikkinchi jahon urushidan keyin, tiklanish uchun ko'mak berish maqsadida barpo etilgan. Hozirda, bankning funksiyasi past darajada rivojlanayotgan davlatlarga iqtisodiy ko'mak berishdan iborat. Bu fondlar aloqa tizimi, axborot almashinish va texnikaning kuchayishi hissa qo'shadi.

Jahon Bankiga 180 dan ortiq a'zo davlat bo'lib, u asosan ikki qismdan iborat: Xalqaro Taraqqiyot Tashkiloti va Xalqaro Moliya Uyushmasi. Xalqaro Taraqqiyot Tashkiloti davlatlarning rivojlanishi uchun kreditlar beradi. **Internet faoliyat** 200 dan ortiq davlatlarda sotiladigan Coca-Cola dunyodagi eng mashxur nomlardan biri. Kompaniya veb-saytiga kirish orqali biz kompaniya mahsulotlarini qanday tayyorlashi haqida ma'lumot va tushunchalarga ega bo'lamiz.

Tanqidiy fikr

1. Ma'lum mamlakat madaniyati haqida ma'lumotga ega bo'lgan veb-sayt toping. Coca-Cola bu mamlakatdagi biznesida hisobga olishi kerak bo'lgan element haqida yozing.
2. Mashxur Amerika mahsulotini ishlab chiqaruvchi boshqa birkompaniya veb-saytiga kiring va uning xalqaro operatsiyalari haqida ma'lumot toping. Dunyoning turli xil madaniyatli haridorlarga hizmat ko'rsatilishida kompaniya harakatlari asoslari haqida yozing. Ishingizni veb-saytdagi bir nechta rasmlar orqali izohlang.

Ishsizlikning yuzaga kelishi

Har kuni Mexikodan Qo'shma shtatlarga ish topish umidida odamlar Qo'shma shtatlar chegarasini kesib o'tishadi. Ba'zilar qonuniy yo'l bilan lekin ko'pchiligi noqonuniy yo'l bilan kirishadi va federal qonunlarni buzishadi. Qo'shma shtatlarda noqonuniy immigratsiya muammosi mavjud. Bu muammo asoslari ish topish uchun musobaqa, terrorizm va noqonuniy moddalar savdosi hisoblanadi. Bundan tashqari ta'lim olishning va tibbiy yordamdan foydalanishning qimmatligi muammosi ham mavjud. Noqonuniy immigratsiya tasir qilgan shahar va shtatlar aholining qonuniy holati va noqonuniy ishchilar kirib kelishini tartibga soluvchi qonunlarni tavsiya qilishmoqda. Muammoni o'rganing va muammoni har ikki tarafi uchun bahsga tayyorlaning.

Har ikki jamoaning ikki yoki uchtdan ishtirokchisi o'z fikrlarini himoya qilish uchun muammo haqida ma'lumot yig'ishi kerak. Jamolarga o'zlari bilan oldindan tayyorlangan materiallar olib kelishga ruhsat beriladi. Har bir qatnashchiga tayyorlanish va namoyish qilish jarayonida ishlatish mumkin bo'lgan qog'oz beriladi. Namoyishdan 15 minut oldin jamolar muammoning ijobiy yoki salbiy tamoni izohlashni tanlashadi. Keyin jamolarga tayyorgarliklarini yakunlashlari uchun 15 minut beriladi. Har bir namoyish davomiyligi 5 minutdan kam bo'lmasligi kerak. Og'zaki namoyishlardan kelib chiqib hakamlar 5 minut davomida namoyishchi o'z fikrlarini himoya qilish uchun savol-javobni boshqarishadi.

Hokimiyat

Hisobchilar, jurnalistlar, restarant nazoratchilari va injenerlar hokimiyatdagi eng ko'p ishi o'rinlariga ega sohalar hisoblanadi. Markaziy, shahar va hududiy agentliklarda 18 milliondan ortiq odam ish bilan taminlangan. Ko'rinib turganingizdek, hokimiyat Qo'shma shtatlar iqtisodiyotida eng ko'p ish o'rinlari taklif qiluvchi hisoblanadi. Markaz ishchilarining 60 foizi menejment, biznes, moliya va professional holatlarni saqlashadi. Biznes va hokimiyatdagi ishlar uchun bir xil tayyorgarlik zarur bo'lsa ham, bazi hokimiyat ishlarida mahsus tayyorgarlik talab etiladi. Oziq-ovqat ishlab chiqarish boshqarmalari va masul shahslar o'zlarining hududlarida aloqador ilmiy va amaliy tajribalarga muhtoj. Bazi markaziy agentliklarda ishlash imkoniyatining ortishi boshqa markaziy sektorlardagi sekin o'sish orqali sezilarli darajada ko'rinmaydi. Mahaliy hokimiyatlar va shahar taklif qilgan xizmatlarga talab oshganligiga qaramasdan, ishchilar qatlami iqtisodiy holatlar va soliqlar ta'sirida qolaveradi. Hokimiyat ishchilari huquqiy shahslar tamonidan belgilangan budjet holati va boshqaruv ta'sirida qoladilar.

Hokimiyatdagi ish jarayoni imkoniyatlarini o'rganish

Hokimiyatdagi ish jarayoni haqida ko'proq o'rganish uchun kutubxonadan va internet resurslaridan foydalaning. Undagi ro'yhatdan ixtiyoriy bitta kasbnini tanlab quyidagi savollarga javob bering.

1. Ishingiz tabiatini qanday tasvirlaysiz? Ish kuningiz davomida sodir bo'lishi mumkin bo'lgan holatlarni ayting.
2. Bu kasb sizni qiziqtiradimi? Kasbingizni sizning qiziqishlaringiz bilan bog'liq jihatlari tushuntiring.

Hokimiyat ishberuvchisi bo'lib ishlash nimaga o'xshaydi...?

Kazlin mahsus maktabda ishlaydi, lekin uning ishi yil bo'yi davom etadi. U pul masalalarini bilan bog'liq jarayonlarda yordamchi hisoblanadi. Uning ishi biznesda pul bilan bog'liq jarayonga o'xshaydi. Kazlin xarajat va to'lovlar hisobotini yig'ishga masul. U lelayotgan hisob varag'i to'g'riligiga va vaqtida amalga oshirilganligiga ishonch hosil qilishi kerak. Kazlin yana bosh okrug buxgalteriyasi bilan harajat hisobotlari va budjetni o'stirish maqsadida ishlaydi. Bu yil mobaynida Kazlin bosh buxgalteriyaga maktab o'quv yili davomida hisobotini namoyish qilishida yordam beradi. Kazlin o'z ishi davomida kompyuter dasturidan foydalanadi. U o'zining buxgalteriya bilimlarini hususiy sektorda ishlatib ko'proq pul topishi mumkin edi. Baland maosh yahshiliga qaramasdan Kazlin o'z ishidan rohatlanadi va u bu kasbni tanlaganidan bahtli.

Siz nima deysiz?

Qaysi hokimiyat ishlari sizni qiziqtirishi mumkin? Shahar yoki tuman moliya holati sizni ularga ishlash hohshingizga qanday ta'sir qilishi mumkin?

Qo'shma tavakkalchilik Biznes hamkorlik bu ikki yoki undan ortiq kompaniyaning birgalikda ishlashidir. Bunday kelishuvlar ishlab chiqarishda juda ko'p uchraydi. Yaponiya va Amerikaning avtomobil ishlab chiqarishdagi biznes hamkorligi buning yaqqol misolidir. Masalan Ford Motor Company va Mazdaning biznes hamkorligini ko'rishimiz mumkin.

Xalqaro savdo tashkilotlari Xalqaro biznes faoliyati murakkab bo'ladi. Natijada, bir nechta kompaniyalarga xalqaro savdo qilish uchun tashkilotlar yaratiladi.

Jahon Savdo Tashkiloti Jahon Savdo Tashkiloti 1995 yilda savdoni dunyo bo'ylab yoyish maqsadida tashkil etilgan. Unga 150 dan ortiq davlat a'zo, Jahon Savdo Tashkiloti savdo baxslarini va bepul savdo kelishuvlarini tashkillashtiradi. Jahon Savdo Tashkilotining boshqa maqsadlari quyidagilardan iborat:

- a) Bepul savdoga ta'sir etadigan qiymatlarni pasaytirish.
- b) Import hissasini yo'qotish

c) Banklar, ishonchli kompaniyalar va boshqa moliyaviy tashkilotlarga ta'sir qiladigan to'siqlarni kamaytirish

d) Qashshoq davlatlarga iqtisodiy ko'mak berish

Xalqaro Pul Jamg'armasi

Xalqaro pul jamg'armasi 1946 yilda tashkil etilgan. Xalqaro pul jamg'armasi 150 dan ortiq mamlakatlarning bir- biri bilan iqtisodiy aloqalar o'rnatishga ko'maklashadi.

U dunyo savdosi va almashinish darajasini qo'llab quvvatlaydi.

Jahon Banki

Xalqaro Tiklanish va Taraqqiyot Banki Jahon Banki deb ataladi. U 1944 yilda ikkinchi jahon urushidan keyin, tiklanish uchun ko'mak berish maqsadida barpo etilgan. Hozirda, bankning funksiyasi past darajada rivojlanayotgan davlatlarga iqtisodiy ko'mak berishdan iborat. Bu fondlar aloqa tizimi, axborot almashinish va texnikaning kuchayishi hissa qo'shadi.

Jahon Bankiga 180 dan ortiq a'zo davlat bo'lib, u asosan ikki qismdan iborat: Xalqaro Taraqqiyot Tashkiloti va Xalqaro Moliya Uyushmasi. Xalqaro Taraqqiyot Tashkiloti davlatlarning rivojlanishi uchun kreditlar beradi. Xalqaro Moliya Uyushmasi

Xalqaro biznes asoslari

- Ichki biznes bu mamlakat ichida tovar va mahsulotlarni ishlab chiqarish, sotib olish va sotish. Xalqaro biznes dunyo miqyosida tovar va xizmatlarni yaratish, tashish va sotish maqsadida olib boriladigan biznes faoliyatidir.

- Mamlakat boshqalarga qaraganda pastroq narxlarda tovar va mahsulotlarni ishlab chiqarish imkoniga ega bo'lganda mutloq ustunlikka erishadi.

Agar mamlakat samamraliroq bo'lgan tovar va xizmatlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashsa, unda solishtirma ustunlikka erishgan hisoblanadi.

- Import bu boshqa mamlakatdan sotib olingan mahsulotlar. Eksport bu boshqa mamlakatlarga sotilgan tovar va mahsulotlardir. Millatlar iste'molchilari uchun tovar va xizmatlarning turini ko'paytirish maqsadida ularning ikkalasi bilan biznes olib boradi.

- Savdo balansi bu mamlakat importi va eksporti o'rtasidagi farq. Davlatning boshqa mamlakatlarga umumiy to'lovlari va ulardan keladigan umumiy daromadi o'rtasidagi farqqa to'lovlar balansi deyiladi.

- Valyuta kursi bu bir mamlakat pul birligining qiymati boshqa mamlakat pul birligi bilan solishtirgandagi ko'rsatkichidir.

- Global pul birliklarining qiymatiga 3 ta asosiy ta'sir bor: to'lovlar balansi, iqtisodiy sharoit va siyosiy barqarorlik.

3-2. Butunjahon bozori

- Xalqaro biznes muhiti 4 ta asosiy tarkibiy qismdan iborat: geografiya, madaniy ta'sirlar, iqtisodiy rivojlanish, siyosiy va qonuniy aloqalar

- Xalqaro savdoning 3 ta qonuniy to'siqlari: kvotalar, tariflar va embargolar.

Kvota – bu berilgan vaqt mobaynida eksport yoki import mahsulotlari miqdoriga qo'yiladigan chegara.

Tariff – muayyan import qilingan mahsulotga qo'yiladigan soliq.

Embargo - mahsulotning importi va eksportini butunlay to'xtatish.

- Xalqaro savdoni rag'batlantirish maqsadida ochiq savdo zonalar, ochiq savdo sharnomalari va umumiy bozorlar tuziladi.

3-3. Xalqaro biznes tashkilotlari

- Ko'pmillatli kompaniyalar ko'plab mamlakatlarda biznes faoliyatni yuritadilar va ular biznesni jahon miqyosida olib borish imkoniga egalar.

- Butunjahon biznesi uchun ishlatiladigan asosiy metodlar: litsenziyalash, imtiyozlash va qo'shma korxonalar.

- Butunjahon Savdo Tashkiloti dunyo bo'ylab savdoni qo'llab quvvatlash uchun tashkil etilgan.

Xalqaro valyuta fondi xalqaro savdo tizimi va ayirboshlash ko'rsatkichini bir maromda saqlagan holda qo'llab quvvatlashga yordam beradi.

Jahon Banki rivojlanayotgan mamlakatlarni iqtisodiy yordam bilan ta'minlaydi.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

- 1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p.
- 2.Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

2. Қўшимча адабиётлар

9. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
10. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
11. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
12. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz

www.gov.uz

www.lex.uz

www.mf.uz

4- Mavzu: Ijtimoiy masuliyat va biznes madaniyati.

Reja:

1. Ijtimoiy javobgarlik va biznes etikasi.
2. Davlatni himoyalashga qaratilgan faoliyat

Ijtimoiy javobgarlik masalalari.

Ijtimoiy masuliyat biror jamiyatning biznesdagi burchlari farovinligini anglatadi. Uning masuliyatini hisobga olib, biznes qiziqishlaringiz va ko'plab guruhlar qamrab olishi kerak. Ijtimoiy masuliyat biznesni kengaytirilgan ko'rinishi, ijtimoiy tashvishlarga ko'proq e'tibor qaratadi. Bu o'z ichiga atrof muhit himoyasi, fizik jihatdan tanlangan va qari odamlarning ish bilan taminlanishi va sog'lom va xafsiz ish o'rinlarini yaratilishini oladi.

Atrof muhit muhofazasi.

Asrash noyob tabiiy resurslarni saqlashdir. Bu ko'p kompaniyalarning maqsadi. Masalan, yog'och kompaniyalari qaysikim daraxtlarni istemol qiladiganlarda qayta o'rmonlashtirish loyihalari bor. Bazi tabiiy resurslarni o'rmini to'ldirib bo'lmaydi. Qayta yangilab bo'lmaydigan resurslar shundayki, ularni ishlatib bo'lgandan so'ng qayta o'rmini to'ldirib bo'lmaydi. Misol gaz, neft, va minerallar mis va temir redasidir. Ifloslanish inson harakatlari mahsulida sodir bo'ladi. Bazi ishlab chiqarish usullari ko'llarning daryolarining va havoning ifloslanishiga sabab bo'ladi. Ijtimoiy masuliyatli ish ifloslanishga sabab bo'ladigan harakatlarni o'zgartirishga va vaziyatni rivojlantirishga harakat qiladi. Masalan injinerlar ifloslanishni kamaytiradigan yangi asboblarni loyihalashtiradilar.

Ish joylaridagi farqlar.

Biznes ayollarga etnik guruhlarga jismoniy kamchilikli odamlar va qariyalarga nisbatan sezuvchan. Biznesning ishchi kuchlari jamoaviy guruhlarda o'zini nomoyon qilish kerak. Bu guruh azolari bilim olish imkoniyati va shug'ullanish ish bilan taminlanish o'z korerasi rivojlantirish jihatdan teng bo'lish kerak. Bugungi kunda biznesni oldida turgan eng kata muommolardan har xil jamoda madaniyatli kishilarni boshqarishdan iborat. Keyingi muammo ayollarni pensiyaga chiqarishdagi to'siqlar misol uchun ish beruvchilar ayollarni muayyan mehnatga jismoniy jihatdan to'g'ri kelmasligini isbotlay olgan holdan tashqaridan har qanday holatda ariza bergan ayolga ish berishga majbur.

SHuningdek ish beruvchi jismoniy nuqsonlarni joy bilan taminlashi majburiyatni olgan. Amerikalik imkoniyati cheklanganlar akti va boshqa federal va mahalliy qonuniy hujjatlar imkoniyati cheklangan shaxslarni joy bilan taminlashda kata ro'l o'ynaydi. Inshootlarda nogironlar aravachasi uchun yetarli imkoniyat bo'lishi shart eshitish va kurish qobiliyati cheklanganlar ish bilan taminlanishi shart boshqa qonunlar ham qari ishchilar haqida xatto fikrlarga qarshi qaratilgan ish beruvchilarni ishga olish qororlarida qaysiki ishga yollash darajani oshirishda va ishdan bo'shayotganda yoshni inobatga olishlarini taqiqlaydi. Bu qonun 40 va undan yuqori yoshlilarni himoya qiladi.

MEHNAT HAFSIZLIGI

Ish joyini havfsiz bo'lishi har bir ishga kiruvchilar uchun ular hayotlari uchun havf tug'diradigan xalokatlar ehtimolidan xoli bo'lgan zavod va ofislarda ishlashi kerak. Havfsizlik qoidaga ishonch hosil qilish uchun ko'p ish beruvchilar ishchilarni himoya qilish uchun ko'plab dasturlarni amaliyotga tatbiq qilishgan. Federal va mahalliy hukumat ish joyi havfsizligi to'grisida qonun qabul qilgan. Havfsizlik standartlari „Mehnat xavfsizligi va soliqni saqlash“ mamuriyati kabi agentlik tamonidan tartibga solinadi va nazorat qilinadi.

ISHCHI SOGLIGI

Sog'lom ish ko'chi samarali hisoblanadi. Fizik sog'lom bolgan ishchilar qimmatli mulk. Bugungi kundagi bisneslar bir qancha ishlarni olib boradi ishchi kuchini sog'ligiga bu programalarni orasida chekishni tashash dieta qilish haqida takliflar bor. Sizni yaxshi ko'rinishiz himoyaga muhtoj xuddi ishchilarnikiday. Ishchining sog'ligiga bogliq moddalar mehnat samadosligi va siyosat qolanmalariga bogliq. Bu moddalar ish shartlari hisoblanadi qaysiki ishchining mehnat davomidagi sog'ligi va havfsizligiga tegishlidir. Ko'pgina kompaniyalar programalarni taklif qiladi

soglom ishchini rag'batlantirishga. Seminarda normalni ovqatlanish, to'g'ri mashq qilish va shunga oxshaganla misol keltirildi.

IJTIMOY MASULYAT BAHOLASH

Ijtimoiy masulyat holatlari mulohazaga sabab boladi. Bu ijtimoiy masulyat faoliyatlari quyidagilarni oz ichiga oladi. Kengaytirilgan adolat jamiyatdagi guruhlar uchun Kompaniya imijini yaxshilash Hukumat holatlari uchun muhtojlikni kamaytirish Dunyo boylab jamoadagi hayotni yaxshilash

XARAJATLAR

Bisnesda ijtimoiy holatlarni olishda narxlar ham ishtirok etadi. Pul ifloslantirmaslikka xafsiz jihozlarga va turli xil ishchi kuchini yaxshilovchi narsalarga kompaniyalar tomonidan ishlatilishi shart. Bisnesda foyda ochiq qolish uchun qilinishini kerak. Agar bisnesda foyda qilmasa u yopiladi va ishini yoqatadi. Ijtimoiy dasturlar mos levelada bolishi kerak xuddi bisnesda yaxshi foyda qilishday.

BIZNES ETIKALARI

Jamoaviy masuliyatli biznes band qiladi, odobli biznes mashqlarini. Etika bu, odob axloq qoidalari yoki boshqarish qoidalari. Biznes etikalari esa bu shunday qoidalarki qanday bizneslar va ularning xizmatchilarining xulq atvoriga bog'liq. Odobli xulq-atvor mana shu qoidalarga kelishib ish tutishdan iborat bo'ladi. Odobsiz xulq-atvorlar buzadi mana shu qoidalarni. Biznesda mana shu etika orqali bilinadiki, xizmatchining xulq atvori va bu **kod** hisoblanadi.

ETIKANING KODI

Etikaning bu kodi xizmatchilar va a'zolarining tashkillashtirilgan harakatlarida rahbarlik qilish uchun o'rnatiladi. Etikaning kodi address nomlari bo'lishi mumkin masalan biznes malumotining ishonchliligi. 4-1 chi qismda ko'rishimiz mumkin rivojlanayotgan etika kodlarini. Birinchilikda barpo qilingan etika qoidalari xizmatchilarni kompaniya ichida boshqarib bilishi kerak.

Kod unutilmaydigan tarzda muddatlarda va so'zli bo'lishi kerak. Etika kodlar hattoki shunaqa tanlangan bo'lishi kerakki biznesda qarorlar qabul qilishda ham muammoli vaziyatga sabab bo'lmasligi kerak. Pastda odobiy muammoli vaziyatlar haqida bir nechta misollar ko'ramiz:

-- Mamlakatda foydali bozorni kengaytirish uchun kompaniyaga qaysiki biznes qilayotgan, kerak bo'ladimi hukumatga qimmatli sovg'alar berishi ?

-- Kompaniya davom ettirishi kerakmi ishlab chiqarishni, uning mashhur mahsulotidan kichikroq defekt chiqsa ham ishlab chiqilganidan keyin ham ?

ODOBLI XULQ MALUMOTLARI:

Biznesda odobli xulq bu boshqarishning eng yuqori nuqtasi hisoblanadi. Biznesda ijro etuvchilar ko'rsatadi kuchli odobli xarakterlarni va o'rnatilgan normalar asosida odobli biznes qarorlarni o'rnatadi. Kompaniyalar xabardor bo'ladilar o'zlarining xizmatchilarining odobli xulqi haqida, yoki o'rnatadilar o'qitish uslublarini odobli xulq yaratish uchun. Bu uslublar loyihalashtiriladi rahbatlantirish uchun xizmatchilarning saxiyligini hamda halolligi kabi hislatlar uchun. Bunday uslublar o'zgartiriladi agarda xizmatchilar shaxsiy mavzu yuzasidan saxsiy qo'ng'iroqlar qilishganda. Xizmatchilarga yana o'rgatiladi ish vaqtida qanaqa odobli qarorlar qilinishi haqida.

Aytib o'tilayotgan biznes vaziyatlari odob haqida quyida tanishish mumkin:

1. Jarayon qonuniymi ?
2. Jarayon kompaniya normalariga yoki mukammallikni buzmaydimi ?
3. Kim va qanday bu jarayonga tasir qilishi mumkin ?

Odob axloq kodlarini yozish uchun malumotlar:

1. Kodni maqsadini aniqlash.
2. Tayyorlanishi tashkilotdagi kerakli va qiymatli kodni.
3. Kompaniyadagi barcha darajadagi xizmatchilarning kodni yozishdan iboratligi.
4. Tashkilotdagi barcha a'zolarining sodiq qolishi uslublar va qoidalarga.
5. Kod bo'ysunishi uchun malumotning kiritilishi.
6. Aniqlanishi kodning qanday davom ettirilishi va qayerda ko'rsatilishi haqida.
7. Aniqlanishi kodning qanday va qachon qayta tekshirilishi haqida.

Umr rejasi

Sizda o'z shaxsiy etika qoidalarinigiz bormi? Hattoki siz bu haqida hech qachon o'ylab ko'rmagan bo'lsangiz ham, sizni hayotingizni boshqaradigan qonuniyatlar mavjud. Shaxsiy etikangiz haqida vaqt sarlang va uni yozib boring! Sizning etikangiz oldingizga qo'ygan maqsadlaringizga qanday ta'sir etishini tushuntiring. Umumiy etik qaror qabul qilish qarashlar ziddiyatligini o'z ichiga oladi. Bu kompaniya yoki shaxs noqonuniy foyda olganda o'z aksini topadi. Masalan, bu qarashlar ziddiyati bo'ladi, qachonki odam faqat boshqaruv a'zosi egalik qiladigan yoki boshqaradigan biznes tovarlarini sotish uchun bosim beradigan kompaniya boshqaruviga xizmat qilsa. Bunga qoshimcha qilib, kasb madaniyati, ko'plab ishchilar, hisobchilar va injenerlar kabilar, professional birlashma asos solgan kasb madaniyatiga bo'y sunishlari zarur.

Jamoada ishlash

Har kuni minglab odamlar jamoaviy biznes harakatlarida ishlashga qaror qilishadi va yozma arizalar topshirishadi. Jamoada ishlash qobilyati juda ko'plab ish beruvchilar tomonidan juda muhim qobilyat deb hisoblaniladi. Odamlarning jamoada ishlash qobilyati ularning yolg'iz ishlash salohiyatlaridan muhimroq. Qachonki sinfda yoki ishda guruh bilan ishlayotganda quyidagilarni hisobga oling:

- Loyihaning dastlabki bosqichlarida mayda kelishmovchiliklarga tayyor turing. Fikrlardagi farqlar yuzaga chiqadi. Boshqalarning shahsiyati, hulq-atvori va harakatlariga tayyor bo'ling.
- Loyihaning maqsadlariga, qoldirilgan majlislariga, joylashish o'rinlarga, ziddiyatli qarorlarga rozi bo'ling.
- Boshqaruvchilik qobilyati va boshqa rollarni aniq namoyon qiling. Ba'zi jamoa a'zolari eslatmalar tutishadi va kerakli malumotlarni olib yurishadi. Boshqalar esa taqdimotlar uchun izlanishlar olib borishadi va tasvirli malumotlar kiritishadi.
- Qaror qabul qilish usullarini nazorat qiling. Odatda bu ishlar xar xil muammolar va qarama-qarshi fikrlarning uzoq muhokamasidan keyin bo'ladigan kelishuvlarga asoslanib bajariladi.
- Faqat maqsadlaringiz tomon intiling. Xar hil kamchiliklar tufayli kelib chiquvchi chalg'ishlar va qarama qarshiliklarni oldini oling. "Biz, bizni, bizniki" so'zlarini ishlatish orqali jamoaviy muhitni ushlab turing. "Men, meni, meniki" kabi so'zlarni ishlatishdan qoching.
- Boshqalarga samimiy munosabatda bo'ling. Turli xil fikrlarni, shahsiy qarashlarni va qaror qabul qilish usullarini hurmat qiling.

Jamoada ishlash siz umringiz davomida duch keladigan jarayon. Bu ko'nikmalar zavqli va samarali bo'ladi. Yaxshi jamoaning a'zolari jamoaning ishi uchun ma'suliyatni olishadi va uning yutuqlaridan faxrlanishadi. Ba'zi loyihalar qiyin va zerikarli bo'ladi. Bunday vaqtda ijobiy qarashni ushlab turish juda muhim. Ba'zi bir juda samarali tajribalar dunyoqarashlardagi to'qnashuvlardan yuzaga keladi.

Tanqidiy fikrlang.

1. Jamoada ishlash haqida qanday fikrdasiz? Jamoada ishlashning qandaydir siz yoqtirmagan jihatlari bormi? Ularni tasvirlang.

2. Jamoada ishlashda yuzaga keladigan muammoni tasvirlang. Bu muammoni qanday xal qilish mumkinligini tushuntiring.

4.2. Davlatning himoyaviy harakatlari.

Maqsadi:

1. Davlatning darajasi va rolini ifodalang.
2. Biznesning huquqiy sistemasini tushuntiring.
3. Intellektual mulk turlarini ifodalang.

Real hayotdan misol.

Brenda Hiam ishiga boradigan yo'li yomonlashayotganidan xabar topdi. U bu yomon bo'lishini va nazorat yuqolishini o'yladi. Brenda xavfli yo'lni xabar qilish uchun davlat agentligi bilan bog'lanishini hohladi. U uning qo'shnisi Kevindan yo'lga javobgar departament ni bilish-bilmasligini so'radi. Kevin yo'l departamentiga bo'g'lanishimiz va savollarni so'rashimiz kerak deb javob berdi. Bu ofisda bu yerdagi yo'llar ma'lumotlari bo'ladi dedi. Brendi qo'ng'iroq qilaylik va ular yordam beraolmasa biz komissarni chaqiramiz dedi.

Jamiyatda davlatning o'zini Barcha iqtisodiy sohalarda davlatning o'z o'zini bor. Siz faqatgina davlat tomonidan tashkil qilingan harakatlarda fuqaro va saylovchi sifatida ta'sirga egasiz. Tadbirkorlik sohasida davlatning roli boshqa iqtisodiy faoliyatga ko'ra kamroq. Lekin bu qatnashish ham muhim qismidir. Iqtisodda davlatning roli o'zgarib turadi.

Davlatning roli

Jamiyatdagi o'zgarishlar ta'sirida davlat ham o'zgarib turadi.

Asosan davlat quyidagilarga bog'liq bo'ladi:

- Jamiyat a'zolariga xizmat ko'rsatilishini ta'minlash;
- Fuqarolarni, iste'molchilarni, biznesmenlarni va ishchilarni himoyalash;
- Maishiy xizmatlarni qonun bilan tartibga solish va raqobatni kuchaytirish;
- Biznesmenlarning mablag' va ma'lumotlarini himoyalash;
- Tovar va xizmatlar sotib olish;
- Ishchilarni ish bilan ta'minlash;
- Daromadni ko'paytirish;

Bularning har biri iqtisodda iqtisodiy o'sish, iste'molchi huquqi, biznesni kengaytirishda o'z ta'siriga ega.

Shartnoma belgilash

Shartnomalar hukumat himoyasining biriga misol bo'la oladi. Shartnoma - bu tovar va xizmatlarni biror qiymatga ega bo'lgan narsa, odatda pulga almashishga rozilik. Shartnoma yozma yoki og'zaki bo'lishi mumkin. U biznes bilan shug'ullanishning asosiy qismi hisoblanadi. Muayyan elementlar shartnomani amalga oshirish uchun shartnoma tarkibiga kiritilgan bo'lishi kerak.

Patentlar

Shaxslar yoki kompaniyalar yangi mahsulot yaratganda patent olishi mumkin. Patent yaratuvchiga 20 yil davomida predmetni yaratish, foydalanish, sotish uchun birdan-bir huquqni beradi. Teledasturlar yozishda yangi uslublarni yaratadigan kompaniyalar bu jarayon uchun patent olishlari mumkin. Bu jarayonda foydalanilayotgan audio (video) yozuvlarni sotishda yoki yaratishda boshqa kompaniyalarga to'sqinlik qiladi.

Mualliflik huquqlari

Mualliflik huquqi yozuvchilar, kompozitorlar va rassomlarning ijodiy ishlarini himoya qiladi. Mualliflik huquqi himoyasi huquqni olgan shaxsning hayotining oxirigacha davom etadi. U shaxsning o'limidan keyin 70 yilgacha ham uzaytiriladi. Mualliflik huquqi axborotlari ko'p kitoblarning old qismida ko'rsatiladi. Mualliflik huquqi © belgisi bilan aniqlanadi.

Savdo belgilari

Savdo belgisi maxsus kompaniya yoki mahsulotlarga bog'langan so'z, harf yoki belgidir. Firmalar hukumat orqali kompaniya nomlari, jamoa belgilari va yorliq dizaynlarini ro'yhatdan o'tkazadi. Savdo belgisi juda qimmatbaho bo'la oladi. Ko'p dunyo bo'ylab mashhur firmalar *logo* nomli belgi bilan ko'rsatiladi. Siz tez-tez ko'radigan *logo* larni o'ylab ko'ringchi?

Vitnamda biznes yuritish

Bir qarasangiz sokin qishloqlarda hayvonlar aravalarni tortib yurganini ko'rasiz. Bir qarasangiz 10 ta Viytnam oilasidan 7 tasi foydalanadigan, ularning asosiy transport vositasi bo'lgan mototsikllar bilan tirband ko'chalarni ko'rasiz. Viytnam an'anaviy ishlab chiqarish usullari va zamonaviy biznes faoliyatlari aralashgan, qarama – qarshiliklar mamlakatidir. Millat uzoq o'n yillik kapitalizmni rivojlantirish davridan buyon rivojlanmoqda. Hattoki Viytnam xalqi yangi zamonaviy bozor iqtisodiyotiga o'tish davrida ham an'alarini va oilaviy qarindoshliklarini judayam e'zozlashgan. Bir nechta avlodlar bir xil uylarda birga yashashgan. Yosh bolalar oilaning Yoshi kata a'zolarini hattoki aka, opalarini ham judayam hurmat qilishgan. Viytnamning biznes holati bir guruhdan ko'proq kapitalistik biznesga o'tish kabi tez rivojlangan. Viytnam qoidalarini va boshqaruvni birlashtirishga harakat qilgan buni esa WTO va AQSh qo'ma shtatlari – BTA bajargan. Bu esa o'z navbatida hukumatni kuchaytirgan ya'ni savdo-sotiq qonunlari kuchaytirilgan muammolar kamaygan.

Viytnamda biznes uchrashuv boshlanish arafasida biznes kartalari paydo bo'lgan. Kartalar namoyish qilinishi va 2ta qo'lda ham qabul qilinishi kerak bo'lgan. Agar sizning kartangiz 2ta

Ingliz va Viytnam tilida bo'lsa bu Viytnamliklarda hurmat belgisi hisoblangan. Yoshingiz Viytnamliklardan katta yoki kichikligi qaralgan bu esa aniq manzilni topishga yordam beradi.

Biznes taomi choy va biroz g'ayrioddiy ovqatdan iborat. Siz yana ko'rshapalak go'shti,grill,it yoki ilon go'shtidan va yana boshqa ko'plab dengiz mahsulotlaridan iste'mol qilishingiz mumkin. Sizga taklif etilgan barcha taomlardan ta'tib ko'rsangiz rohatlanasiz.Suhbatlashib biznes muzokaralar olib borishingiz mumkin.Kun tartibidagi rejalarni tez bajarishdan ehtiyot bo'ling chunki bu hurmatsizlik hisoblanadi.Sekin ovozda imo ishoralardan foydalaning.Uy egasiga oyoq kiyimiz tagini ko'rsatmang.

Diqqat bilan o'ylang

Viytnamning biznes faoliyatiga qanday madaniy omillar ta'sir ko'rsatadi.

Viytnamdagi biznes faoliyati boshqa davlatlardan nimasi bilan farq qiladi.

Viytnam iqtisodiyoti va biznes faoliyati haqida qo'shimcha ma'lumotlarni kutubxonalardan va Internetdan qidirsangiz bo'ladi.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

- 1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p.
- 2.Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

3. Қўшимча адабиётлар

13. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
14. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
15. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
16. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz
www.gov.uz
www.lex.uz
www.mf.uz

5-mavzu. Biznesda boshqaruv funksiyalari

Reja

1. Boshqaruvning obyekt va subyektlari
2. Boshqaruvning maqsadi va vazifalari
3. Boshqaruvning funksiyalari
4. Boshqaruvning tamoyillari

1. Boshqaruvning obyekt va subyektlari

Boshqaruv obyektida xaqida soʻz yuritganda, eng avvalo, obyekt suzining lugʻaviy manosiga etibor berish kerak boʻladi. Shu manoda obyekt – bu:

- umumiy maqsadlarga erishish uchun faolyati ongli ravishda muvofiqlashtiriladigan tashkilot insonlar guruhi;
- bizdan tashqarida va bizning ongimizga bogʻliq boʻlmagan holda mavjud boʻlgan borliq;
- voqelik, moddiy dunyo, mavjudot;
- kishi faolyati, diqqat-etibori qaratilgan hodisa, narsa, shaxs;
- xoʻjalik yoki mudofaa ahamiyatiga ega boʻlgan korxonalar, qurilish, ayrim uchastka va h.k.



Demak, obyekt tushunchasi mikro voqelikdan (kishi va uning faolyatidan) tortib to makro voqelik (moddiy dunyo, jamiyat) darajasigacha boʻlgan maʼnoni oʻz ichiga oladi. Masalan, haydovchi oʻz mashinasini boshqara ololmaganligi sababli, u yoʻldan chiqib ketgani. Bu yerda boshqaruv obyekt boʻlib mashina hisoblanadi. Yoki kishi oʻzini juda yaxshi boshqara oladi. Bu yerda boshqaruv obyekt boʻlib kishi, shaxs hisoblanadi. Futbol komandasi yoki shahar transporti harakatini boshqarish, tuman, viloyat, mamlakatni boshqarish va h.k. menejmentning yoki boshqarishning obyektlaridir. Boshqarish ishini bajaruvchi idoralar va ularning rahbarlari menejmentning subyekti, yani boshqaruv organlarni yoki menejerlar – boshqaruvchilar bulib xisoblanadi. Shu nuqtai nazardan, obyekt va subyektlarni quyidagicha tavsiflash mumkin:

Boshqaruvning obykti va subyekti

Boshqaruv		
№	Obykti (boshqaruvchi hodisa obykti)	Subyekti (boshqaruvchi organi, rahbarlik)
1.Makrodarajada		
1	Mamlakat (respublika)	-qonun chiqaruvchi hokimiyat (Oliy majlis) -ijro etuvchi hokimiyat (Vazirlar mahkamasi) -Sud hokimiyati
2	Viloyat	-QQR Joqarg`i kengashi va viloyat deputatlari -QQR Vazirlar kengashi, viloyatlar hokimiyatlari -QQR Oliy sudi, viloyatlar sudlari
3	Tuman	-Tuman (shahar) xalq duputatlari -Tuman (shahar)lar xokimliklari -Tuman (shahar) sudlari

2.Megodarajada		
4	Konseri (ko`p tarmoqli korporatsiya)	-Qo`mitalar va ularning raislari
5	Sektor (Tarmoq)	-Vazirliklar va vazirlar
3.Mikrodarajada		
6	Korxonona (firma) korporatsiya	-Jamoaga kengashi va raislar .prizident
7	Xodimlar	-Korxonona (firma) rahbarlari, bo`lim boshliqlari
8	Ishlab chiqarish	-Korxonona (firma) rahbarlari, bo`lim boshliqlari
9	Samaradorlik	-Korxonona (firma) rahbarlari, bo`lim boshliqlari
10	O`z-o`zini boshqarish	-Fuqorolar yig`ini, rais (oqsoqollar)lar

Shunday qilib, har qanday hodisa yoki jarayon negizi boshqariladigan obyekt va boshqaruvchi subyekt tizimlaridan tashkil topadi

2. Boshqaruvning maqsadi va vazifalari

Maqsad - bu muddao, murod, ya'ni u yoki bu niyatga erishmoq uchun ko'zda tutilgan mushtarak orzu. Aynan, shu maqsad kishi faoliyatini, o'z orzularini ushalishiga yo'naltiradi. Biz dastlab o'zimizning oldimizda turgan maqsadimizni aniqlab olamiz, so'ngra esa shu maqsadimiz:

- bo'lajak harakatlarimizni oldindan aniqlab beradi;
- faoliyatimizning ustuvor yo'nalishini belgilaydi;
- faoliyatimizni aniq soha, ishga yo'naltiradi;
- u yoki bu faoliyatimizning zarurlik darajasini belgilab beradi;
- pirovard natijamizning baholash me'yorini belgilaydi va h.k.

Boshqaruvning bosh maqsadi-faoliyat jarayonini oqilona tashkil etish,kadrlar salohiyatidan samarali foydalanish , yangi texnologiyalarni qo'llash yo`li bilan tashkilotning foydaliligi va daromadlilikini taminlash.

Boshqaruv maqsadi - aynan, shu maqsad kishi faoliyatini, o‘z orzularini ushalishiga yo‘naltiradi. Biz dastlab o‘zimizning oldimizda turgan maqsadimizni aniqlab olamiz, so‘ngra esa shu maqsadimiz:

- bo‘lajak harakatlarimizni oldindan aniqlab beradi;
- faoliyatimizning ustuvor yo‘nalishini belgilaydi;
- faoliyatimizni aniq soha, ishga yo‘naltiradi;
- u yoki bu faoliyatimizning zarurlik darajasini belgilab beradi;
- pirovard natijamizning baholash me‘yorini belgilaydi va h.k.

Maqsadning ilmiy asoslanganligi va to‘g‘ri belgilanganligi boshqarish uchun o‘ta zarur.

Chunki aynan shu maqsadga binoan:

- boshqarish funksiyalari;
- boshqarish usullari;
- boshqarishning tuzilmaviy tarkibi;
- lavozimlarni belgilash va kadrlarni tanlash kabi muhim masalalar yechiladi.

Boshqaruv maqsadi quyidagi talablarga javob berishi lozim.

Boshqaruv maqsadiga qo‘yiladigan asosiy talablar

Maqsad bir ma‘noli va aniq bo‘lishi kerak.	<ul style="list-style-type: none"> • Agar siz qayoqqa borishni bilmasangiz, u holda biror yo‘lni tanlashga ham hojat qolmaydi.
Maqsad real va bajarilishi mumkin bo‘lishi kerak.	<ul style="list-style-type: none"> • Qaysi tomonga suzishni aniq maqsad qilib olmagan elkanli qayiqqa xech qanday shamol ham xamrox bo‘la olmaydi.
Maqsad miqdoran o‘lchovga ega bo‘lishi kerak.	<ul style="list-style-type: none"> • Maqsad - bu navbatdagi bosqichda “jang”, bilan zabt qilinadigan bamisoli cho‘qqidir. Buni zinxor unutmazlik darkor. Shu “jang”da g‘olib chiqish uchun bajarilishi mumkin bo‘lgan real maqsadni o‘z oldimizga qo‘yishimiz kerak. Undan ortiqcha xam, kam ham emas, vassalom.
Maqsad barcha bajaruvchilarga tushunarli bo‘lmog‘i darkor.	<ul style="list-style-type: none"> • Miqdoran o‘lchovga, meyorga ega bo‘lmagan maqsad - bu sarob. Bu talabga rioya qilmaslik rejalashtirilgan maqsadning oldindan bajarilmasligiga zamin tayyorlash demakdir.
Maqsad bo‘limlar va mas‘ullar bo‘yicha detallash-tirilgan bo‘lishi kerak.	<ul style="list-style-type: none"> • Maqsad, uni boshqarish tamoyillari, piro-vard natija barchasi tushunarli va yozma ravishda ularga sodda tilda etkazilishi kerak.
Maqsad ko‘p qirrali bo‘lishi kerak.	<ul style="list-style-type: none"> • Maqsad xar bir faoliyat turi, xar bir mas‘ul shaxs bo‘yicha mayda-chuydasigacha batafsil taqsimlab chiqilgan bo‘lishi lozi Shundagina bu maqsadning ijro qilinish darajasini aniq nazorat qilish mumkin.

Uzluksiz maqsadlar deganda har kuni qabul qilinadigan va amalga oshiriladigan odatiy maqsadlar tushuniladi. Masalan, mehnat unumdorligini o‘stirish, intizomni mustahkamlash, mahsulot tannarxini pasaytirish, mahsulot sifatini oshirish kabilar muntazam, kunda talab qilinadigan maqsadlardir. Fursatli maqsadlar deganda biror bir muammoni hal etish zaruriyati tug‘ilgan hollarda paydo bo‘ladigan maqsadlar tushuniladi. Masalan, korxonani qayta uskunalash, jihozlarni yangilash, ishlab chiqarishning ixtisoslashuvini o‘zgartirish goho ishlab chiqarishning iqtisodiy zaruriyatiga qarab paydo bo‘ladi. Boshqarish jarayonida bir martalik maqsadlarga ham zaruriyat tug‘ilishi mumkin. Bunday maqsadlar, odatda, korxonaga uchun kutilmagan, favqulodda vujudga kelgan muammoni echish uchun o‘rtaga qo‘yiladi. Bu maqsad, masalan, tabiiy ofat yuz bergan holda shu ofatni bartaraf qilish uchun zaruriy mablag‘ni ajratish ko‘rinishida bo‘lishi mumkin. Boshqarishga maqsadli yondoshuv namoyondalari barcha maqsadlarni quyidagi to‘rtta guruhga bo‘lishadi:

- oddiy qotib qolgan an'anaviy maqsadlar;
- muammoli maqsadlar;
- innovatsion maqsadlar;
- xodimlar malakasini, mahoratini oshirish bo'yicha maqsadlar;

Birinchi guruhdagi maqsadlar har kun qabul qilinadigan va amalga oshiriladigan odatiy maqsadlar bo'lib, ularning bajarilishini ta'minlash tegishli bo'g'indagi rahbarning bevosita burchiga kiradi. Masalan, marketing bo'limining boshlig'i oldida quyidagi maqsad qo'yilgan bo'lishi mumkin: "Oyning oxirigacha joriy yilning so'nggi kvartalida sotilgan tovarlarning tahlilini qilish va tegishli xulosalar yasash". Bu an'anaviy maqsaddir.

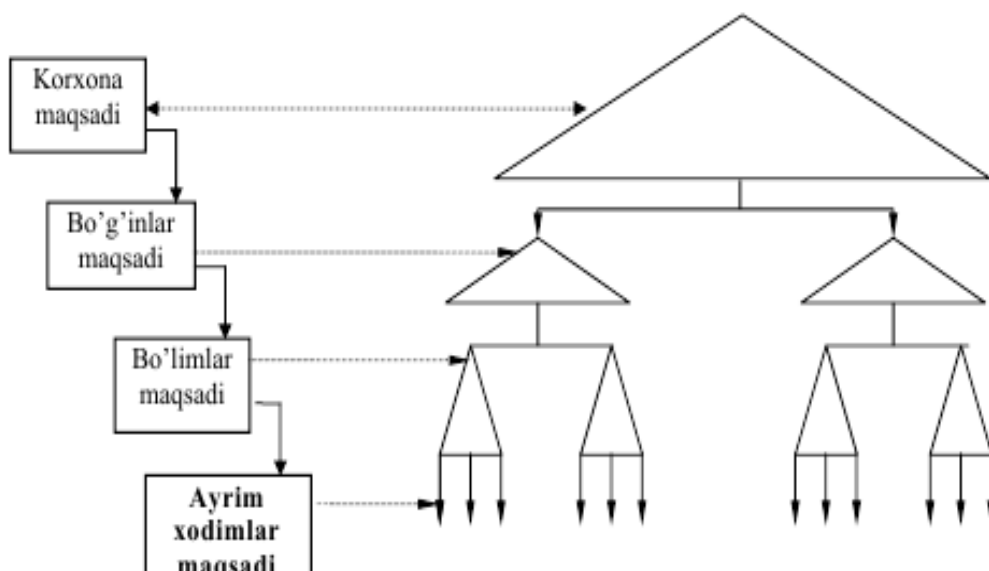
Ikkinchi guruhdagi maqsadlar odatiy maqsadlardan farq qiladi. Bu maqsadlar korxonaga va ayrim xodimga qiyinchiliklar tug'diradi. Masalan, mahsulotga bo'lgan talabning to'satdan keskin pasayishi va sotish hajmining kamayishi, tabiiy ravishda korxonaning oladigan foydasiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Shunday bir sharoitda korxonada rahbari oldida vaziyatni o'zgartirish, sotish hajmini, aytaylik, ikki oy ichida keskin ko'paytirishdek murakkab masala turadi. Bu maqsad muammoli maqsaddir. Chunki sotish hajmini qisqa muddat (2 oy) ichida keskin ko'paytirish:

- *mahsulotga bo'lgan talabning keskin pasayishi sabablarini aniqlashni;*
- *ko'p omilli korrelyatsion - regression tahlilni amalga oshirishni;*
- *eng maqbul qarorlar qabul qilishni taqozo etadi. Bunga bosh qotirish, aqlni ishlatish kerak bo'ladi.*

Innovatsion maqsadlar – bu yangi mahsulotni ishlab chiqarish, yangi texnologiyani joriy qilish bo'yicha qo'yiladigan maqsadlardir. Masalan, tadqiqot bo'limi xodimlarining maqsadi quyidagicha bo'lishi mumkin: "1 iyulgacha eksport uchun mo'ljallangan uch turdagi yangi mahsulotni sanovdan o'tkazishni ta'minlash". Maqsad qanchalik murakkab bo'lsa, shunchalik u boshqaruvchi uchun muammoli yoki innovatsion bo'lishi mumkin. Biroq, bir maqsadning o'zi biron uchun oddiy, boshqa uchun muammoli, xatto innovatsion bo'lishi mumkin. Birinchi holda rahbar o'sha maqsadni echish usullarini mukammal biladi, ya'ni buning uchun uning bilimi, mahorati etarli bo'lib, uni hech qanday qiynalmay echadi. Boshqa rahbar esa u maqsadni o'zi uchun murakkab va muammoli tariqada qabul qiladi. Masalan, marketing bo'limi xodimi uchun "kvartalda sotiladigan tovarlar tahlilini qilish" oddiy bir ish bo'lsa, sotish bo'limidagi xodim uchun bu ish muammo bo'ladi.

To'rtinchi guruh maqsadlar - bu korxonada xodimlari malakasini oshirish sohasidagi maqsadlar bo'lib, ular uzoq muddatli (strategik) reja asosida muntazam ravishda amalga oshirilib boriladi. Masalan, "3-5 yil ichida korxonada xodimlarning 20 foizini malakasini oshirish". Korxonada umumiy maqsadining samaradorligi yakka, ya'ni har bir xodim maqsadining qanchalik to'g'ri aniqlanganligi va naqadar samarali ado etilganligiga bog'liq bo'ladi. Shu sababli har bir xodim oldiga qo'yiladigan maqsadga nisbatan quyidagi talablar qo'yiladi.

- Xodim maqsadi yuqori bo'g'indagi bo'limlar maqsadiga bo'ysinishi, unga mos bo'lishi kerak. Obrazli qilib aytganda ayrim xodimlarning maqsadlari yuqori pog'onadagi (xususiy, lokal, umumiy) maqsadlar qanoti (kaskadi) ostida bo'lishi kerak



Maqsadlar kaskadi (pag'onalari)

Shundagina yakka maqsadlar korxonalar maqsadining samarali bo'lishiga xizmat qiladi.

- xodim o'z oldiga qo'yadigan maqsadlarning soni 4 tadan 8 tagacha bo'lishi, undan oshmasligi kerak. Agar ularning soni bundan oshsa, u holda xodim kutgan natijasini olmaydi, oqibatda korxonaning umumiy maqsadiga putur etkazadi.

- yakka maqsadning ham pirovard natijasi va aniq muddati belgilangan bo'lishi kerak. Aks holda u mavhumlikka yuz tutadi.

- rejalashtiriladigan maqsad qiyinchilik bilan erishiladigan, shu bilan birga, amalga oshirish mumkin bo'lgan darajada bo'lishi kerak. Umuman har bir kishi o'z maqsadiga erishishning eng og'ir va murakkab yo'lini tanlashi kerak. Har doim ham o'z maqsadining juda osonlik bilan hal bo'lishiga umid bog'lamasligi darkor. shundagina u har qanday kutilmagan muvaffaqiyatsizlikka tayyor bo'ladi, darrovgina tushkunlikka tushmaydi. Ammo masalaning boshqa tomoni ham bor. Agar maqsad murakkab bo'lib, uning ustiga-ustak bajarilishi gumon bo'lsa, bunday hol ham boshqarishni ijobiy natijalarga erishishdan mahrum etadi.

- Har qanday maqsadning samaradorligi erishilgan natijaga to'g'ri baho berilishiga va uni rag'batlantirish darajasiga bog'liq. Agar erishilgan natijaga adolat yuzasidan baho berish va uni tegishli ravishda rag'batlantirish odat tusiga kirgan bo'lsa, u holda bu korxonada o'rnatilgan boshqarish usuli ravnaq topib boraveradi.

Maqsad, xususan, umumiy (bosh) maqsad juda keng qamrovli va o'ta murakkab kategoriyadir. Unga quyidagi sifatlar xos:

- tob'e bo'lishlik;
- yoyib bo'lishlik;
- o'zaro munosabat (bog'lanish)da bo'lishlik;

Maqsadning tobeligi deganda maqsadni qo'yish va uni amalga oshirishning mavjud shart-sharoitlarga bog'liqligi, yoxud strategik maqsadning qator taktik maqsadlarga, istiqboldagi maqsadning esa o'rta va qisqa muddatli maqsadlarga bog'liqligi, bir maqsadning boshqa maqsadga bo'ysinishi tushuniladi.

Maqsadning yoyib bo'lishligi sifati deganda uning

- o'z mohiyati bo'yicha;
- amalga oshirish davri (vaqti) bo'yicha;
- pog'onalar bo'yicha;
- bo'g'inlar va hokazalar bo'yicha bir qator lokal va xususiy maqsadlarga yoyilishi tushuniladi.

Maqsadning o'zaro munosabat (bog'lanish)da bo'lishlik sifati deganda uning muhimligi jihatdan ranjirlanishi, tartiblanishi tushuniladi. Maqsadning bu jihati barcha lokal,

xususiy va yakka maqsadlarni ustuvorligi bo'yicha tartiblash, shuningdek mazkur maqsadlarni amalga oshirish bo'yicha aniq amaliy tadbirlarni ishlab chiqish imkonini beradi. Maqsadning muayyan ierarxiyaga ega ekanligi, ya'ni bir maqsadning boshqa bir maqsadga bo'ysinishi (tob'e bo'lishi), yuqori maqsadning quyi maqsadlarga ega bo'lishi (yoyib bo'lishligi), maqsadlarning bir-biri bilan o'zaro munosabatda bo'lishi ularni qandaydir bir tartibga solish zaruriyatini tug'diradi. Bunday vazifani bajarish uchun menejment fanida "maqsadlar shajarasi" deb atalgan maxsus usul qo'llaniladi.

1. Boshqaruv funksiyalari

"Funksiya" - bu lotincha so'z bo'lib biror kimsa yoki narsaning ish, faoliyat doirasi, vazifasi degan ma'nolarni bildiradi.¹

"Vazifa" - bu amalga oshirilishi, xal qilinishi lozim bo'lgan masala, erishilishi lozim bo'lgan, ko'zda tutilgan maqsad. Yoki biror bir topshiriq, xizmat, yumush, xizmat lavozimi, mansab, amal.²

"Funksiya" tushunchasi "vazifa" tushunchasiga nisbatan tor ma'noga ega. Zero, funksiya faqat o'z faoliyat doirasidagi vazifalarni o'z ichiga oladi. Masalan, marketologning ishini bajarish korxonaga muxandisining funksiyasiga kirmaydi, chunki u shu bevosita marketolog faoliyati doirasidagi yumushdir. "Vazifa" esa o'z faoliyat doirasidan tashqarida ham bo'lishi mumkin. Boshqarish funksiyasi deganda u yoki bu obyektga boshqarishga oid aniq vazifalarni xal etishga qaratilgan bir turdagi ishlar majmuasi tushuniladi.

Demak, boshqaruv muayyan funksiyalar orqali amalga oshiriladi. Funksiyalarni aniqlash, ularning mohiyatini ochish va o'rganish boshqaruv jarayonini to'g'ri tashkil qilishning muxim shartidir.

Menejment quyidagi funksiyalarni bajaradi:

1. **Rejalashtirish**
2. **Tashkil qilish**
3. **Motivatsiya**
4. **Nazorat**

Rejalashtirish - faoliyat maqsadlarini, buning uchun zarur bo'lgan resurslarni aniqlash, maqsadlarga erishish usullarini ishlab chiqish, tashkilotni kelajakdagi rivojlanishini prognoz qilish.

Tashkil qilish - tashkilot tuzilmasini shakllantirish, uni resurslar (moddiy, moliyaviy, mexnat) bilan taminlash.

Motivatsiya - xodimlarni faollashtirish, iqtisodiy va ma'naviy jihatdan rag'batlantirish hamda xodimlarning ijodiy salohiyatini rivojlantirish uchun sharoitlar yaratish yordamida tashkilot maqsadlariga erishishni ko'zlab samarali ishlashga ruxlantirish.

Nazorat - ish natijalarini miqdoriy va sifat jihatdan baxolash hamda xisobini olish, rejalarni, meyorlarni, qarorlarni korrekcirovka qilish.

Menejment butun boshqaruv tizimining uzluksiz amal qilishi jarayonini ifodalaydi. U mehnat jarayonining barcha xususiyatlariga ega. Umuman menejment jarayonini texnologiya (qanday amalga oshiriladi), tashkil etish (kim va qanday tartibda) nuqtai nazaridan tavsiflash mumkin. Menejment jarayoni mazmunining uch jihatini ajratish mumkin: texnikaviy, ishlab chiqarish, iqtisodiy va ijtimoiy. Texnikaviy jihatdan - bu mahsulot ishlab chiqarish, metall yoki neft ajratib olishni boshqarish; ishlab chiqarishda - bu ishlab chiqarishni tashkil etish jarayoni, ya'ni bo'linma, sex, korxonalar o'zaro ta'sirini boshqarish, iqtisodiy jihatdan ishlab chiqarish, ish kuchi va butun iqtisodiy munosabatlar tizimiga rahbarlik qilish, ijtimoiy jihatdan - bu mehnat jamoasi ijtimoiy ehtiyojlarini qondirish, insonni tarbiyalashdir. Menejment jarayoni texnologiyasi menejment xodimlari tomonidan bajariladigan operatsiya va amallardan iboratdir. Shunday qilib, menejment jarayoni rahbar va boshqaruv apparatining qo'yilgan maqsadlarga erishish uchun kishilarning birgalikdagi faoliyatini muvofiqlashtirish boyicha maqsadli harakat qilishidir. Menejment faoliyatini amalga oshirish tartibiga ko'ra

uni quyidagi bosqichlarga bo'lish mumkin: maqsad, vaziyat, muammo, qaror qabul qilish. Har bir ta'sir etishni amalga oshirishdan avval uning maqsadi aniqlanishi lozim, chunki boshqaruv ma'lum maqsadga erishish uchun amalga oshiriladi. Menejmentning keyingi bosqichi boshqaruv jarayonidagi vaziyatni tahlil etishdan iborat. U tizimning holatini baholash, uni yaxshilash yo'llarini izlash yoki undagi salbiy hislatlarni bartaraf qilish bilan bog'liq ishlarni tavsiflaydi. Muammo bosqichida tizimning hozirgi holatini uning rivojlantirish maqsadiga nisbatan qarama-qarshiliklarini aniqlash ko'zda tutiladi. Qaror qabul qilish bosqichi rahbarning amalda tashkiliy faoliyatiga o'tishini ifodalab, qaror qabul qilish bilan boshqariladigan tizimga ta'sir o'tkazila boshlanadi. Menejment jarayonini, shuningdek, quyidagi davrlarga bo'lish mumkin: maqsad qo'yish, axborot faoliyati, tahliliy faoliyat, menejment tizimida tashkiliy-amaliy faoliyat va harakatlar variantlarini tanlash. Menejment operatsiyalari - rahbar va boshqaruv apparatining oddiy harakatlari bo'lib, ularning tartibi va birikishi natijasida boshqaruv jarayoni tashkil topadi. Masalan, tahliliy faoliyat uchun korxonaning yillik va oylik hisobotlarini olish, ular bo'yicha tadbirlar ishlab chiqish hamda ularni boshqaruv jarayoniga tatbiq qilish lozim. Boshqaruv jarayonini amalga oshirish vositalariga, eng avvalo, axborotni kiritish lozim. Menejment operatsiyalarining katta qismi axborot bilan ishlashdan iboratdir. Boshqaruv apparati ishida keng qo'llaniladigan texnika vositalari ham shular jumlasiga kiradi. Bular axborot olish va qayta ishlash vositalari va an'anaviy orgtexnika vositalaridir. Menejment operatsiyasini amalga oshirish usullari - axborot-tahlil va tashkiliy faoliyatdir. Axborot-tahlil faoliyat axborot yig'ish, saqlash, tarqatish va qayta ishlash, tahlil, hisob, qarorlar variantlarini ishlashdan iborat. Tashkiliy faoliyatga - tushuntirish, ishontirish, rag'batlantirish va vazifalarni taqsimlash usullari, faoliyatni nazorat qilish, majburlash va h.k.lar kiradi. Menejment uchun faqat nimani qanday qilishni hal etish emas, balki tashkil etish, qiziqtirish, ishontirish, tushuntirish, nazorat qilish ham zarur. Ayni shu operatsiyalar yig'indisidan rahbarning tashkiliy faoliyati tashkil topadi. Menejment jarayonini tashkil etishda biznes-reja va ta'minot, moliyalashtirish va biznes-reja, narxni belgilash va kredit berish funksiyalarini bog'lashni ta'minlash, menejment tizimi ayrim unsurlarini (maqsad-usul, maqsad va kadrlar, qarorlar va usullar, usuliyar va tarkib) muvofiqlashtirish, boshqaruv kadrlarini tayyorlash, fan-texnika yutuqlarini joriy etishni ta'minlash zarur. Korxonalariga erkinlik va mustaqillik berilishi bilan hal qilinishi lozim bo'lgan menejment jarayonini tashkil etish bilan bog'liq muhim muammo rasman bir-biri bilan bog'liq bo'lmagan boshqaruv tashkilotlari o'rtasidagi gorizontal aloqalarni amalga oshirish bo'lib qoldi (masalan, korxonalar va mahsulot iste'molchilari, xom ashyo bilan ta'minlovchilar va korxonalar o'rtasida va h.k.). Menejmentning jarayon sifatidagi mohiyati uning vazifalarida ifodalanadi. Menejment vazifalari deganda boshqaruv bo'yicha ma'lum masalalarni hal etishga qaratilgan harakat yig'indisi tushuniladi. Menejment vazifalari, avvalo, boshqariluvchi obyektning o'ziga xos xususiyatidan kelib chiqadi. Ishlab chiqarish tarkibiga mos ravishda quyidagilarni aks ettiruvchi vazifalar mavjud bo'ladi:

- iqtisodiyotning tarmoq tarkibini;
- uning hududiy tarkibini;
- ishlab chiqarishning alohida unsurlarini.

Milliy xo'jalikning tarmoq tarkibi menejment oldiga moddiy ishlab chiqarishni boshqarish va nomoddiy ishlab chiqarishni boshqarish kabi vazifa qo'yadi. Birinchi soha tarkibida ishlab chiqarish va muomala sohaslarini boshqarishni ajratadilar. Ishlab chiqarish sohasini boshqarishga sanoat va uning tarmoqlarini boshqarish, qurilishni, transport, aloqani boshqarish vazifalari; muomala sohasini boshqarish vazifalariga - savdoni, moliya, moddiy-texnikaviy ta'minot, madaniyat, ta'lim sohaslarini boshqarishni qamrab oladi. Ishlab chiqarishni boshqarish vazifalarining hududiy tarkibiga respublika, viloyat, shahar, tuman miqyosidagi menejment vazifalari kiradi. Ishlab chiqarishning boshlang'ich bo'g'ini - korxonani boshqarish muhim vazifadir. Menejment vazifalari boshqaruv tashkilotlari, bajaruvchilar va boshqaruv apparati vazifalarini belgilab beradi.

Boshqaruv jarayonini bajariladigan vazifalar bo'yicha tahlil etish har bir vazifada ish hajmi, boshqaruvchi xodimlar sonini aniqlash, va nihoyat, boshqaruv apparati tarkibini

loyihalash uchun asos bo‘lib xizmat qiladi. Boshqaruv tashkilotining asosiy va aniq vazifalari ajratiladi. Asosiy vazifalar har bir korxonaga va boshqaruvning barcha darajasi uchun xosdir. Ular jumlasiga quyidagilar kiradi:

- a) marketing;
- b) biznes-reja;
- d) tartibga solish;
- e) tashkil etish;
- g) rag‘batlantirish;
- g) nazorat va hisob;
- h) undash;
- i) rejalashtirish.

G‘arb menejmentining bugungi zamonaviy nazariyasi boshqarish funksiyalarini turkumlashda eng avvalo uning quyidagi asosiy (umumiy) funksiyalariga ustuvorlik berishadi:

- *rejalashtirish;*
- *tashkil qilish;*
- *tartibga solish va muvofiqlashtirish;*
- *nazorat;*
- *rag‘batlantirish (motivlashtirish).*

Boshqaruv funksiyalarining mazmuni u yoki bu faoliyatni tashkil qilishdan kelib, chiqadi.

Masalan, ishlab chiqarishni olaylik. Uning dastlabki bosqichida:

- loyihalash;
- konstruktorlik;
- rejalashtirish kabi ishlarni bajarish bilan bog‘liq funksiyalar paydo bo‘ladi.

Keyingi funksiyalar ishlab chiqarishni tayyorlash, ya‘ni,

- maxsulot tayyorlash texnologiyasini ishlab chiqish;
- mexnat normalari, materillari sarfini belgilash;
- asbob-uskunalarni tayyorlash kabi ishlarni bajarish bilan bog‘liq funksiyalar paydo bo‘ladi.

Endi quyida boshqaruv funksiyalariga atroflicha to‘xtalamiz:

Rejalashtirish	<ul style="list-style-type: none"> • boshqarishning asosiy va dastlabki funksiyasidir. Har qanday boshqarish reja tuzishdan boshlanadi. <p>Bu rejada:</p> <ul style="list-style-type: none"> • boshqaruv maqsadlari va vazifalari, ularni realizatsiya qilish muddatlari belgilanadi; • vazifalarni amalga oshirish usullari ishlab chiqiladi; • xalq xo‘jaligi bo‘g‘inlarining o‘zaro aloqalari o‘rnatiladi; • Rejalashtirishning umumiylik xususiyati shundaki, bunda har bir boshqaruv xodimi o‘zining shaxsiy ishini rejalashtiradi, o‘z ish joyining faoliyati ko‘rsatkichlarini ishlab chiqadi, rejalarni qanday bajarayotganini nazorat qilishni uyushtiradi.
Tashkil qilish	<ul style="list-style-type: none"> • Bu funksiya boshqaruv obyekti doirasida barcha boshqariluvchi va boshqaruvchi jarayonlarning uyushqoqligini ta‘minlaydi. Shu nuqtai nazardan tashkil qilish ichki va tashqi shart-sharoitlarning o‘zgarib turishiga qarab amaldagi tizim tarkibini takomillashtirish yoki yangisini tuzish demakdir. Bu funksiya joriy va strategik rejalarning ijrosini ta‘minlash bo‘yicha birinchi qadamdir.

<p>Muvofiqlash-tirish va tartibga solish</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rejalashtirish boshqarishning strategiyasi xisoblansa, muvofiqlashtirish boshqarishning taktik ma salalarini xal qilib beradi. Bu funksiyaning asosiy vazifasi oqilona aloqalar oʻrnatish yoʻli bilan boshqariladigan tizimning turi qismlari oʻrtasida kelishib ish olib borishni taʼminlashdir. • Muvofiqlashtirish mablagʻlarni tejash maqsadida bashqaruvdagi paralelizm va bir-birini takrorlashni bartaraf qilish imkonini beradi. Bundan tashqari, u turli tarmoqlar oʻrtasida resurslarni taqsimlash yoʻli bilan nisbat va mutanosiblikni, ishlab chiqarish bilan isteʼmol oʻrtasidagi munosabatni oʻrnatadi. • Tartibga solish muvofiqlashtirishning davomi boʻlib, u sodir boʻlib turadigan ogʻishlarni bartaraf qilish yoʻli bilan ishlab chiqarish jarayonlarini amalga oshirishni maqsad qilib qoʻyadi. Uning yordami bilan vujudga kelishi extimol tutilgan ogʻishlarning oldi olinadi.
<p>Nazorat</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bu funksiyaning maqsadi “tutib olish”, “aybini ochish”, “ilintirish” emas, balki boshqaruv obʻek tida sodir boʻlayotgan jarayonlarni xisobga olish, tekshirish, taxlil qilish va maʼlum tartibda shu obyekt faoliyatini oʻz vaqtida sozlab turishdir. Nazorat oʻrnatilgan meʼyoriy hujjatlardan, reja lardan ogʻishlarni, ularning joyi, vaqti, sababi va xususiyatlarini aniqlash imkonini beradi. • Taʼsirchan nazoratni tashkil qilish xar bir rahbarning funksional ishidir.

4. Boshqaruv tamoyillari

Qonun - bu davlat hokimiyati tomonidan qabul qilingan, xamma uchun majburiy boʻlgan ijtimoiy xuquqiy norma va munosabatlarni belgilovchi rasmiy qoida. Masalan, Konstitutsiya £zbekistonning asosiy qonunidir. Toʻqqiz yillik majburiy taʼlim xaqida qonun va x.k.

Qonun - bu bajarilishi shart, majburiy boʻlgan, norma, qoida tusiga kirgan talab, topshiriq va shu kabilar, yaʼni jamiyatda, ijtimoiy guruh va shu kabilarda qabul qilingan odat tusiga kirgan qoida, rasm, odat.

Tamoyil - mayl, moyillik, tendentsiya.

“Prinsip” soʻzi lotin tilidan olingan boʻlib, asos, dastlabki, yaʼni xatti-harakat yoki faoliyatning asosiy qoidasi, rahbar gʻoya maʼnolarini bildiradi. Printsiplarni menejment fani va amaliyotining poydevori deyish mumkin. Qonun va tamoyillarda menejmentning obykti va subykti oʻrtasidagi obyektiv, muxim, takrorlanadigan, nisbiy, turgʻun, aniq muayyanlik va mohiyat bilan umumiy bogʻlanish va aloqadorlik oʻz ifodasini topadi. Bu umumiy bogʻlanish va aloqadorliklar maʼlum shart-sharoitlarda voqealar rivojining yoʻnalishi va xususiyatini belgilab beradi. Bundan koʻrinib turibdiki, menejmentning qonun-qoidalari va tamoyillari faqat xamma uchun majburiy boʻlgan norma, qoida, rasm-rusum, moyilliklar orqali taʼriflanishi va ifodalanishi mumkin.

Boshqaruvning tamoyillari:

- | | |
|---------------------------|--|
| Demokratiya-lash tamoyili | • ommani boshqarishga keng ko‘lamda jalb qilishni, kengash va maslaxat bilan ishlarining bajarilishini talab qiladi. |
| Ierarxiya tamoyili | • boshqarishning pog‘onaligiga asolanadi. Bu tamoyil, bir tomonidan, markaziy, ikkinchi tomondan esa, viloyat shahar va tumanlar darajasidagi davlat hokimiyati hamda boshqaruv idoralarining vazifalarini aniq belgilanishini talab qiladi. Samarasiz boshqaruv bo‘g‘inlari qanchalik ko‘p bo‘lsa, shunchalik boshqaruv jarayoni chigallashadi. |
| Rejalashtirish tamoyili | • boshqarish bo‘g‘inlari o‘rtasidagi taraqqiyot nisbatlarini aniqlaydi, shartnomalarning bajarilishini tashkil qiladi va nazorat qiladi. |
| Yakkahokim-lik tamoyili | • boshqarish tayinlangan shaxs tomonidan bajarilib, unga boshqariladigan obyekt, uning mol-mulki, pul mablag‘lari ishonib toshiriladi. Yakka xokimlik boshqarishda jiddiy tartib va mexnat intizomini ta‘minlaydi. Bunda “Ko‘plashib muxokama qilmoq kerag-u, lekin mas‘uliyat yakka bir kishida bo‘lmog‘i kerak” degan printsiplarni amal qiladi. |
| Ilmiylik tamoyili | • menejerlardan chuqur bilimni, o‘z soxasi bo‘yicha iqtisod, mantiq, ruxiyat, matematika, chet tili, texnologiya kabi fanlarni yaxshi bilishini talab qiladi. Shu bilan birga uning saviyali tashkilotchi, tashabbuskor g‘oyalarga boy, izlanuvchan, bozor kon‘yunkturasini yaxshi biladigan, tavakkal qilishdan qo‘rqmaydigan mutaxassis bo‘lishini talab qiladi. |
| Qayta aloqalar tamoyili | • Topshiriqni berishda tushundirlarmi? deb so‘rash etarli emas. Bunday savolga javobgar shaxslardan tasdiqlovchi javobni, topshiriqni to‘g‘ri tushunganligini so‘rash kerak. |
| Javobgarlik tamoyili | • bu tamoyil, eng avvalo, boshqaruvchilarning javobgarligini nazarda tutadi. Bajaruvchanlik madaniyati past, mas‘uliyatsiz rahbar korxonalar va xodimlarning sho‘ri. Menejer uchun xuquqiy javobgarlik o‘ta yuqori bo‘lishi kerak. |

Shunday qilib, boshqarish tamoyili (prinsipi) deganda boshqaruv organlari va rahbarlari faoliyatining zaminini tashkil etuvchi asosiy qonun-qoidalar tushuniladi. Boshqarish tamoyillari-bu boshqaruv amaliyotida obyektiv qonunlardan ongli foydalanish shakllaridandir.

Boshqaruv tamoyillarining shakllanishi chuqur tarixiy ildizlarga ega. Xususan, Turkistonda bu tamoyillar Amir Temur xukmronligi davrida shakllana boshlagan. O‘zining ixcham, tezkor boshqarish devoniga ega bo‘lgan Markaziy Osiyodagi Turkistondek buyuk davlat

- ilmiylik;
- yakka xokimlik;
- ierarxiya;
- bilimdonlik;
- demokratiya kabi tamoyillar asosida boshqarilgan.

Xurosonlik yirik shayx va shayxuislom, Amir Temurning e‘tiqod qo‘ygan, pirlaridan, tinchliksevar va raiyatparvar inson Zaynuddin Abubakir Toybodiy Temurga maktub yozib uning saltanat yumushlarida quyidagi “to‘rt ishni qo‘llashini aytgan, ya‘ni:

- 1) Kengash;
- 2) Mashvaratu maslaxat;
- 3) Xushyorligu muloxazakorlik;
- 4) Extiyotkorlik.

Shunday ekan, saltanatni boshqarishda mashvaratu maslaxat va tadbir bilan ish yuritgin, toki oqibatda nadomat chekib, pushaymon bo‘lmagaysan. Yana shuni ham bilgilikim, saltanat ishlarining bir qismi sabru toqat bilan bo‘lgay, yana bir qismi esa bilib-bilmaslikka, ko‘rib ko‘rmaslikka solish bilan bitur. (Xullas) tadbirlardan ogox qilingandan keyin shuni aytish joizdirkim, qat‘iylik, sabr, chidamlilik, xushyorlik, extiyotkorlik, va shijoat bilan barcha ishlar amalga oshirilgay. Vassalom” Maktubni o‘qib Amir Temur o‘z Tuzuklarida: “U menga saltanat ishlarining to‘qqiz ulushi mashvaratu, tadbir va kengash, qolgan bir ulush esa qilich bilan bajo

keltirishni anglatdi... Tajribamda ko‘rilgankim, ishbilarmon, mardlik va shijoat soxibi, azmi qat’iy, tadbirlar va xushyor bir kishi ming-minglab tadbirsiz, loqayd kishilardan yaxshidir. Chunki tajribali bir kishi ming kishiga ish buyuradi”-deb yozgan edi.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

- 1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p.
- 2.Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

4. Қўшимча адабиётлар

17. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
18. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
19. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
20. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz
www.gov.uz
www.lex.uz
www.mf.uz

6Mavzu: Biznesni tashkillashtirish

6.1 O'zbekiston iqtisodiyotida biznes o'rni va mohiyati

6.2 Biznes boshqarishning turlari

6.3 Biznesning tashkiliy tuzilmasi

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov asarlarida va Respublika Oliy majlisi sessiyalarida qabul qilingan qonunlarda O'zbekistonda kichik biznes va tadbirkorlikni moliyaviy jihatdan qo'llab-quvvatlash, ularga har tomonlama madad berish, ularning samarali ishlashi va rivojlanishi uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, ular yordamida mamlakat iste'mol bozorini yuqori sifatli tovarlar bilan to'ldirish masalalariga alohida e'tibor berilgan. O'zbekiston Respublikasining «Tadbirkorlik to'g'risida»gi qonunga asosan biznes va tadbirkorlikning faoliyat sohalari, huquqlari, majburiyatlari, ma'suliyatlari va manfaatlarini himoya qilish davlat tomonidan kafolatlangan. 1995yil 21dekabrda O'zbekiston Respublikasi Oliy majlisi sessiyasida qabul qilingan «Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish to'g'risida»gi qonunda kichik biznes bilan shug'ullanuvchi ish bilarmonlarga yanada ko'proq imtiyozlar berildi. Bu o'z navbatida kichik biznes bilan shug'ullanuvchi ish bilarmonlarning ishchanligini yanada faollashtirishga, mamlakatda talpi milliy mahsulotni hajmini oshirishga, inflyatsiya jarayonlarini syokinlashtirishga, iqtisodiyotni barqarorlashtirish va rivojlantirishga keng imkoniyat yaratdi.

Kichik biznesning mohiyati va iqtisodiyotda tutgano'rni

Hozirgi paytda mamlakatimizda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlarning ikkinchi bosqichida mulkni davlat tasarrufidan chiqarish, xususiylashtirish, qo'shma korxonalar tuzish, korxonalarni ochiq tipdagi aktsiyadorlik jamiyatlariga aylantirish va ayniqsa kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish masalalariga katta e'tibor berilmokda.

O'zbekistonda va mustaqil hamdo'stlik davlatlarida biznes haqidagi maqolalar, adabiyotlar 60-yillarning o'rtalarida paydo bo'lgan. Biroq, u paytdagi barcha maqolalar tanqidiy tarzda yozilar edi. Chunki biznesni asosini xususiy mulkchilik tashkil etar edi. Xususiy mulkchilik esa o'sha paytda bizning mafkuramiz uchun butunlay yot narsa edi. Lyokin biznesni fan tariqasida o'rganish faqatgina 90-yillarning boshlarida bozor munosabatlariga asta - syokin o'tish bilan boshlandi.

“Biznes” so'zi inglizcha so'z bo'lib, u tadbirkorlik faoliyati yoki boshqacha so'z bilan aytganda kishilarni foyda olishga qaratilgan turli mehnat faoliyatidir.

Xorijiy adabiyotlarda biznes ta'rifini ko'p turlari mavjuddir. Insoniyat jamiyatining butun rivojlanish tarixi u yoki bu jihatdan doimo biznes bilan bog'liq bo'lgan.

Biznesmen (Tadbirkor) so'zi birinchi marotaba Angliya iqtisodiyotida XVIII asrda paydo bo'lib, u “Mulk egasi” degan ma'noni bildiradi. Jumladan, Adam Smit tadbirkorni mulk egasi sifatida ta'riflab, uni foyda olish uchun qandaydir tijorat g'oyasini amalga oshirish maqsadida iqtisodiy tavakkalchilikka boradigan kishidir, - deb ta'kidlaydi. Tadbirkorni o'zi, o'z ishini rejalashtiradi, ishlab chiqarishni tashkil etadi, mahsulotni sotadi hamda olgan daromadiga o'zi xo'jayinlik qiladi.

Xorijiy mamlakat olimlari darsliklarda biznesga tizimli ta'rif beradilar. Amerika qo'shma shtati (AQSh) ning Texas va Illinoya universitetlari

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

- 1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p.
- 2.Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

5. Қўшимча адабиётлар

21. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
22. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
23. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
24. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz
www.gov.uz
www.lex.uz
www.mf.uz

7-Мавзу:Тadbirkorlik va kichik biznes boshqaruvi

- 7.1.Tadbirkorlik faoliyati haqida
- 7.2. Kichik biznes asoslari
- 7.3. Kichik biznesni boshlash

Тadbirkorlik faoliyati haqida

Bugungi kunda ma'rifatli bozor iqtisodiyotining muhim talabi - kam mehnat sarflagan holda, ko'proq va sifatli mahsulot ishlab chiqarish, kishilarning talab va ehtiyojlarini to'la qondirish va shu asosda foyda olishdan iborat. Bu borada ishlab chiqarish jarayoni asosiy xarakatlantiruvchi kuch - tadbirkorlardir. Respublikamizning strategik yo'nalishi jamiyat va fan oldiga ishlab chiqarishning muntazam rivojlanishini ta'minlaydigan yangicha iqtisodiy munosabat va g'oyalarni qaror toptirish, iqtisodni boshqarishni tubdan qayta isloh qilish, yangicha xo'jalik yuritish usullarini doimo izlab topish va uni amaliy kundalik hayotga tadbiiq qilishni talab qilmoqda. Bu quyidagilarni talab etadi:

- Moddiy ishlab chiqarish sohasiga ko'proq ishbilarmon tadbirkor va bilimdon kishilarni jalb etish;
- Menedjer, marketing, tadbirkorlik va bozor iqtisodiyoti sohasi bo'yicha, turli mutaxassislar uchun doimo har tomonlama yangi bilim berishni keng tadbiiq-choralarini amalga oshirish;
- Hozirgi bozor iqtisodiyoti muammolarini yechadigan har xil mutaxassislarni tayyorlash;
- Ishlab chiqarish jarayonlarini raqobatga chidamlik qilib tashkil etish;
- Mulkning aksariyat qismini davlat tasarrufidan chiqarish; turli hil mulkchilik shakllarini joriy qilishni tezlashtirish;
- Joylarda mahsulotlarni qayta ishlaydigan kichik korxonalar tashkil etish;
- Shaxsiy yordamchi xo'jalikni yanada rivojlantirish;
- Xususiy mulkchilikka keng imkon berish;
- Aktsionerlik uyushmalarini tashkil etish;

- Birgalikda aralash korxonalar qurish yo'liga o'tish;
- Ijara, pudrat, dehqon (fermer) xo'jaligi ko'rinishlaridagi xo'jalik yuritish usulini qo'llashni yanada rivojlantirish;
- Mehnat intizomini mustahkamlash;
- Bozor iqtisodiyoti sohasidagi strategik yo'nalishlar siyosatini tartibga solib, boshqarish yo'lini takomillashtirib borish;
- Chet el munosabatlarini mustahkamlagan holda ularning kapitallaridan unumli foydalanish;
- Moliya-kredit, soliq va bank ishlarini takomillashtirish va x.k.

Biznes-biror faoliyat (ish) yuzasidan bo'lgan munosabat, aniqrog'i ishbilarmonlarning iqtisodiy munosabatlaridir.

Biznesning uch turi mavjud:

1. savdo - vositachilik
2. ishab chiqarish biznesi
3. xizmat ko'rsatish asosidagi biznes.

Ishlab chiqarish biznesida ularning ikki turi ajratiladi:

1. Traditsion turdagi tadbirkor. Bunday tadbirkor har doim talab qilinadigan mahsulotni ishlab chiqaradi.

2. Novator - tadbirkor. U yangi texnologiyalardan foydalanish asosida ixtirolarni ishlab chiqarishga qo'llaydi va avval ma'lum bo'lgan tovarlarni ishlab chiqarishni yangi usullar yordamida amalga oshiradi. Bunda yangi ishlab chiqarishlar, tarmoqlar yaratilishi mumkin.

Biznes - munosabat sifatida bir qator belgilarga ega: biznesmenlar o'z manfaatlariga ega, foyda olishga intiladi, hatto xatarli ishga qo'l urishga ham tayyor, tashabbuskor, ishning siru-asrorlarini biladigan, o'zaro iqtisodiy aloqalar madaniyatini egallagan bo'ladilar. Ularning aloqalari hamma ishtirokchilar uchun naf keltiradi. Biznesmen– kapital egasi, mulkdor, mulkini ko'paytirishga intiluvchi shaxs. Biznes - bu ruhsat etilgan, jamiyat a'zolariga naf keltiruvchi faoliyat bilan shug'ullanib, pul daromad topishni bildiradi. Biznes keng ma'nodagi qonuniy yo'l bilan daromad topishga qaratilgan faoliyatdir.

Biznesning mohiyati ayiriboshlashdadir. Pulni tovarga va yanada ko'proq pulni, ya'ni foydasi bilan qaytgan pulni tovarga ayiriboshlash biznesning mohiyatini ko'rsatadi: Madaniylashgan bozor iqtisodiyoti pul topishning g'ayri qonuniy usullarini, ya'ni qalloblik, tovlamachilik, poraxo'rlik, o'g'rilik, tilamchilik, bosqinchilik, giyohvand (narkotik) moddalar bilan shug'ullanib pul topish kabilarni xaqiqiy biznes tan olmaydi. Ammo ijtimoiy hayotda g'ayri qonuniy yo'l bilan pul topish uchrab turadi, lekin bu bozor munosabati qonunlari bilan bog'liq emas. Biznes ishbilarmonlik munosabati sifatida o'z sub'ektlari (ishtirokchilari)ga ega, ya'ni yakka tartibda biznes bilan shug'ullanuvchi kishilar, tadbirkorlar jamoasi va uyushmasi, yakka iste'molchilar birlashmalari va nihoyat, davlatning iqtisodiy idoralari ega. Tadbirkorlik to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasi Qonunining «Tadbirkorlik sub'ektlari» deb atalgan 4-moddasida biznesning (tadbirkorlikning) sub'ektlari deb quyidagilar ko'rsatilgan:

- Xususiy tadbirkorlar;
- Tadbirkorlar jamoasi va tadbirkorlik assotsiatsiyasi;
- Mahsulot (xizmatlar, ishlar)ni iste'mol qiluvchi yoki ulardan foydalanuvchi alohida va ko'pchilik (jamoat) shaklidagi iste'molchilar va shuningdek iste'molchilar uyushmasi va assotsiatsiyalari;
- Kontrakt asosida yollanib mehnat faoliyatini amalga oshiradigan xodimlar va kasaba uyushmalari;
- Bitim tuzishda to'g'ridan-to'g'ri ishtirok etuvchi davlat, tuzilmalari (tadbirkorlarga hukumat buyurtmalarini berishda, baho belgilashda, maxsus ishlar va boshqalarni bajarishda imtiyozlar xajmini, tartibini aniqlashda).

Davlat tuzilmalari (organlari) ishbilarmonlar munosabatlariga, ularni qonuniy asosda biznesni amalga oshirishni himoya qilish, kafolatlash maqsadida salbiy (aks) ta'sir ko'rsatish ham mumkin. Bozor iqtisodiyotida brokerlar, dilerlar, marketologlar, bankirlar, moliyachilar, ma'muriy rahbarlar faol ishtirok etadilar.

Tadbirkorlik ob'ekti bo'lib ishlab chiqarish omillarini samarador kombinatsiyasini oqilona ishlab chiqish va natijada maksimal darajada daromad olish hisoblanadi.

Biznesga bozor orqali talab-ehtiyojni qondiruvchi faoliyat ham kiradi.

Iste'molchilar (xaridorlar)ning biznesda ishtirok etishdan manfaati tovar va xizmatlarni sotib olishlaridir. Tadbirkorlik biznesidan farqliroq iste'molchi biznesida hamma fuqarolar qatnashadi, ularning talab-ehtiyojlarini bozor orqali qondirish zarurati faol tadbirkorlikni talab qiladi. Tadbirkorlik biznesning bir qismi, u tovarlar ishlab chiqarish va xizmat turlarini ko'rsatish yo'li bilan daromad topishdir. Biznesga tadbirkorlikdan tashqari boshqa yo'l bilan, masalan pul yoki qimmatbaho buyumlarni bankka qo'yib, daromad topish yoki ijaraga berib pul topish kabilar kiradi, lekin bu faoliyat sohalarida yaratuvchilik yo'q, ya'ni hech bir narsani yaratmay, u boylikdan boylik undirishdan iborat xolos.

Biznes munosabatining ikkita asosiy talabi bor.

Birinchidan, biznes ishtirokchilari suverenitetga, mustaqillik, erkinlikka ega bo'lishlari shart. Ammo bu biznes sub'ektlarining mustaqilligi bilan cheklanmaydi, balki har bir sub'ektning boshqa sub'ekt, ya'ni o'zi aloqa qiladigan sub'ekt manfaatlari bilan hisoblashish, uning niyatlarini va xatti - xarakterlarini bilish va to'g'ri tushunishni ham talab qiladi.

Sub'ektlarning biznes yuzasidan bo'lgan munosabatlari belgilangan tartib-qoidalar doirasida bo'ladi va buni davlat nazorat qiladi.

Ikkinchidan, biznes aloqlaridagi sub'ektlar manfaatlarining murosali munosabatda bo'lishi talab qilinadi. Murosa ish yuzasidan bir-biri bilan aloqa qiluvchilar o'zaro majburiyatlarini kanda qilmay bajarishlarini, xatti-xarakterlari har ikki tomonga zarar keltirmasligini, ularning suvereniteti buzilmasligini taqozo etadi.

Garchi nazariy jihatdan biznes va tadbirkorlik tushunchalari o'rtasida farq bo'lsada, biroq kundalik xayotda biznes bilan shug'ullanuvchi barcha kishilar tadbirkor deb hisoblanadi.

Bu tushunchalar sinonim sifatida ishlatiladi. Ayrim xollarda ular o'rtasida farq ajratilmaydi, ba'zi holatlarda ham ikkala so'z ham ishlatiladi. Balki bu tushunchalar o'rtasida farq va o'xshash tomonlari ham bor.

Buni biz quyidagi fikrlardan bilamiz. Kichik biznesda, butun bozor iqtisodiyoti singari uchta asosiy jarayon amal qiladi va unda uch xil tabaqadagi shaxslar ishtirok etadi. ularning tavsiloti quyidagi jadvalda keltirilgan. Yakka xolda tadbirkorlikda, mikrofirmalar, kichik korxonalarda tadbirkor, biznesmen va menedjer bitta shaxs sifatida namoyon bo'ladi. Tadbirkorlar yangi korxonalar yaratadi, unda o'zi biznes bilan shug'ullanadi va uning o'zi menedjerlik vazifasini bajaradi. Shunday qilib, tadbirkor o'zining shaxsiy vazifalarini boshqarish bilan bir vaqtda boshqa birovlarining ishlarini, vazifalarini ham ya'ni mayda tovar ishlab chiqaruvchilik, kapitalist mulk egasi, korxonalar boshqaruvchisi va x.k. vazifalarni ham bajaradi. Lekin o'z shaxsiy faoliyatining rivojlanishi, ishlab chiqarish xajmini ko'payib borishi bilan, ish xajmini o'sishi va kapitalini ko'payishi, boshqarish ishlarni qiyinlashuvi sababli biznesmen va menedjeralarni ishga qabul qilishiga to'g'ri keladi. Bu erda ko'ramizki, bozor iqtisodiyoti ishtirokchilari orasidagi farq yaqqol ko'rinadi. Demak, biznes - pul topish yo'lidagi xarakter, boylikni, mulkni oshirishga intilish bo'lsa, tadbirkorlik - bu ixtiro etish, ishlab chiqarish omillaridan oqilona foydalanish yordamida unga o'xshash bo'lmagan yangilikni yaratish va amalga oshirish yoki eskisini yo'qotib, takomillashtirib ishlab chiqarishni qayta qurish, ya'ni novatorlik. Korxonalar faoliyatini muvoffaqiyatli olib borishi uchun biznesmen ko'pgina sifatlarga ega bo'lishi kerak:

- O'z sohasini bilimdoni bo'lishi;
- Iqtisodiyot asoslarini bilishi;
- Huquqiy tarbiyachi bo'lishi;
- Psixolog;
- Kompyuter texnikasini bilishi;
- Chet tilini bilishi va x.k.lar.

7.2. Kichik biznes asoslari

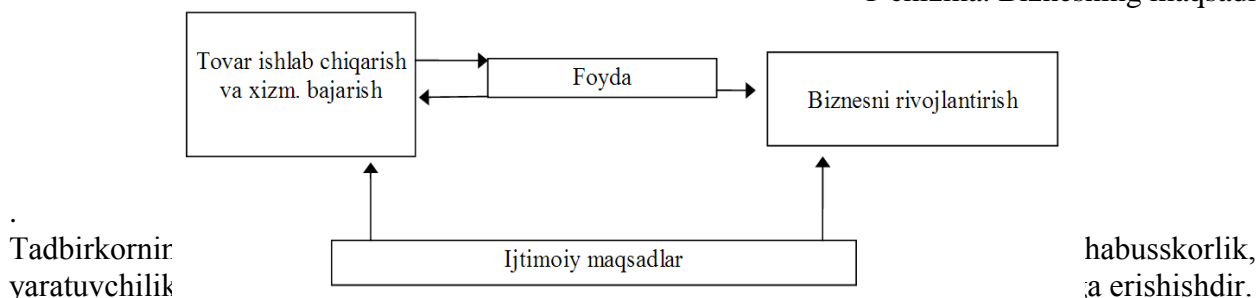
Biznes sohasida hech kim o'zini yirik mutaxassis deb aytmaydi. Biznesda mutloq printsiplial, keskin tushunchalarni ajratish qiyin. Biznes olamida mashhur nazoratchi va amaliyotchi Gerbert

Nyuton Kesonning «Puldorlik san’ati» kitobidagi pul topish va asrash xaqidagi nutqidagi qoidalar berilgan.

1. Aniq maqsadni ko’ring.
2. Qilinadigan ishlarni rejalashtiring.
3. Shartnomalarni doimiyligini ta’minlang va uni saqlab qoling.
4. Mulk hisobiga pul qiling.
5. Tanish bilishlardan foydalaning, ular bilan doimiy aloqa o’rnatib.
6. Sotish mumkin bo’lgan narsagagina pul sarflang.
7. O’z foydangizni oling.
8. Narxlar arzonligida sotib oling, qimmatlashganda soting.
9. O’z bankirlaringizning so’zlarini tinglang.
10. Pulingizni har doim aylanib turishini ta’minlang.
11. Qancha pul qo’yish mumkin bo’lsa shuncha qarz oling.
12. Xech qachon qarz bermang.
13. Qarzni ishni rivojlantirish uchun oling.
14. Narxning tebranishini kuzatib boring.

Shunday qilib, biznes faoliyati bozor iqtisodiyotining asosiy bo’g’ini bo’lgan holda bozor xo’jaligi tizimi tufayli tarkib topgan. Bozor iqtisodiyotidagi evolyutsion o’zgarishlar biznes faoliyatini iqtisodiy tashkil etish shart-sharoitlarini ham o’zgartirib boradi. Ularning maqsadlari har xil. Biznesning maqsadi, odatda foyda olish va uni barqaror xolga keltirish, foydani muttasil oshirib borish va boyib ketish, foyda hisobiga kapitali kupaytirishdir. Bunday foyda biznesning keyingi rivojini va ijtimoiy talablarini qondirishga qaratilgan bo’ladi. Buni quyidagi chizmadan ko’ramiz.

1-chizma. Biznesning maqsadi



Biznesning eng asosiy jihati- bu tadbirkorlikdir. Tadbirkorlik va tadbirkorlik faoliyatining kafolatlari to’g’risida»ga O’zbekiston Respublikasi Qonunida, (14.04.1999.):

«Tadbirkorlik (tadbirkorlik faoliyati) qonun hujjatlariga muvofiq daromad (foyda) olishga qaratilgan, yuridik va jismoniy shaxslar tomonidan mahsulot ishlab chiqarish (ishlarni bajarish, xizmatlar ko’rsatish) yo’li bilan tavakkal qilib va o’z mulkiy javobgarligi ostida amalga oshiriladigan tashabbuskor faoliyatdir» deb ko’rsatilgan. «Tadbirkor»- yuridik shaxs bo’lsa ham bo’lmasa ham doimiy ravishda tadbirkorlik faoliyati bilan shug’ullanuvchi jismoniy shaxsdir (yakka tartibdagi tadbirkor)» Bunday iboralar ham tadbirkorlik va tadbirkor to’g’risida to’liq ma’lumot bermaydi, ularning mohiyatini etarli darajada yoritmaydi. Tadbirkorlik faoliyati o’zi nima, uning o’ziga xos belgilari va uni amalga oshirishdagi muhim printsiplar qaysilar? Bu masalani V.Dolyaning lug’at kitobidagi tushuncha orqali bir muncha oydinlashtirish mumkin. «Tadbirkor degani yangi bir ishga qo’l urish, uni bajarishga kirishish, qandaydir kattaroq ishlarni amalga oshirishdir». Tadbirkor, ya’ni o’ylab ish ko’ruvchi kishi- korxonani yurgizishga moyil, qobiliyatli, katta xajmdagi ishlarga qo’l ura oladigan, jasur, cho’rt kesar va bunday ishlarga botir bo’lgan kishidir». S.Ojegovaning lug’ati tadbirkor to’g’risidagi tushuncha bir muncha to’ldirilgan: «Tadbirkor - eng kerak paytda o’ylab ish ko’radigan, chorasini topadigan, topqir, ixtirochi, ishga amaliy yondoshadigan kishidir». Ikkala lug’atda ham tadbirkorlik faoliyatining aloxida xil, xatti-xarakatlari, yurish-turishlarida fikrlash qobiliyatlarida aloxida o’ziga xos xususiyatga ega bo’lgan faoliyatdir. Bularning xammasi-tashabbuskorlik, xech kishiga ma’lum bo’lmagan usullar bilan ish yuritish, tavakkalchilik, ishga yopishish kabi tomonlarni ifodalaydi. Tadbirkorlik va tadbirkor to’g’risida yanada to’laroq ma’lumotga ega bo’lmoqchi bo’lsak iqtisodiy fikrlarning qadimiy ildiziga, tubiga, shunday muammolar bilan shug’ullangan olimlar ishiga murojat

qilishimiz zarur. «Tadbirkor» tushunchasini birinchi marta XVIII asr boshida iqtisodiyot nazariyasiga kiritgan olim ingliz iqtisodchisi R.Kantilon bo'lgan. U ma'lum bo'lgan baholarda birovlarining tovarlarini sotib olib o'zini ham o'ziga noma'lum bo'lgan bahoda sotuvi noma'lum va belgilanmagan miqdorda daromad oluvchi kishini tushungan. Bu erda – tavakkalchilik tadbirkorning eng asosiy ko'rsatkichi deb hisoblangan. XVIII asrning oxiri - XIX asrning boshlaridagi frantsuz iqtisodchisi J.B.Seytadbirkorni o'z hisobiga va tavakkalchilik bilash ish boshlab qandaydir mahsulotni o'z foydasi uchun ishlab chiqaruvchi shaxs deb tushungan. Uning ta'kidlashi bo'yicha, tadbirkor ishlab chiqarish omillari - kapital, mehnat, tabiiy resurslardan oqilona, o'miga qo'yib foydalanadi. Seytadbirkorning o'ziga xos xususiyatlarini, uning daromadini xarakterini etarli darajada batafsil yozgan edi.

7.3. Kichik biznesni boshlash

Nemis iqtisodchisi V.Zombart (XIX asr oxiri - XX asr boshlarida) ko'rsatishi bo'yicha tadbirkor - bu zabt etuvchi, tavakkalchilikka tayyor turish qobiliyatiga ega bo'lgan, ma'naviy erkin, g'oyalarga boy, shijoatli va o'z so'zini o'tkazadigan, tashkilotchi, birgalikda bajariladigan ishga ko'pgina kishilarni birlashtiradigan shaxsdir. Tadbirkorlik nazariyasiga muhim xissa qo'shgan avstriya iqtisodchisi I.Shumpeterdir. U o'zining 1912 yilda yozgan «Iqtisodiy taraqqiyot nazariyasi» kitobida tadbirkorni ishlab chiqarish omillaridan foydalanishning yangicha kombinatsiyalarini amalga oshiradigan va shu bilan iqtisodiy taraqqiyotni ta'minlaydigan kishi deb ataydi. Yangi kombinatsiyalarni amalga oshirish deganda turli xildagi yangiliklarni kiritish, yangi narsalarni ishlab chiqarish ilgari noma'lum bo'lgan yoki yangi sifatdagilarni yaratish, yangi texnologiyalarni kiritish, mahsulot sotadigan yangi bozorlarni, xomashyo manba'larini o'zlashtirish, xo'jalik faoliyatida tashkiliy o'zgarishlar yaratilishlarni amalga oshirishni nazarda tutgan edi. Shumpeter fikricha agar yangi kombinatsiyalar amalga oshirilmaydigan bo'lsa, u holda tadbirkorlik to'g'risida gapirishga asos yo'qdir. Shumpeter fikricha tadbirkorlik eng avvalo iqtisodiy sohada namoyon bo'lsa ham, bu xodisa ko'proq ijtimoiy-iqtisodiy xodisa bo'lsay, balki psixologik voqelikdir. Keng ma'noda kishining tadbirkorlik xolati - bu tashabbuskorligi, novaterligi, manfaatdorligi, ishga eskicha emas, yangicha yondoshishdir. Shumpeter tadbirkorlik faoliyatining uch asosiy tomonini ajratadi:

1. Xokimlikka, xukmron bo'lish va erkinlikkaintilish;
2. Kurashishga xoxish va muvaffaqiyat uchun muvaffaqiyatga intilish;
3. O'z ishidan xursand bo'lish, xuzr qilish, lekin bunday xolat uning xatti-xarakterlarini belgilovchi vosita bo'ladi. Shumpeter iqtisodiy omillarning axamiyatini inkor etmay, uni tan olib aytadiki, xususiy mulk va foyda tadbirkorlikni ifodalovchi xususiyatlar bilan yonma-yon bir qatorda turadi. Nobel mukofotining sovrondori (1974y) ingliz iqtisodchisi F.Xayeka fikricha tadbirkorlik bu biron bir kasb bilan shug'ullanishi emas, bu xo'jalik sub'ektining xatti-xarakteridir. Xayek tadbirkorlikni iqtisodiyot sohasidagi yanada aktivroq ko'rinadigan ijtimoiy-psixologiya voqea deb biladi. Qat'iy qaror tadbirkorlik va xushyorlik – davlatni boshqarish qoydalaridan biri bo'lgan. Amir Temurning Movarannaxrda. Xulosa qilib aytish mumkinki, nazariyachi iqtisodchi-olimlar tadbirkorlikka to'la-to'kis tavsilot berganlar va unga psixologik tomonlarni o'z ichiga olgan ijtimoiy-iqtisodiy voqelik deb qaraganlar. Shunday qilib, turli davrlarda tadqiqotchilar tomonidan tadbirkorlik turlicha tushunalar berib kelingan:

– Tadbirkor - bu yangi texnologiya, yangi ishlab chiqarish va yangi xizmat ishlarini ishlab chiqaruvchi novator.

– Tavakkalchilik sharoitida xarakter qiluvchi, kuchli inson;

– Har qanday imkoniyatdan maksimal foyda oladigan kishi;

Tashabbus ko'rsatuvchi, ishbilarmon, ijtimoiy-iqtisodiy mexanizmni tashkil - etuvchi inson.

Tadbirkor va biznesmenning faoliyati natijalari turlicha tugallanadi.

Tadbirkor o'z qobiliyati hisobiga tadbirkorlik daromadini olsa, biznesmen kiritgan kapitalidan foyda oladi.

Tovarlar va tovarashgan xizmatlarni yaratish bozor iqtisodiyoti uchun birlamchi bo'lganidan uning asosini tadbirkorlik tashkil etadi. Tadbirkorlik - iqtisodiyotning suyangan tog'i-yu, ishongan bog'i, xarakterga keltiruvchi kuchi hisoblanadi. Tadbirkorlik-kishilar (mulkchilik sub'ektlari)- ning moddiy va pul mablag'larini (kapitalni) amalda xo'jalik oborotiga tushirib, daromad topish uchun

mo'ljallangan iqtisodiy faoliyatdir. Tadbirkorlik umuman pul topish emas, balki yaratuvchilik faoliyati orqali daromad olishni bildiradi. Tadbirkorlik ish yuritmay turib, kapital hisobidan tekin daromad ko'rib, uni parazitlarcha o'zlashtirishni inkor etadi. Tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun bir qancha tug'ma va o'zi ega bo'lgan sifatlar zarur. Shuning uchun xaqiqiy tadbirkorlar tez-tez uchramaydilar. Masalan, amerikaning ilmiy izlanishlari asosidagi ma'lumotlariga ko'ra mehnatga qobliyatli axolining har 100 tasidan, atigi 7 kishi xaqiqiy tadbirkor bo'lib chiqadi. Biznesmen bo'lib yuradiganlar esa ko'p. Biznes - «Ish», «kommertsiya» demakdir. Amerikacha biznes - bu jamiyat talablarini va xoxishini qondirish uchun ishlab chiqarish tizimidir. Biznes - bu mashshaqatli va foydali ishdir». Tadbirkorlik mulkiy munosabatlar doirasida yuz beradi. Mulkchilik turli - tuman bo'lganidek tadbirkor ham bir xil emas.

Tadbirkorlikning muhim xususiyatlari (belgilari yoki tomonlari) quyidagilar:

- ◆ mustaqillik;
- ◆ tavakkalchilik;
- ◆ mustaqil fikrlash;
- ◆ o'z kuchiga ishonish;
- ◆ yaratuvchanlik, navatorlik kobilyati;
- ◆ tinimsiz izlanish;
- ◆ tashabbus ko'rsatib ishlash;
- ◆ uddaburonlik.
- ◆ mulkiy munosobatlarning ishtirokchisi bo'lish, ishlab chiqarish omillarining barchasiga yoki ba'zi biriga va yaratilgan tovarlarga egalik qilish.
- ◆ javobgarlikni xis etish.
- ◆ iqtisodiy erkinlik, xo'jalik faoliyati turini tanlash, uni resurslar bilan ta'minlash, oldi-sotdi ishlarini yuritish, ishlab chiqarishni boshqarishda erkinlik.
- ◆ iqtisodiy xatti-xarakter uchun ma'suliyatni o'z zimmasiga olish: ish natijasiga javob berish, tavakkal qilib ish yurita olish, iqtisodiy xatarli ishga qo'l urush.
- ◆ foyda olishga intilish: foydaga erishish chora-tadbirlarini ko'rish, olingan foydani o'z bilganicha ishlatish.
- ◆ tijorat siriga ega bo'lish: biznesga oid va o'zgalarga
- ◆ raqobat kurashida qatnashish: bozorda amalqiluvchi qoidalarga rioya etgan holda halol raqobatda qatnashib, uning g'irrom, yovvoyi usullaridan voz kechish.
- ◆ halollik bilan ish yuritish, qalloblik, g'irromlik va aldanchilikka moyil bo'lmaslik. Obro' (imij)ga ega bo'lish, boshqalarga ishonish va boshqalar ishonchini qozonib shon-shuxrat orttirish, firma nomini e'zozlab, unga putur etkazmaslik, firmani obro'sizlantirmaslik.
- ◆ tashqi muhit (soliq va boshqa tashkilotlar), o'z xodimlari va hokozalar) bilan yaxshi munosabat o'rnatish.

1. Tadbirkor maqsadni aniq belgilaydi, ishlab chiqarish dasturini tuzadi va unga erishadi. Er, kapital va mehnat resurslarini, tovar ishlab chiqarish va xizmat ishlarini bajarish maqsadida ularni yagona jarayonga birlashtiradi. Tashabbusni o'z qo'liga oladi. Tadbirkor bir vaqtning o'zida ishlab chiqarishni xarakterga keltiruvchi

kuch va o'rtada turgan vositachi hisoblanadi. Foydali jarayonlarni amalga oshirish uchun boshqa resurslarning qo'shilishini ta'minlaydi. Dasturda maqsadga erishishning yo'l-yo'riqlari, ta'minot va xarid kabi bandleari o'z aksini topishi lozim.

Dasturning bandlar soni, qanday davrni o'z ichiga olishi, korxonaning qanday bo'limlari uchun tuzilishi, ichki sharoitlari va tashqi muhitning o'zgarishi ham o'z aksini topishi maqsadga muvofiqdir. Tadbirkor korxonada dasturini tuzishda quyidagi asosiy mulohazaga e'tibor beradi:

– Maqsadga qanday erishish mumkin;

– Korxonani kelajakda nimalar kutmoqda (ya'ni ishlarni rejalashtirish).

Agar shu ikkita mo'ljal bir-biriga mos keltira olinsa, korxonada faoliyati dasturini tuza olish mumkin.

Dastur tuzishni shartli ravishda uch bosqichga bo'lish mumkin:

1. Mahsulot sotiladigan bozorni tahlil etish lozim. Tahlil ikki yoqlama uzviy bog'langan holda qilinadi. Birinchisi, korxonada ishlab chiqargan mahsulotning bozordagi ijobiy tomonlarini o'rganib chiqish, ikkinchisi salbiy tomonlarini chamalab ko'rish. Ikkala holda ham tadbirkor talab va taklif

o'zgarishi, fan va texnika yutuqlari, raqobat o'zgarishini hisobga olgan holda bir yildan besh yilgacha bashorat qilishi kerak.

2. Korxonaning ichki imkoniyatlarini to'liq hisobga olgan holda maqsadni to'g'ri qo'ya bilish. Eng yaxshisi, korxonaning kuchli tomonlari va kamchiliklari bir-biri bilan solishtirilib, talab va taklifning o'zgarishiga bog'lanadi. Solishtirish natijasida qaysi maqsad imkoniyatga mos keladi, qaysinisi mos kelmasligi yaqqol ko'rinib qoladi. Shular asosida tadbirkor o'z maqsadini yana bir bor qayta ko'rishi lozim. So'ngra imkoniyat mavjud bo'lgan, uddasidan chiqa oladigan vazifalar tanlanadi.

3. Korxonaning faoliyati rivojlaishining eng foydali variantini tanlab olish.

Korxonaning xom-ashyosi va tashkiliy imkoniyatlari majmuasi aniqlanadi.

Bunda asosan uchta ko'rsatkichga e'tibor berish kerak:

a) korxonaning bozor muhitida tutgan o'rni, ya'ni chiqariladigan mahsulotlarning

qanchalik talabga javob berayotganligi, sifat jihatidan ham, son jihatidan ham;

b) korxonaning qaysi xo'jalik shakliga mansubligi, ya'ni tarmoqqa qarashlimi yoki

xo'jalik sektorigami va x.k.;

v) ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar turining xilma-xilligi, ya'ni taklif etilayotgan mahsulotning talabga qanchalik mos kelayotganligi. Yuqorida qayd etilgan ko'rsatkichlardan ko'rinib turibdiki, korxonaning doirasida ham, bozor sharoitida ham o'zining kelib chiqishi va xususiyatlariga ko'ra bashorat qilish ancha mushkul ishdir. Shu sababli dastur tuzishda uchinchi bosqichni o'rganayotganda qo'shimcha maslahatchilarga murojat etish maqsadga muvofiqdir.

1. Tadbirkorning muhim vazifalaridan yana biri - biznes faoliyati bilan shug'ullanayotganida korxonaning faoliyati yo'nalishini belgilovchi asosiy qarorlarni qabul etishdek murakkab vazifalarni o'z zimmasiga olishdir.

2. Tadbirkor - kommertsiya asosida yangi mahsulotlarni ishlab chiqarish, ulardan foydalanish, yangi ishlab chiqarish texnologiyalarini yoki xatto biznesni tashkil etishning yangi shakllarini kundalik hayotga kiritib boradi.

3. Tadbirkor - tavakkalchilik bilan o'z ish vaqti, mehnati, ishidagi obro'si, shuning bilan birga o'zining shaxsiy va o'z kompanonlari yoki aksionerlarining sarflagan mablag'laini garovga qo'yib ish olib boradi. Tadbirkorga foyda olish kafolati berilmagan. Shuning uchun ham kapitalizm iqtisodiyotida tadbirkorlik qobiliyatiga alohida o'rin beriladi, u «mehnat» tushunchasiga kirmaydi, chunki uning o'ziga xos xususiyatlari, ahamiyati bor.

«Mehnat» - kishilarni tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish borasidagi jismoniy va aqliy qobiliyatlaridir. «Mehnat» va «tadbirkorlik qobiliyati» mehnat resurslarini tashkil etadi.

Tadbirkor aniq bir ishlab chiqarish faoliyatini tanlab olib, o'z korxonasini yurguzib yuborgandan so'ng, uning asosiy vazifasi ishlab chiqarish jarayonini uzluksiz boshqarishdan iborat bo'ladi.

Bunday holatda tadbirkorning nazarida u hamma erda zarurga o'xshaydi, go'yo u siz xech qanday ish bitmaydi. Lekin, bunday o'ylash aslo to'g'ri emas. Barcha vazifalarni o'z zimmasiga yuklash noto'g'ridir, chunki ishlab chiqarish jarayonida shunday holatlar bo'ladiki, boshqalar ushbu ishni yaxshiroq bajarishlari mumkin. U tadbirkorlik bilan ish olib borishi kerak. Masalan, xodimlar masalasida, ta'minot masalasida, xarid qilish, ishlab chiqarish jarayonini ta'minlash masalasida tadbirkor, birinchi o'rinda yaxshi tashabbuschi, tashkilotchidir. Tadbirkor o'zining yuqorida zikr etilgan xizmat vazifalarini amalga oshirishda korxonaning ishlab chiqarish jarayoni dasturini tuzish, sistemali boshqarish, iqtisodiy tahlil etish, korxonaning istiqbolini bashorat etish kabi ilm-fan yutuqlaridan unumli foydalaniladigan ilg'or bilimlarni qo'llashi maqsadga muvofiqdir.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorning asosiy maqsadi o'z qo'l ostidagi ishlab chiqarish vositalaridan, ixtiyoridagi resurslardan unumli foydalangan holda bozor talablariga to'g'ri javob beruvchi mahsulot ishlab chiqarib, unumli foyda olishdir. Maqsadga erishish yo'llarini ishlab chiqishda tadbirkorlarning albatta o'z dasturi bo'lishi lozim. Dastur korxonaning katta yoki kichik bo'lishidan qat'iy nazar, tuzilishi maqsadga muvofiqdir.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p.

2. Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

6. Қўшимча адабиётлар

25. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.

26. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.

27. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011

28. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz

www.gov.uz

www.lex.uz

www.mf.uz

8- Mavzu: Boshqaruv va yetakchilik

1 Menejment funktsiyalari va turlari

2 Yetakchilik

3 Yetuk menejer xususiyatlari

Menejment funktsiyalari va turlari

Dastlab “funktsiya” va “vazifa” iboralarining lug‘aviy ma‘nosi to‘g‘risida ikki og‘iz so‘z.

“**Funktsiya**” - bu lotincha so‘z bo‘lib, biror kimsa yoki narsaning ish, faoliyat doirasi, vazifasi degan ma‘nolarni bildiradi.

“**Vazifa**” - bu amalga oshirilishi, hal qilinishi lozim bo‘lgan masala, erishilishi lozim bo‘lgan, ko‘zda tutilgan maqsad. Yoki biror-bir topshiriq, xizmat, yumush, xizmat lavozimi, mansab, amal demakdir.

“Funktsiya” tushunchasi “vazifa” tushunchasiga nisbatan torroq ma‘noga ega. Zero, funktsiya faqat o‘z faoliyat doirasidagi vazifalarni o‘z ichiga oladi. Masalan, marketologning ishini bajarish korxonada muhandisining funktsiyasiga kirmaydi, chunki u bevosita marketolog faoliyati doirasidagi yumushdir. “Vazifa” esa o‘z faoliyat doirasidan tashqarida ham bo‘lishi mumkin.

Boshqarish funktsiyasi deganda, u yoki bu ob‘ektni boshqarishga oid aniq vazifalarni hal etishga qaratilgan bir turdagi ishlar majmui tushuniladi.

Demak, boshqaruv muayyan funktsiyalar orqali amalga oshiriladi. Funktsiyalarni aniqlash, ularning mohiyatini ochish va o‘rganish boshqaruv jarayonini to‘g‘ri tashkil qilishning muhim shartidir.

Boshqaruv funktsiyalarining mazmuni u yoki bu faoliyatni tashkil qilishdan kelib chiqadi. Masalan, ishlab chiqarishning dastlabki bosqichida:

· loyihalash;

· konstruktorlik;

- *rejalashtirish* kabi ishlarni bajarish bilan bog‘liq funktsiyalar paydo bo‘ladi. Keyingi funktsiyalar ishlab chiqarishni tayyorlash, ya‘ni:
 - *mahsulot tayyorlash texnologiyasini ishlab chiqish;*
 - *mehnat normalari, materiallar sarfini belgilash;*
 - *asbob-uskunalarni tayyorlash* kabi ishlarni bajarish bilan bog‘liq funktsiyalar paydo bo‘ladi. Ishlab chiqarish jarayonini boshlash va uni uzluksiz davom ettirish uchun:
 - *ishlab chiqarish vositalari, texnika;*
 - *xom ashyo;*
 - *energiya;*
 - *transport* kabi moddiy ta‘minot vositalari zarur.
- Shundan keyin:
 - *kadrlarni tanlash, ularni joy-joyiga qo‘yish;*
 - *mehnatni tashkil qilish;*
 - *ishlab chiqarishga xizmat ko‘rsatish* kabi bir qator tashkiliy funktsiyalar kelib chiqadi.

Ko‘rinib turibdiki, boshqaruv mazmuni jarayon sifatida uning funktsiyalarida namoyon bo‘layapti. Zero:

Funktsiyalar faoliyat turlarini, sub‘ektning boshqarish ob‘ektiga aniq ta‘sir qilish yo‘nalishini aks ettiradi.

Boshqaruv funktsiyalaridan tashqarida boshqaruv jarayonining o‘zi ham bo‘lishi mumkin emas. Funktsiyalar tarkibini, ularning ko‘lamini va mazmunini aniqlash boshqaruvchi xodimlar sonini belgilash, boshqaruv apparatining tashkiliy tarkibini loyihalash uchun muhim asos bo‘lib hisoblanadi.

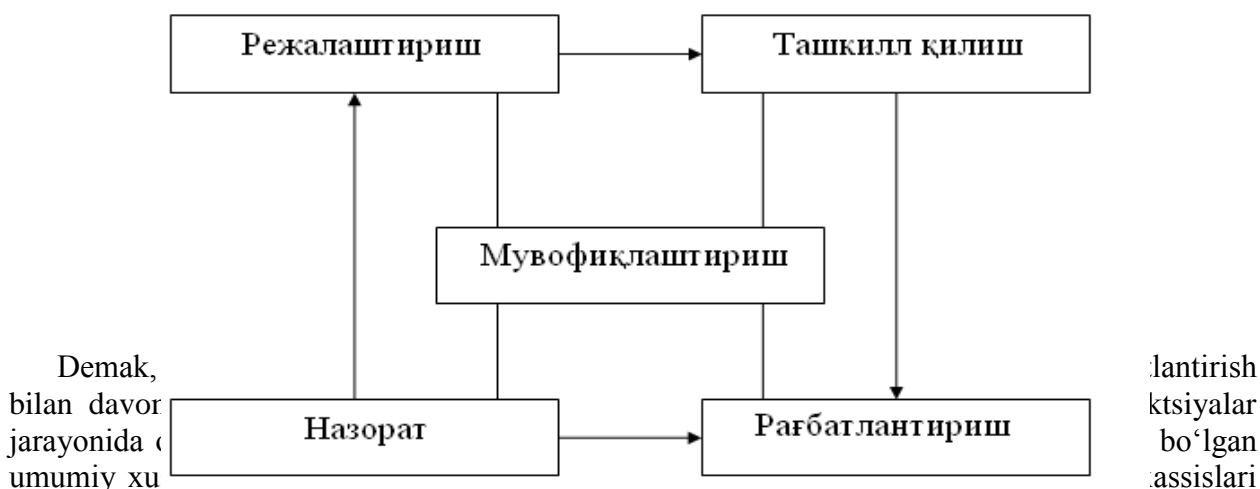
Boshqarish funktsiyalari - ko‘p qirrali tushuncha. Shu sababli ularni muhim belgilar bo‘yicha turkumlarga ajratib o‘rganish zaruriyati tug‘iladi (6-chizma).



Boshqaruv funktsiyalarining mohiyati, tasnifi va mazmunini o‘rganish boshqaruvning butun jarayonini tartibga solib turish uchun zarurdir, chunki yuqorida ta‘kidlaganimizdek, boshqaruv mazmuni jarayon sifatida uning funktsiyalarida namoyon bo‘ladi. G‘arb menejmentining bugungi zamonaviy nazariyasi boshqarish funktsiyalarini tasniflashda, eng avvalo, uning quyidagi asosiy (umumiy) funktsiyalariga ustuvorlik beradi:

- *rejalashtirish;*
- *tashkil qilish;*
- *tartibga solish va muvofiqlashtirish;*
- *nazorat;*
- *rag‘batlantirish (motivlashtirish).*

Bu funktsiyalar boshqaruvning barcha bo‘g‘inlarida va hamma bosqichlarida quyidagi izchillikda amalga oshiriladi (2-chizma).



faoliyatida mavjud bo‘ladi. Ularni, shuningdek, boshqaruvning hamma tomonlarini qamragan funktsiyalar deyish ham mumkin, chunki ular boshqaruv tizimini ham bo‘yiga (vertikal), ham eniga (gorizontal) qamrab oladi. Boshqarish funktsiyasini tasniflashning ikkinchi yondoshuvida boshqarish ishini aniq ijrochilar bo‘yicha taqsimlashga ustuvorlik beriladi. Bunda bir butun aniq funktsiyalar tizimi ajratiladi. Masalan, zamonaviy G‘arb firmalarida ishlab chiqarishga oid 20-25 tadan kam bo‘lmagan funktsiyalar ajratiladi. Bular quyidagilardir:

- *asosiy ishlab chiqarishni boshqarish;*
- *qo‘shimcha ishlab chiqarishni boshqarish;*
- *ishlab chiqarishga xizmat qiluvchi ishlab chiqarishni boshqarish;*
- *marketingni boshqarish;*
- *moliyaviy boshqarish;*
- *sifatni boshqarish;*
- *mehnatni boshqarish;*
- *xodimlarni boshqarish;*
- *innovatsiyani boshqarish va hokazo.*

Bunday holda ishlab chiqarishni boshqarish faoliyatining ayrim turlari va sohalari alohida ajralib turadi. Boshqarishning yuqorida sanab o‘tilgan asosiy funktsiyalari ishlab chiqarishni boshqarish jarayonida muhim o‘rin tutishi zarur bo‘lganligi tufayli ularni mufassal ko‘pib chiqamiz (1-jadval).

1-jadval

Boshqarishning asosiy funktsiyalari

№	Asosiy funktsiyalar	Funktsiyalarniig mazmuni va o‘rni
---	---------------------	-----------------------------------

1.	Rejalashtirish	Boshqarishning asosiy va dastlabki funktsiyasidir. Har qanday boshqarish reja tuzishdan boshlanadi. Bu rejada: boshqaruv maqsadlari va vazifalari, ularni amalga oshirish muddatlari belgilanadi; vazifalarni amalga oshirish usullari ishlab chiqiladi; xalq xo'jaligi bo'g'inarining o'zaro aloqalari o'rnatiladi. Rejalashtirishning umumiylik xususiyati shundaki, bunda har bir boshqaruv xodimi o'zining shaxsiy ishini rejalashtiradi, o'z ish joyidagi faoliyati ko'rsatkichlarini ishlab chiqadi, rejalarni qanday bajarayotganini nazorat qilishni uyushtiradi.
2.	Tashkil qilish	Bu funktsiya boshqaruv ob'ekti doirasida barcha boshqariluvchi va boshqaruvchi jarayonlarning uyushqoqligini ta'minlaydi. Shu nuqtai nazardan, tashkil qilish ichki va tashqi shart-sharoitlarning o'zgarib turishiga qarab, amaldagi tizim tarkibini takomillashtirish yoki yangisini tuzish demakdir. Bu funktsiya joriy va strategik rejalarning ijrosini ta'minlash bo'yicha birinchi qadamdir.
3.	Muvofiqlashtirish va tartibga solish	Rejalashtirish boshqarishning strategiyasi hisoblansa, muvofiqlashtirish boshqarishning taktik masalalarini hal qiladi. Bu funktsiyaning asosiy vazifasi oqilona aloqalar o'rnatish yo'li bilan boshqariladigan tizimning turli qismlari o'rtasida kelishib ish olib borishni ta'minlashdir. Muvofiqlashtirish mablag'larni tejash maqsadida boshqaruvdagi parallelizm va bir-birini takrorlashni bartaraf qilish imkonini beradi. Bundan tashqari, u turli tarmoqlar o'rtasida resurslarni taqsimlash yo'li bilan nisbat va mutanosiblikni, ishlab chiqarish bilan iste'mol o'rtasidagi munosabatni o'rnatadi. Tartibga solish muvofiqlashtirishning davomi bo'lib, u sodir bo'lib turadigan og'ishlarni bartaraf qilish yo'li bilan ishlab chiqarish jarayonlarini amalga oshirishni maqsad qilib qo'yadi. Uning yordami bilan vujudga kelishi ehtimol tutilgan og'ishlarning oldi olinadi.
4.	Nazorat	Bu funktsiyaning maqsadi "tutib olish", "aybini ochish", "ilintirish" emas, balki boshqaruv ob'ektida sodir bulayotgan jarayonlarni hisobga olish, tekshirish, tahlil qilish va ma'lum tartibda shu ob'ekt faoliyatini o'z vaqtida sozlab turishdir. Nazorat o'rnatilgan me'yoriy hujjatlardan, rejalardan og'ishlarni, ularning joyi, vaqti, sababi va xususiyatlarini aniqlash imkonini beradi. Ta'sirchan nazoratni tashkil qilish har bir rahbarning funktsional ishidir. Muntazam nazorat yo'q joyda yuqori pirovard natijalarga erishib bulmaydi.

Boshqarish faoliyatining turlariga ko'ra, funktsiyalar quyidagicha bo'ladi:

*Boshqarishning iqtisodiy funktsiyalari, ya'ni:

- mablag'larning doiraviy aylanishini amalga oshirish;
- mahsulot ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatish;
- marketing xizmatini uyushtirish;
- foyda olishni ta'minlash va h.k.

*boshqarishning sotsial funktsiyalari, ya'ni:

- mehnat sharoitini yaxshilash;
- xodimlarning uy-joyga bo'lgan ehtiyojini, sotsial madaniy-ma'naviy ehtiyojlarini qondirish,
- moddiy rag'batlantirishni ta'minlash;
- ijtimoiy himoyani ta'minlash va h.k.

*boshqarishning ma'naviy-ma'rifiy funktsiyalari, ya'ni:

- xodimlarni insoniylik, yaxshilik, mehr-shafqatli va o'zaro munosabatlarda sabr-toqatli bo'lish ruhida tarbiyalash;

· xodimlarni vatanga muhabbat, insonparvarlik ruhida tarbiyalash, adolat tuyg‘usini, bulum va ma‘rifatga intulishni tarbiyalashga xizmat qilish va h.k.

*boshqarishning tashkiliy funktsiyalari, ya‘ni:

- ishlab chiqarishni tashkil qilish;
- o‘zaro aloqalarni o‘rnatish va muvofiqlashtirish;
- barcha bo‘g‘in va bo‘limlar o‘rtasida vazifalar taqsimoti, vakolat va boshqarish apparati xodimlari o‘rtasida mas‘uliyatlarni belgilash;
- boshqarishning aniq uslubini tanlash va qaror qabul qilishda ish tartibi izchilligi, axborotlar oqimini tashkil qilish va h.k.

Qayd qilingan funktsiyalar bir-biri bilan bog‘liq va ma‘lum darajada tartibga solingan ko‘p unsurlardan, tarkibiy qismlardan iborat bo‘lib, ular yaxlitlikka ega. Shuning uchun ham boshqarish jarayonida ularning birortasi ham e‘tibordan chetda qolmasligi kerak.

Boshqarishning funktsiyalaridan yana biri - bu tarmoqli boshqarish bilan hududiy boshqarishning mutanosibligini ta‘minlash. Har bir korxonada qandaydir bir tarmoqqa (sektor tarkibiga) kiradi. Ayni vaqtda, u bir tuman hududida joylashganligi jihatidan mahalliy ishlab chiqarish hududiy majmuiga kiradi. Boshqarish jarayonida bu funktsiya ham hududiy, ham tarmoq manfaatini ko‘zda tutishi lozim. Tarmoqqa doir bo‘lgan boshqaruv funktsiyalari zarur. Buningiz tarmoq “yo‘qoladi”, yagona texnik va texnologiya siyosatini amalga oshirish va butun tarmoqqa taalluqli boshqa masalalarni hal etish qiyin bo‘ladi. Biroq ayni vaqtda, boshqarishning hududiy funktsiyaari ham zarur. Bu funktsiya muayyan tuman, viloyat hududida joylashgan turli tarmoqlar (sektorlar)ga qarashli korxonalar faoliyatini muvofiqlashtiradi, ratsional aloqalarni o‘rnatilishini ta‘minlaydi. Hududiy funktsiyalar idorachilik g‘ovlarini yo‘qotish, noratsional tashuvlarni kamaytirish va pirovard oqibatda samaradorlik darajasini oshirish imkoniyatini beradi. Qayd qilingan funktsiyalardan tashqari boshqarishning o‘ziga xos aniq funktsiyalari ham bor.

Boshqarishning o‘ziga xos aniq funktsiyalari deganda, muayyan boshqaruv organiga va uning boshqaruvchisiga aniq biriktirilgan ishlar, mas‘uliyat, maqsad va unga erishish vositalari majmui tushuniladi. Tegishli funktsiyalarning to‘la-to‘kis va sifatli bajarilishiga ishlab chiqarishning umumiy rahbarlari - direktor (rais), uning o‘rinbosarlari, bo‘g‘in va bo‘limlar boshliqlari, brigadirlar, shuningdek, xizmat ko‘rsatish bo‘limlari rahbarlari - kadrlar bo‘limi boshlig‘i, reja-iqtisod bo‘limi boshlig‘i va boshqalar mas‘uldirlar. Quyida (2-jadval) korxonada (firma, jamoa xo‘jaligi)ni boshqarishning o‘ziga xos aniq funktsiyalari va ularning asosiy mazmunini keltiramiz.

2-jadval

Boshqarishning o‘ziga xos funktsiyalari

№	Bo‘limlar	Mas‘ul shaxs	Aniq funktsiyalar
1.	Korxonada	Direktor, rais	· hukumat qarorlarini korxonada faoliyatiga izchillik bilan tatbiq qilinishini ta‘minlash; · davlat byudjeti, buyurtmachilar, yetkazib beruvchilar oldidagi majburiyatlarning bajarilishiga javob berishni ta‘minlash; · korxonada faoliyatini tashkil qilish, uni muvofiqlashtirish va nazorat qilish va h.k.
2.	Reja-iqtisod bo‘limi	Direktor (rais)ning iqtisodiy masalalar bo‘yicha o‘rinbosari	· joriy va istiqboldagi rejalar loyihasini tayyorlash; · biznes-rejani tuzish; · moddiy va mehnat harajatlari normativlarini ishlab chiqish; · texnik-iqtisodiy ko‘rsatkichlarni tahlil qilish; · ishlab chiqarish bo‘yicha hisobot tayyoplash va h.k.
3.	Kostruktorlik bo‘limi	Bosh myhandis	· yangi konstruktsiyadagi buyumlarni yaratish; · eski buyumlarni modernizatsiya qilish; · mahsulotning texnik estetikasiga, ishlab chiqarishning iqtisodiy texnologiyasi amalda xavfsizlik texnikasi talablariga mos kelishini ta‘minlash; · yangi buyumlarni sinab ko‘rishda qatnashish va h.k.

4.	Standartlashtirish bo'limi	Bosh myhandis	<ul style="list-style-type: none"> · standartlashtirish va normalashtirish ishlarini rejalashtirish va bajarish; · hujjatlashtirish texnikasini va yangi mahsulotni nazorat qilish; · yangi va amaldagi standart va texnik shart-sharoitlarni ishlab chiqarish va h.k.
5.	Mehnatni tashkil qilish va ish haqi bo'limi	Direktor (rais)ning iqtisodiy masalalar bo'yicha o'rinbosari	<ul style="list-style-type: none"> · mehnat qonunlariga rioya qilishni iazorat qilish; · ish haqi fondi sarflanishini tahlil qilish; · mehnatni normalash ishini uyushtirish va uni amalga oshirish; · tarif stavkasi va koeffitsientlarining to'g'ri qo'llanilishini ta'minlash; · xodimlar mehnatini tashkil etishni takomillashtipib borish va h.k.
6.	Mehnatni muhofaza qilish bo'limi	Bosh myhandis	<ul style="list-style-type: none"> · mehnatni muhofaza qilish va xavfsizlik yuzasidan xavfsiz va sog'lom mehnat sharoitlarini yaratish; · mehnatni muhofaza qilish sohasidagi tadbirlarning bajarilishi, qonunlar, yo'riqnomalar, qoida va normalarga rioya qilinishini nazorat qilish; · xavfsizlik texnikasi bo'yicha yo'riqlar berish va h.k.
7.	Kadrlar bo'limi	Bosh myhandis	<ul style="list-style-type: none"> · korxonani ma'lum kasb va ixtisosga ega bo'lgan ishchi va xizmatchi kadrlar bilan ta'minlash; · ishlab chiqarish ta'limi va malaka oshirishni uyushtirish; · kadrlar qo'nimsizligi sabablarini o'rganish; · mehnat intizomining holati va ichki tartib qoidalariga rioya qilinishini nazorat qilish va h.k.
8.	Moddiy-texnika ta'minoti va sotish bo'limi	Direktor (rais)ning umumiy masalalar bo'yicha o'pinbosari	<ul style="list-style-type: none"> · moddiy resurslarga bo'lgan talabni rejalashtirish; · korxonani materiallar, texnika, yoqilg'i va h.k. bilan ta'minlashini uyushtirish; · shartnomalarni tuzish; · ombor xo'jaligini uyushtirish va h.k.
9.	Buxgalteriya bo'limi	Bosh buxgalter	<ul style="list-style-type: none"> · pul mablag'larining to'g'pi sarflanishini nazorat qilish; · hisobga olish va hisobot tuzishni uyushtirish; · buxgalteriya balanslarini tuzish; · xodimlarga ish haqi to'lash bo'yicha hisob-kitob qilish; · moliyaviy faoliyatni tashkil qilish; · byudjet, bank, yetkazib beruvchilar va iste'molchilar bilan hisob-kitob olib borish va h.k.
10.	Ishlab chiqarishni tezkor boshqarish bo'limi	Direktor (rais)ning ishlab chiqarish bo'yicha o'pinbosari	<ul style="list-style-type: none"> · korxonada, tsex, uchastkalar uchun ishlab chiqarish bo'yicha kalendar grafiklar tuzish; · ishlab chiqarishning borishini tezkor ravishda tartibga solish; · korxonaning bir maromda ishlashini ta'minlash; · korxonada va tsexlarga xizmat qiluvchi bo'limlar ishini muvofiqlashtirish va h.k.
11.	Mahsulot sifatini nazorat qilish bo'limi	Direktor (rais)	<ul style="list-style-type: none"> · tayyor mahsulot sifatini nazorat qilish; · korxonaga keltiriladigan xom ashyo va materiallarning sifatini nazorat qilish; · nazorat o'lchov asboblari holatini tekshirish; · mahsulotni attestatsiyadan o'tkazishga taqdim etish va h.k.

12.	Ta'mirlash va energiya bilan ta'minlash bo'limi	Bosh mexanik va bosh energetik	<ul style="list-style-type: none"> · korxonani barcha energiya turlari bilan ta'minlash; · ishlab chiqarish binolarini isitish; · ventilyatsiya ishini yo'lga qo'yish; · binolar va inshootlarni ta'mirlanishini, saqlanishini ta'minlash; · jihozlarning to'g'ri ishlatilishi ustidan nazorat o'pnatish va h.k.
13.	Transport xo'jalik bo'limi	Direktor (rais)ning umumiy ishlari bo'yicha o'rinbosari	<ul style="list-style-type: none"> · yuklarni tashish, ortish va tushirishni, bu sohadagi ishlarni mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirishni uyushtirish; · transport vositalari uchun qulay marshrutlar va grafiklar tuzib chiqish va h.k.
14.	Ma'muriy xo'jalik bo'limi	Direktor (rais)ning umumiy ishlari bo'yicha o'rinbosari	<ul style="list-style-type: none"> · korxonaga qarashli binolar va hududlarni yaxshi holatda saqlash; · korxonaga bo'limlarini mebel, inventar, kantselyariya tovarlari bilan ta'minlash; · hududni obodonlashtirish va ko'klamzorlashtirish va h.k.
15.	Axborot hisoblash markazi	Bosh muhandis	<ul style="list-style-type: none"> · avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimini loyihalash va uyushtirish; · axborot oqimini takomillashtirish; · zamonaviy kompyuterlardan foydalanishni ta'minlash va h.k.
16.	Kantselyariya	Boshliq	<ul style="list-style-type: none"> · korxonaga keladigan va jo'natiladigan xat-xabarlarni, hujjatlar tayyorlashni nazorat qilish; · arxiv ishlarini uyushtirish; · ish yuritish, xizmat hujjatlarini ko'chirish, ko'paytirish va h.k.

Yetakchilik

Fazilat - bu ijobiy hislat, yaxshi sifat yoki xususiyat. Kishilarda fazilatlarining turlicha bo'lishi hamda har xil xulq-atvorlar insonning badanida aylanib yuradigan suyuq moddalarga ko'p jihatdan bog'liq ekanligi tajribada kuzatilgan. Qadimgi tibbiyotning yirik namoyandasi Gippokratning inson badanida qon asosiy o'rinni ishg'ol etsa, bunday odam harakatchan, yengil bo'ladi, taassurotlarning almashinishiga tez ko'nikib keta qoladi, o'z atrofida sodir bo'layotgan voqealarga darhol va ishtiyoq bilan aralashadi, degan fikri bejiz emas. Mana shu xil kishilarni Gippokrat **sangviniklar** (xushchaqchaq kishilar) deb atagan. Bu lotincha "sangvinis", ya'ni "qon" degan so'zdan kelib chiqqan.

Sangviniklar tuyg'u (jo'shqin) xususiyatlari bilan ajralib turadi.

Ular:

- yangi kishilar bilan tez til topishadigan;
- bir ish turidan ikkinchi ish turiga tezda ko'nikadigan;
- bir turda bajariladigan ishlarni yoqtirmaydigan;
- yangi sharoitga osonlik bilan o'rganadigan;
- hushchaqchaq;
- harakatlari shiddatli;
- nutqi tez;
- kelajakka ishonch bilan qaraydigan;
- so'zini aniq va ma'noli qilib, imo-ishoralalar bilan gapiradigan kishilardir.

Sangviniklar ish jarayonida kechgan ko'ngilsiz hodisalarni tezda unutadilar. Ular o'z kuchi hamda qobiliyatlariga ortiqcha baho berish xususiyatiga ega bo'ladilar.

Rahbarlar sangviniklarning ishini salbiy baholashdan ko'ra ularga nisbatan qattiqqo'l va talabchan bo'lsalar, ijobiy natijaga erishishlari mumkin.

Sangviniklar yuqori lavozimga intiladigan kishilar bo'ladi.

Agar kishida shilliq hukmron o‘rin tutsa, unday kishilar og‘ir, tepsa tebranmas, kayfiyatlari va intilishlari ancha barqaror, voqealar va hayot taassurotlariga loqayd qaraydigan bo‘ladilar. Bunday xil kishilar **flegmatiklar** deb atalgan. Qadimgi yunonlar shilliqni “flegma” deyishgan.

Flegmatiklar:

- ta‘sirchanligi sust bo‘ladi;
- bir turdagi ishdan ikkinchi turdagi ishga sekinlik bilan ko‘chadilar;
- faolliklari kam;
- yangi sharoitga qiyinchilik bilan moslashadilar;
- harakatlari va nutqlari sust;
- ko‘ngilsiz hodisa yuz berganda osoyishtaliklarini buzmaydilar;
- sabr-toqatli, chidamli bo‘lib, so‘zlaganda xotirjam, o‘zga shaxslar bilan hayajonlanmay gaplashadilar.

Flegmatiklar chidamliligi, matonati, o‘zini tuta bilishi bilan ajralib turadi.

Gippokratning fikricha, agar kishida za‘faron safro ustun tursa, bunday kishi tezkor, qat‘iy, harakatchan bo‘ladi. Bu toifa kishilarni Gippokrat xoleriklar (qoni qiziq kishilar) deb atagan. Qadimgi yunonlar safroni “xoley” deyishgan.

Xoleriklar - ko‘tarinki ruhda ishlay oladigan, qarshiliklarni yenga oladigan kishilar bo‘lib, ularning ishlash zavqi kayfiyatining buzilishi bilanoq tez o‘zgarishi mumkin. Ular serjahl, o‘zini yaxshi ko‘radigan, tez gapiradigan odamlar bo‘lib, boshqalardan gapining ohangi o‘zgaruvchanligi bilan ajralib turadi. Xoleriklarning vazminlik darajasi xuddi sangviniklarnikidek bo‘ladi. Rahbar va boshqa kishilarga nisbatan o‘zini to‘g‘ri tutadi.

Nihoyat, Gippokrat yana bir tur kishilarni ajratadiki, bundaylarning ahvoli, ruhiyati bir xilda turmaydi. Ular yomon kayfiyatga ko‘proq moyil bo‘ladilar, arzir-arzimas narsalardan qattiq kuyunaveradilar. Bunday kishilarni ulug‘ shifokor **melanxoliklar** deb atagan. Qadimgi yunonlarda “melanxolik” so‘zi “qora safro” degan ma‘noni bildirgan. Melanxoliklar:

- o‘ta ta‘sirchanlik xususiyatga ega;
- tez toliqadigan va o‘ziga ishonmaydigan;
- tashvishsiz, lekin juda sezuvchan;
- nihoyatda arazchan;
- juda oz kuladigan;
- faolligi sust, tortinchoq, kamg‘ayrat;
- arzimagan sabablarga ko‘zlaridan yosh oqib ketaveradigan;
- yangi xodimlar bilan qiyinchilik bilan til topishadigan kishilardir.

Melanxoliklar qulay sharoitda oldiga qo‘yilgan masalalarni muvafaqqiyatli bajaradi. Agar ishda sharoit, ya‘ni vaziyat o‘zgarsa, qiyinchilik tug‘ilsa, ular o‘zlarini panaga olib turishadi.

Yetuk menejer xususiyatlari

Rahbar bir qator talablarga javob berishi kerak. “Rahbarlik qilish” degan so‘zga izohli lug‘atlarda *boshqarish, maslahat berish, kuzatish, yo‘naltirish, ko‘rsatma berish* degan turli ma‘lumotlar berilgan. Bundan ko‘rinib turibdiki, hozirgi davrda menejer (rahbar)lar qondirishi zarur bo‘lgan talablar juda ko‘pdir. Ularni quyidagi beshta yirik guruhga bo‘lish mumkin (3-jadval).

3-jadval

Rahbarga qo‘yiladigan talablar

No	Talablar	Izoh
----	----------	------

1.	Ma'naviy yetuklik	<ul style="list-style-type: none"> ▪ siyosiy yetuklik ▪ huquqiy yetuklik ▪ axlohiy yetuklik ▪ yuqori saviya va ong ▪ ma'rifatchilik ▪ madaniyatlilik ▪ xodimlarni vatanparvarlik ruhida tarbiyalashga qodirlik ▪ topshirilgan ish uchun shaxsiy javobgarlikni his qilish, halollik, vijdonlilik ▪ bo'ysundirishga qodirlik, kishilarga nisbatan mehribon va e'tiborli bo'lish ▪ tashabbus va ilg'orlikni qo'llab-quvvatlash qobiliyati ▪ printsiptiallik ▪ tanqidga chidamli bo'lish, o'z-o'zini tanqid qila bilish.
2.	Intizom va mehnatga bo'lgan munosabat	<ul style="list-style-type: none"> ▪ mehnatsevarlik ▪ jamoa o'rtasida intizomni yo'lga qo'ya bilish ▪ atrofda gilarida mehnatsevarlikni tarbiyalay bilish. <p>Bir noshud rahbarning beg'amligi yuzlab, minglab kishilar taqdirining bedaxl qirralariga ta'sir etishi mumkin. Boqibeg'am bu toifa rahbarlarning ish uslubi bilan murosqa qilib bo'lmaydi.</p>
3.	Bilim darajasi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ iqtisodiyotni bilish ▪ texnika va texnologiyani bilish ▪ boshqarish ilmini, funktsiyalari va strukturasi ni bilish ▪ istiqbolni bilishga qodirli gi va h.k. <p>Rahbar aniq, chuqur va keng bilimga ega bo'lishi, uni doimo to'ldirib va yangilab borishi kerak. Aks holda u obro' qozona olmaydi, xodimlarning ishonchiga sazovor bo'la olmaydi</p>
4.	Tashkilotchilik qobiliyati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ xodimlarni tanlay bilish va ulardan samarali foydalanishni ta'minlay olish ▪ qo'l ostidagilarni mehnatga o'rgatish va tarbiyalashni bilish ▪ jiplashgan jamoani vujudga keltira olish ▪ maqsad sari intiluvchanlik ▪ kutilmagan vaziyatlarda boshqarish qobiliyatini yo'qotmaslik
		<p>“Yomon korxonaga yoki tashkilot yo'q, lekin yomon rahbarlar bor”. Bu ibora shuni bildiradiki, yomon ishlab turgan korxonaga jamoani yaxshi boshqaradigan, tashkilotchilik qobiliyati yuqori, mehnatsevar, talabchan, bilimdon rahbar qo'yilsa, u korxonani tezda yaxshi korxonaga safiga qo'shadi.</p> <p>Agar yaxshi ishlab turgan korxonaga tasodifan tashkilotchilik qobiliyati past rahbar kelib qolsa, aksincha, u korxonaga asta-sekin tanazzulga yuz tutadi.</p>

5.	Boshqarish samaradorligini ta'minlay olish	<ul style="list-style-type: none"> ▪ boshqarishni kollegial tarzda tashkil qila olish qobiliyati ▪ ish haqida qisqa va aniq gapirish qobiliyati ▪ ishga oid xat, buyruq, farmoyishlar yoza bilish ▪ turli manbalardan ish uchun zarur axborotlarni olish qobiliyati rahbarlarni va qo'l ostidagilarni tinglay bilish ▪ qobiliyati asoslangan qarorlarni mustaqil va tez qabul qila bilish ▪ qobiliyati rejalarni bajarishdan xodimlarning moddiy va ma'naviy manfaatdorligini ta'minlash ▪ qobiliyati boshqaruv organi qarorlarini bajarish ustidan nazoratni ta'minlay bilish ▪ boshqarish strukturasi takomillashtirib borish qobiliyati va h.k.
----	--	--

Rahbarning sifat hislatlarini belgilovchi mezonlar ko'p. Biroq quyidagi ijobiy hislatlar ular orasida alohida mavqega ega:

Dovyuraklik - bunday rahbarda mardonavorlik, botirlik, dadillik mavjud bo'ladi. Ular omadsizlikdan qo'rqmaydi. Qurqov ularni jasoratga chorlaydi va zafarlarga olib keladi. Har bir yangi harakatni taraqqiyotga va hayotiy tajribalarga erishtiradi.

Sabrlilik - bunday rahbar muvafaqiyatga birdaniga erishish mumkin emasligini yaxshi tushunadi. Unga faqat bardosh va sabr-toqatli bo'lib, sabot-matonat bilan qiyinchiliklarni yengish orqali erishish mumkinligini biladi. Chidam, sabr to'g'risida Abdullo Avloniy shunday degan edi:

Sabr shunday bir kuchli narsadirki,

- g'azabni shijoatga,
- kattalikni tavezga (kamgaplikka)
- yomonlikni yaxshilikka aylantirmakka quvvati yetar.

Bir hakimdan so'radilar: "Odamlarni o'zingdan uzoqlashtirmaslikning chorasi nima?" U dedi: "Chidam va muloyimlik". Yana undan: "Mushkul narsalarni qanday hal qilsa bo'ladi?", - deb so'radilar. U yana "Chidam va muloyimlik bilan!", - deb javob berdi.

Yaxshi niyatlik - bunday rahbar xayrixoh va iltifotli bo'ladi, kishilarga nisbatan doimo yaxshi niyatda bo'ladi. O'zidagi qanoatsizlikni g'irrom raqobatchilik yo'li bilan emas, balki xayrixohlik yo'li bilan bartaraf qilishga harakat qiladi. Uning hayotidagi shiori hasad emas, balki:

"Birni ko'rib shukur qil, birni ko'rib fikr qil" — degan shior.

Shu o'rinda quyidagi hikmatli so'zlarni ta'kidlash o'rinlidir. Uch dardga davo yo'qdir:

- * dangasalikdan kelgan kambag'allikka;
- * hasaddan tug'ilgan dushmanlikka;
- * xo'jayinliqdan kelib chiqqan kasallikka.

Sog'lom shubhalilik - bunday rahbar ko'pincha "har narsada shubhada bo'l" degan shiorga amal qilsa-da, biroq nosog'lom shubha - bu xoin, u kishilarni urinib ko'rishdan qo'rqitib, erishishlari mumkin bo'lgan yaxshi narsalardan mahrum etilishini yaxshi biladi. Shu bilan bir qatorda, ular o'z kuchiga ishonish, unga sog'lom shubha bilan qarash ishchan mas'uliyatli qarorlarni qabul qilishga chorlashini, ularni bajarish yo'lida kishi kuchiga kuch qo'shishni yaxshi tushunishadi.

Kamtarinlilik - bunday rahbar kamtarlikning deyarli har doim iste'dodga to'g'ri mutanosib ekanligini, kamtarlikni yetishmasligi esa nodonlikning darakchisi ekanligini yaxshi tushunadi. Ular:

- “Kamtarlik — jasorat toji”.
- “Kamtarga kamol, manmanga — zavo!”.
- “Kamtarlik ko'kka ko'tarar, manmanlik yerga kiritar”.
- “Kamtar kerilmaydi, mol-dunyoga berilmaydi”.
- “Kamtarlik a'lodir, mag'rurlik balodir”.

kabi xalq maqollariga rioya qilishadi. Ular kamtarin rahbarning:

- o'zini boshqalardan ustun qo'ymasligini;
- ilmu fan yoki mehnat sohasidagi yutug'i bilan mag'rurlanmasligini;
- katta-kichikni birdek hurmat qilishini;

- odamlar og‘irini yengil qilishini;
- xushmuomala bo‘lishini;
- qanday davrada bo‘lmasin doimo o‘zini oddiy tutishini;
- shonu shuhratga uchmasligini yaxshi anglashadi.

Samimiy xushmuomalalilik - bunday rahbar sofdil, ochiq ko‘ngil bo‘ladi, chin yuraqtsan gapiradi. Qo‘l ostidagilarga sadoqat bilan ixlos qo‘yib xizmat qiladi. Ular samimiylikni og‘ir va juda nozik masala, u aql va chuqur ma‘naviy odobni talab etishini, shuningdek,, kimki o‘zgalar bilan nosamimiy munosabatda bo‘lishga odatlangan ekan, u pirovard natijada o‘z-o‘ziga ham samimiy bo‘lolmay qolishini yaxshi tushunishadi.

Donolarning aytishlaricha, hushmuomalalilikning o‘nta belgisi bor. Ular quyidagilar: insof, aql, ilm, hilm (muloyim), olijanoblik, ko‘rkam fe‘l, yaxshilik, sabr va muloyimlik.

Rahmdillik - bunday rahbar barchaga rahm-shafqatli bo‘ladi. Ular boshqalarni ko‘p narsada kechirishadi, ammo o‘zlarini hech narsada kechirishmaydi. Ular rahm-shavqat insonlarning eng oliy fazilatlaridan biri ekanligini, rahm-shavqatli kishi doimo odamlarga yordam qo‘lini cho‘zishini, ojiz va notavon kishilardan xabar olib turish lozimligini yaxshi tushunadilar.

Hushxulqlilik - bunday rahbar inson go‘zalligining asosi uning chiroyli xulqida ekanligini, aynan hushxulqlik insonni ulug‘likka olib borishini, yoqimli xulq egasidan barcha katta-kichik xursand bo‘lishini, bunday xulq egasi boshqalarni xursand qilishdan tashqari, o‘zi ham doimo xursand yurishini, boshqalardan esa o‘ziga muhabbat va muloyimlik qaytishini yaxshi tushunadi.

Donolarning fikricha, hushxulqlikning o‘nta nishonasi bor:

1. Yaxshi ishlarda odamlar bilan hamisha birga bo‘lish.
2. Nafs ko‘yiga kirmaslik.
3. O‘zgalar aybini qidirmaslik.
4. Birovda biror ayb sodir bo‘lsa, uni yaxshilikka yo‘yish.
5. Aybdor uzr so‘rasa, aybni kechirish. “Kechira olishlik - mardlik, kechira bilmaslik nomardlik sanaladi” (Amir Temur o‘gitlaridan).
6. Muhtojlar hojatini chiqarish.
7. O‘zi haqida o‘ylayvermay, boshqalar haqida ham qayg‘urish.
8. O‘z aybiga iqrar bo‘lish.
9. Ochiq yuzli bo‘lish.
10. Hushmuomala bo‘lish.

Qanoatlilik - bunday rahbar qanoatsizlikdan keladigan ofatlarni, ya‘ni nafs balosi, xasad, xudbinlik, baxillik, tamagirlik kabilarni yaxshi anglaydi. Ular nafs balosi odamni har ko‘yga solishini, nafsini tiygan hurmat-izzat topishini va bexavotir yashashini, qanoatni esa izzatning asosi, o‘lmaydigan boqiy xazina, qurimaydigan daraxt, zavol topmaydigan mulk ekanligini yaxshi tushunishadi. Tamagarlik ham qanoatsizlikdan kelib chiqadi. Tamagir rahbar o‘z orzularini ro‘yobga chiqarish uchun turli qabihliklardan qaytmaydi, hech qanday gunohdan qo‘rqmaydi, yolg‘on gapirmay yurmaydi, yolg‘on so‘zni isbotlash uchun yolg‘on qasamlar ichadi. Tamasi ko‘pning insofi oz, ochko‘z bo‘lur. Insonlarga xos yuqorida qayd qilingan ijobiy hislatlarning hammasini bir kishi to‘la-to‘kis egallab olishi juda qiyin, albatta. Lekin shunday fazilatlarga ega bo‘lishga barcha rahbarlar intilishi kerak. Ammo obro‘li bo‘lish fazilati har qanday rahbar uchun shak-shubhasiz zarurdir. **Obro‘** - bu hamma tomonidan tan olingan hamda mehnat evaziga orttirilgan, rahbar uchun zarur ishonch va qalqon. Ayni paytda har bir rahbar o‘zidan yuqori turuvchi rahbarlar oldida ham, o‘ziga bo‘ysunuvchi xodimlar oldida ham, o‘zi bilan huquqi teng boshqa rahbarlar oldida ham obro‘ga ega bo‘lishi lozim. Obro‘ halol mehnat, tashabbuskorlik va o‘z vazifasiga mas‘uliyat bilan munosabatda bo‘lish, jamoa a‘zolariga talabchanlik va g‘amxo‘r bo‘lish, o‘z ishini chuqur bilish bilan orttiriladi. Shuni esda tutish lozimki, xizmat mavqesi o‘z-o‘zidan obro‘ keltiravermaydi. Rahbar xizmat mavqesiga faqat muayyan ne‘matlardan foydalanish usuli deb qaramasligi zarur. U shuni yoddan chiqarmasligi kerakki, rahbarlik mansabiga saylab qo‘yilgan yoki tayinlangan ekan, endi faqat bitta afzallikka ega bo‘ladi, u ham bo‘lsa: O‘z jamoasi, umuman xalq manfaati uchun bor kuchi bilan ishlashi, elim deb, yurtim deb yonib yashashi kerak. Rahbar shu talablarga rioya qilmas

ekan, u o'z rahbarlik usulida quyidagi salbiy xodisalarga yo'l qo'yishi, pirovardida esa o'z obro'yini ketkizishi va el nazaridan qolishiga sabab bo'lishi mumkin (4-jadval).

4-jadval

Rahbar obro'siga putur yetkazuvchn unsurlar

T/r	Salbiy unsurlar	Izoh
1.	Byurokratizm	<p>Byurokrat: ishlab chiqilgan qoida, qo'llanmalar doirasidan chiqmaydi, uni o'zining birdan-bir maqsadi deb biladi; odamlarga to'ralarcha munosabatda bo'ladi; qog'ozbozlikni avj oldiradi; boshqarishga qotib qolgan, eski usullar bilan yondoshadi; ish mohiyatini rasmiyatchilik bilan ko'mib tashlaydi; masalani hal etishdan, shaxsiy javobgarlikdan o'zini chetga oladi.</p>
		<p>Byurokratizm: jamoaning va shaxsning tashabbuskorligini, dadil fikrlarini bo'g'adi; o'z mezoniga mos kadrlarni atrofiga to'playdi, aqlli, qobiliyatli kadrlardan qutulishga harakat qiladi.</p>
2.	Mahalliychilik	<p>Bunday "dardga" muhtalo bo'lgan rahbarlar: ishga tor tarmoq, tor funktsional nuqtai nazardan yondoshadilar; ularda siyosiy, ma'naviy yetuklik yetishmaydi; uzoqni ko'ra olmaydilar; boshqalar hisobidan foydalanib qolishga intiladilar; urug'chilik, tanish-bilishlik, oshna-og'aynigarchilikka yo'l qo'yadilar.</p>
3.	Hadiksirashlik	<p>Bunday rahbar: • uncha murakkab bo'lmagan masalalarni ham mustaqil hal eta olmaydi, yuqori turuvchi rahbarlik bilan kelishib olishga intiladi; • har ishda sustkashlik qiladi; • kabinetda o'ralashib, qog'ozbozlik bilan band bo'ladi.</p>
4.	Balandparvoqlik	<p>Bunday rahbar: • o'zining kichkina, ko'zga ilg'amas muvaffaqiyatini bo'rttirib ko'rsatadi, shov-shuv ko'tarib nog'ora qiladi; • yuqori organlardan maqtov eshitishni yoqtiradi; • tilga tushishni, matbuotda yozishlarini, televizordan ko'rinishni istaydi; • soxta tashabbuslar atrofida shov-shuv ko'tarishga, ijodiy izlanish o'rniga ishni xo'jako'rsinga tashkil etishga intiladi; • ishchanlik o'rniga ko'zbo'yamachilik va qo'shib yozish bilan shug'ullanadi. Bunday toifadagi rahbarlar uchun kamchilik va muammolarni xaspo'shlash, o'z xizmatlarini bo'rttirib ko'rsatish va o'z-o'zini maqtash xarakterlidir.</p>

5.	Boshqa salbiy qusurlar	<p>Rahbarlik uslubidagi garchi kam bo‘lsa-da, har holda uchrab turadigan va umumiy ishga zarar keltiradigan boshqa salbiy tomonlar ham borki, bular:</p> <ul style="list-style-type: none"> • xudbinlik; • takabburlik; • maqtanchoqlik; • tamagirlik; • yovuzlik, zolimlik; • hushomadgo‘ylik; • dimog‘dorlik; • xasislik, g‘arazguylilik; • ayyorlik; • jizzakilik; • boqibeg‘amlilik; • badnafslilik; • subutsizlik; • baxillik; • mansabparastlik va h.k. <p>Bunday salbiy qusurlar mavjudligini anglasak, ko‘rsak ham lekin ko‘pincha ularni yo‘qotish qiyin kechadi.</p>
		<p>Chunki har qanday kishiga, xususan rahbarga uning mazkur fazilati yoki uning ish uslubidagi noto‘g‘rilik aytilsa, tabiiy u norozi bo‘ladi.</p> <p>Shu sababli bunday nuqsonlarni bartaraf qilish uchun kurash juda ham oson va silliq o‘tmaydi. Buning uchun kundalik mehnat, izchillik va sabotmatonat talab qilinadi.</p>

Ha, rahbarlik uslubidagi salbiy qusurlarni bartaraf etish lozim. Buning uchun boshqarishning barcha unsurlariga e‘tiborni kuchaytirish kerak bo‘ladi. Eng avvalo, rahbar yuqoridagi nuqsonlardan holi bo‘lishi va ish uslubini quyidagi ijobiy fazilatlar zamirida tashkil qilishi lozim:

- Rahbar o‘z huquq va vakolatidan umumdavlat manfaatlarini jamoa va xodimlarning shaxsiy manfaatlar bilan uyg‘un olib borishda mohirona foydalanish zarur. Ammo davlat manfaatlariga putur yetkazmasdan, shaxsiy manfaatlar umummanfaatlariga bo‘ysunishi lozim.

- Ishlab chiqarishni faqat jamoada obro‘-e‘tiborga ega bo‘lgan rahbargina yaxshi boshqara oladi. Ayni paytda shuni unutmaslik kerakki, obro‘ faqat xizmat mavqesi bilan emas, balki avvalo, bilim, tajriba, ishga va xodimlarga munosabat bilan orttiriladi.

- Rahbar vazmin, har qanday vaziyatda ham o‘zini tuta biladigan, odobli va hushmuomala bo‘lishi zurur. O‘z xatti-harakatini nazorat qila oladigan, kayfiyati va sezgalarini tiya biladigan, yurish-turishida bo‘ysunuvchilarga o‘rnak ko‘rsatadigan bo‘lishga majburdir.

- Buyruq hammaga ham yoqavermaydi. Shu sababli bo‘ysunuvchi xodimlarga beriladigan farmoyish faqat bevosita buyruq shaklida bo‘lmasdan, balki topshiriq va vazifa, maslahat tarzida ham bo‘lishi kerak. Bu o‘rinda quyidagi ibratli ish uslubini bilish foydadan holi emas.

Ouen Yang durustgina lavozimni egallab turgan bo‘lishiga qaramay, qo‘l ostidagi xodimlarning hech biriga, hech qachon buyruq ohangida ish buyurmagan. U buyruq berishdan ko‘ra, maslahat solishni afzal bilgan. Bunday yumshoq muomala birinchidan, Ouenning o‘ziga katta izzat-obro‘ keltirgan bo‘lsa, ikkinchidan idora ishining har doim bir maromda muvaffaqiyatli kechishini ta‘minlagan. Yang hech qachon “Mana bu ishni unday yoki bunday qiling” yoki “Bunday yo unday qilmang” demagan. Buning o‘rniga “Shu masalada bir o‘ylab ko‘rsangiz” yoki “Shunday qilinsa, yaxshi natija beradi deb o‘ylaysizmi” qabilida muomala qilishga odatlangan.

- Rahbar bo‘ysunuvchi xodimlarning fikr va maslahatlarini diqqat va hurmat bilan tinglashi, hatgo shu takliflarga shaxsan qo‘shilmagan taqdirda ham ularga osoyishta quloq solishi va muhokama qilishi lozim. Yang biror tashkilotga xat yo‘llash zururati tug‘ilib qolgan holda maktub

matnini boshidan oxirigacha aytib turib yozdiradi-da, pirovardida xodimiga shunday savol bilan murojaat qilardi: “Sizning xat matni xususidagi fikringiz qanday?” Agar xat matnini biror xodimi tayyorlagan bo‘lsa, uni o‘qib chiqqach, mabodo kamchiligi uchrasa yoki yoqmasa, buni xodimning yuziga solish o‘rniga maslahat yo‘sinida fikrlashadi: “Balki xat matnini biroz boshqacharoq qilib yozganimiz ma‘qulmidi, siz nima deysiz?” Yang o‘z xodimlariga nima qilish kerakligi haqida hech qachon ko‘rsatmalar bermaydi, zimmalaridagi vazifalarini mustaqil bajarishlari uchun imkon yaratadi. Mustaqil harakat qilishga, o‘z xatolaridan tegishli xulosa chiqarish va boshqa takrorlamaslikni odat qilishga undaydi. Haqiqatan ham bunday munosabat xodimlarni mustaqillikka o‘rgatadi, xatolarni tez tuzatish va ishni oxirigacha pishiq, puxta bajarishga odatlantiradi. Qolaversa, bunday usul ishchi xizmatchilarning izzat-nafsini hech qachon kamsitmaydi va ayniqsa, ularda o‘z imkoniyatlari va mahoratlariga qat‘i ishonch, mehnatta ishtiyoq tug‘diradi. Demak, agar rahbar insonlarda o‘ziga nisbatan iliqlik, izzat-hurmat hissini uyg‘otmoqchi bo‘lsa, u salbiy hislatlardan, ya‘ni buyurish, ko‘rsatma berish ohanglaridan voz kechib, maslahat solishi, ulardan fikr olishi kerak. Shunda uning umumiy ishga ko‘proq nafi tegadi.

- Rahbar intizom va tartibga rioya qilishni qat‘iy talab qilishi va bo‘ysunuvchilarning biron nojo‘ya harakatini e‘tibordan chetda qoldirmasligi kerak. Talabchanlik tarbiyaning asosi va ongli intizomning eng mustahkam zaminidir. Xullas, rahbardagi odamlarni boshqarish qobiliyati, odamlar haqida g‘amxo‘rliqi, tashabbuskorlik, qat‘iyatlik, mustaqillik, talabchanlik, bo‘ysunuvchi xodimlar bilan maslahatlasha bilish, o‘z so‘zini ustidan chiqish kabi ijobiy fazilatlar undagi salbiy qusurlardan qutulishga yordam beradi.

Rahbar salbiy qusurlar domiga tortilmaslikka intilishi kerak.

U egallab turgan lavozimidan mahrum bo‘lmasligi uchun quyidagi o‘nta qoidaga rioya qilmog‘i lozim:

1. Iloji boricha qulog‘ingizgacha ishga ko‘miling. O‘z kompaniyangiz mijozlarini ko‘paytirish uchun barcha imkoniyatlaringizni ishga soling.

2. Komp’yuterni o‘rganing.

3. Chet tilini o‘rganing.

4. O‘z arxivingizni tashkil qiling. Zarur tashkilotlar va kishilar adreslari, telefonlarini yozib boring. Ular favqulodda hollarda kerak bo‘lib qoladi.

5. Har doim “ha” deng. Hamma narsani bajarishga urining. Hattoki imkoniyatingiz, qobiliyatingiz yetarli bo‘lmasa ham oldin bajarmagan ishingizni bajarishga harakat qiling. Ishdan mahrum bo‘lib qolishning eng qisqa yo‘li: “Bu mening ishim emas” deb javob berish. Bunday so‘zni aytishdan o‘zingizni tiying.

6. Chiroyli imo-ishora qilishni biling. Firma inqirozga uchragan vaqtda ham uni bunday holatdan chiqarish uchun vaqtingizni ayamassizligingizga tayyor ekanligingizni bildiring.

7. Malakangizni muttasil oshirib boring.

8. Kishilar bilan bo‘ladigan muomalada hushfe‘l va iltifotli bo‘ling. Noyob, nazokatli, do‘stona kayfiyat jamoadagi muhitni yaxshilaydi, o‘zaro ishonchni mustahkamlaydi, kishilarni hamjihatlikka chorlaydi.

9. Boshqalar bilmaydigan va bajara olmaydigan u yoki bu ishni bilish va bajara olishga urining. Bu nur ustiga a‘lo nur bo‘ladi.

10. Ish vaqti faqat, masalan: 8⁰⁰ dan 17⁰⁰ gacha bo‘lmasin. Agar siz ertalab ish vaqtdan oldin yoki ish vaqti tugagandan so‘ng ish joyida bo‘lsangiz, bilingki bu ham e‘tiborsiz qolmaydi.

Bulardan tashqari, lavozimdan mahrum bo‘lmaslik uchun rahbar quyidagi qayd etilgan kishilar bilan o‘zaro maslahatlashmasligi kerak.

Ular:

- Nodon - sizni yo‘ldan adashtiradi.

- Dushman - sizning zarar topishingizni o‘ylaydi.

- Xasadchi - faqat xato qilib qo‘yishingizni poylaydi. Ular badanning sog‘ joyi qolib, nuqul yaraga qo‘nishni mo‘ljallaydigan pashshalarga o‘xshaydi.

- Qo‘rqoq - sizni dadilliqdan qaytaradi.

- Baxil - boylik to‘plashga hirsmand bo‘ladi va undan birovga foyda yetmaydi.

- Nafsig berilish - hoyu-havasning asiri bo‘lib, nafs to‘ridan qutulishga kuchi yetmaydi.

- Yolg'onchn - fikringizni buzib ko'rsatadi.

Inson shaxsining eng muhim tomonlaridan biri uning individualligidir. Bu individuallik shaxsdagi temperamentda, hissiyotda, qobiliyatda, fe'l-atvor, iroda, xotira va boshqalarda namoyon bo'ladi. Ana shular ta'siri ostida rahbar injiq, janjalkash, kurashchan, bilag'on va hokazolar bo'lishi mumkin. Shunga qarab xodimlar va rahbarlar o'rtasida munosabat shakllanadi (5-jadval).

5-jadval

Murakkab rahbar bilan "chiqishish" yo'llari

T/r	Rahbar fe'l-atvori	Rahbarga xos jihatlar	Xodimlarning o'zini tutishi, munosabati
1.	Janjalkash, urishqoq	<ul style="list-style-type: none"> •po'pisachi; •bukilmaydigan; •uning eng sevgan narsasi boshqalarni nazorat qilish; •hayot u uchun tuganmas kurash maydoni. Ammo u o'zining mukammal emasligidan qo'rquvda yuradi. 	<ul style="list-style-type: none"> •muomala qilishda o'zingizni astoydil va to'g'ri tuting; •ikkilanmasdan gapiring; •hayojonlanayotganingizni hech ham aytman va sezdirman.
2.	Kurashchan	<ul style="list-style-type: none"> •bu yuradigan bomba; •juda ko'p baqiradi; •doimo hujum qiladi; •nishonga olmasdan tez-tez gap "otib turish" unga yoqadi; •uning bosh maqsadi adolatni tiklash va qasos olish. 	<ul style="list-style-type: none"> •unga hushmuomalik, konstruktiv yo'l bilan yondoshib tushuntirishga harakat qiling; •shaxsiy uchrashuvga ruxsat so'rang; •salga jahl chiqib o'zini nazorat qila olmaydigan kishi bilan ishlash juda qiyinligini ayting.
3.	G'iybatchi	<ul style="list-style-type: none"> •doimo kulib turadi; •hazillashadi; •do'stona muomalasini namoyish etadi; •u nayrang ishlatishga ustasi farang; •u to'g'ridan-to'g'ri gaplashishdan qo'rqadi; •qo'llab-quvvatlanishga muhtoj. 	<ul style="list-style-type: none"> •real bo'lmagan majburiyatlarni qabul qilishga yo'l qo'ymang; •hazillariga muvofiq kuling; •gaplaridan miriqing, orom oling.
4.	Umidsiz	<ul style="list-style-type: none"> •hayotda baxtsiz; •o'zidan ham, boshqalardan ham mamnun emas; •u har doim noliydi, kishilarni aybdor qiladi; •o'zini e'zozlaydi; •navbatdagi umidsizlikka aminlik mavjud. 	<ul style="list-style-type: none"> •u bilan bahslashish o'rinsiz; •uning qarashlarini qo'llab-quvvatlab bo'lmaydi.
5.	Bilag'on	<ul style="list-style-type: none"> •ko'p narsani biladi; •juda ham sabrsiz; •eshitish, quloq solishni bilmaydi; •omadsizlik hollarida boshqalarga aybini to'nkaydi; guruhda ishlashni ko'ra olmaydi. 	<ul style="list-style-type: none"> •u bilan kurashmang; •uning muxolifi bo'lishni xayolingizga ham keltirmang, muammo yechimiga uni juda ustalik bilan jalb qiling, so'rang, quloq soling va minnatdorchiligingizni izhor qiling, muqobil yechimni do'stona, iltifot bilan taklif qiling.

4-ustundagilarga rioya qilgan taqdirdagina siz rahbaringiz bilan “chiqishishingiz” va faoliyatingizni davom ettirishingiz mumkin. Aks holda egallagan lavozimingiz bilan xayrlashasiz. Rahbar madaniyati deganda, rahbar odobi va iqtidori oʻrtasidagi dialektik bogʻlanish tushuniladi. Bu bogʻlanish quyidagi fazilatlar majmuida oʻz aksini topadi:

Rahbar madaniyati = odob+iymon+insof+adolat+iqtidor. **Odob** - aqlning suyanchigʻi, barcha fazilatlarining mezoni. Behudaga xalqimizda “Aql bilan odob – egizak” deyishmaydi. Odob - yaxshilik bilan yomonlikning farqini bilish, foyda bilan zarar orasidagi tafovutni anglash. Odob vositasida kishi oʻz jonini yomon hislatlardan davolaydi, yoqimsiz ayblardan poklaydi, chiroyli fazilatlardan bezaydi. Odob rahbarni eng chiroyli xulq bilan qurollantiradi. Natijada, aql egalari bunday rahbardan har ishda rozi boʻladilar. Odobli rahbar esa kundan-kunga obroʻ topadi, nufuzi oshadi, ishlari ravnaq topadi. Baʼzi hakimlar odobni eng masʼum va koʻrkam feʼlga ega boʻlish desalar, baʼzilar nafsni barcha qabih odatlardan tozalash deydilar. Demak, rahbardagi odobning mavjudligi, bu noyob neʼmatning mavjudligidir.

Umuman, odob ikki xil boʻladi:

- hikmat odobi;
- xizmat odobi.

Hikmat odobi poklik va toʻgʻri yoʻlga yetaklaydi. **Xizmat odobi** esa badavlatlik va obroʻga yetkazadi. Har ikkisi ham ulugʻ fazilat boʻlib, biri aziz qilsa, ikkinchisi qudratli qiladi.

Odob rahbarni aql va axloq egasi boʻlishga, vijdonli, or-nomusli, sof koʻngilli, subutli boʻlishga daʼvat etadi.

Iymon arabcha soʻz boʻlib, lugʻaviy maʼnosi - ishonch. Iymonli kishini, xususan rahbarni qisqacha shunday tavsiflash mumkin:

- **eʼtiqodli**, yaʼni oʻz fikr va qarashlariga mahqam, sobitqadamlik bilan ishonish va oʻzgalarni ham oʻzidek hisoblab, ularning lafziga samimiyat bilan ishonishdir. Eʼtiqod jurʼatni, mardlikni, fidoyilikni taqozo qiladi;

- **maslakli**, yaʼni oʻziga xos aqidalari bilan boshqalardan ajralib turuvchi ijtimoiy, siyosiy, ilmiy, gʻoyaviy va diniy yoʻl sohibi;

- **taqvodor**, yaʼni bironing haqiga xiyonat qilmaydigan;

- **sharm-hayoli**, yaʼni har qanday nojoʻya xatti-harakatlardan oʻzini tiya oladigan;

- **oriyatli**, yaʼni oʻziga nomunosib yoki ep koʻrilmagan ishdan, narsadan xijolat tortadigan;

- **andishali**, yaʼni oqibatini oʻylab ish qiladigan, yuz-xotirni biladigan, farosatli;

- **vijdonli**, yaʼni nohaq, adolatsiz ishlardan gʻazabga keladigan, bularga qarshilik bildiradigan, oʻz faoliyatining yaxshi tomonlaridan qanoatlanib, xursand boʻladigan, yomon tomonlaridan norozi boʻlib, ruhan eziladigan, yaʼni vijdon azobiga tushadigan. Sodda qilib aytganda: Iymon uch narsaning butunligidan hosil boʻladi: eʼtiqod, iqror va amal. Eʼtiqod - bu ishonch. Iqror - soʻzda buni tan olish. Amal - yaxshi ishlar bilan uni isbotlash.

Insof - bu adolat va vijdon amri bilan ish tutish tuygʻusi va qobiliyati, ishda, kishilarga munosabatda halollik, toʻgʻrilik, barobarlik, sofdillik va haqiqatgoʻylik. Oʻzgani oʻz oʻrniga va , shuningdek,, oʻz oʻrniga oʻzgani xayolan qoʻyib koʻrish ham insofga olib keladi. Toʻq ochni, boy kambagʻalni, baxtli baxtsizni, tolei baland tolei zabunni, omadli omadsizni, sogʻlom bemorni oʻz oʻrniga qoʻyib koʻrilsa va aksincha ham xuddi shunday boʻlsa, olam guliston - insoflilar safi koʻpayaveradi. Insof - har qanday kishining, xususan rahbarning jamiyat oldida, tevarak-atrofidagi kishilar oldida oʻz xatti-harakati bilan maʼnaviy masʼuliyatini his etishining ifodasi.

Adolat - bu barcha fazilatlar ichidagi eng oliy fazilat. Adolatparvar rahbarning axloqiy hislatlari bemalol qonun oʻrnini bosa oladi. Ulugʻ alloma Nosiriddin Tusiy ijtimoiy adolatning uchta asosiy talabi mavjudligini va jamiyat taraqqiyotini belgilovchi muhim omil ekanini alohida uqtirgan edi:

Adolatning birinchi talabi:

- aholi turli tabaqalarining oʻzaro uygʻun boʻlishini taʼminlashdir.

Adolatning ikkinchi talabi:

• el-ulusining haq-huquqi teng taʼminlangan holda, kishilarni xizmatga tayinlashda shaxsning salohiyati va imkoniyatlaridan kelib chiqish.

Adolatning uchinchi talabi:

• barchaning teng farovonligini ximoya 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 oradan sakkiz asr chamasi o‘tib, Prezident Islom Karimovning rahbarlik faoliyatida o‘ziga xos tarzda ifoda topmoqda. Bunga ishonch hosil qilmoq uchun yurtboshimizning ma‘ruzalaridan biridagi ushbu ta‘kidga 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 katta boylik 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, zurrur bo‘lsa, rag‘batlantirib borish davlat siyosatining muhim yo‘nalishlariga aylanishi kerak. Adolatning ikkinchi talabi sifatida Prezident jamiyat taraqqiyoti va uning siyosiy muhitini belgilashda rahbar kadrlarni tanlash va ularni joy-joyiga qo‘yishga katta ahamiyat beradi va bu masalaga hal qiluvchi ma‘naviy-siyosiy omil, tub islohotlarning tayanchi va bosh yo‘naltiruvchi kuchi, deb qaraydi:

“Xalqning dardiga befarq qaraydigan, o‘z manfaatidan boshqa narsani o‘ylamaydigan, xudbin va tamagir rahbarlar mamlakatimiz ravnaqiga, xalqimiz farovonligiga to‘siq bo‘lmoqda. Endi ular bilan murosa qilib bo‘lmaydi. Bizga shunday rahbarlar kerakki, toki ular elim deb, yurtim deb kuyib-yonib, o‘z halovatlaridan kechib mehnat qilsinlar!

Barcha bo‘g‘inlarda insofli, diyonatli, bilimdon, tajribali rahbarlar boshchilik qilmas ekan, mustaqil mamlakatimizning obro‘si, uning manfaati uchun mardlik, jonkuyarlik bilan ishlamas ekan ishlarimiz ko‘ngildagidek bo‘lmaydi”. **Iqtidorli** deganda, biror soha bo‘yicha layoqatini ongli ravishda sezgan, o‘zidagi qobiliyatni to‘la namoyon qilish uchun qat‘iyat ko‘rsata oladigan kishilar tushuniladi. Iqtidorli odamlar kuch-quvvatini ayamaydi va kutiladigan natijasiga - maqsadiga yetadi. Ular ishda mardlik, chidamlilik, o‘z-o‘zini boshqara olish, tashabbuskorlik kabi hislat va fazilatlarga ega bo‘lishadi, o‘z xatti-harakatlariga hamisha tanqidiy ko‘z bilan qaraydilar, doimo olg‘a qarab intiladilar, erishgan samaralari bilan hech qachon cheklanib qolmaydilar. Iqtidorli insonlar o‘z faoliyatlari bilan hatto ba‘zi bir kamharakat katta iste‘dod egalariga qaraganda ham ko‘proq jamiyatga foyda yetkazadilar. Qayd qilingan fazilatlar mujassamlanmagan rahbar rahbarlik lavozimiga yoki tanish-bilish, yoki qarindosh-urug‘chilik, yoinki pora berib erishgan. Bu nafaqat davlatning, balki butun xalqni turgan-bitgan sho‘ridir.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

- 1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p.
- 2.Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

7. Қўшимча адабиётлар

29. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
30. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
31. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
32. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz
www.gov.uz
www.lex.uz
www.mf.uz

9-Mavzu. Inson resurslari, madaniyat va faoliyat turlari.

Reja:

- 1. Inson resurslari asoslari.**
- 2. Inson resurslarini boshqarishni tashkil etish.**
- 3. Tashkiliy madaniyat va ishchi kuchi xilma-xilligi.**

Rahbar bir qator talablarga javob berishi kerak. "Rahbarlik qilish" degan so'zga izohli lug'atlarda boshqarish, maslahat berish, kuzatish, yo'naltirish, ko'rsatma berish degan turli ma'lumotlar berilgan. Rahbarlik uslubidagi salbiy qusurlarni bartaraf etish degani- bu boshqarishning barcha unsurlariga e'tiborni kuchaytirish demakdir. Eng avvalo rahbar yuqoridagi nuqsonlardan xoli bo'lishi va ish uslubini quyidagi ijobiy fazilatlar zahirida tashkil qilishi lozim: Rahbar o'z huquq va vakolatidan umumdavlat manfaatlarini jamoa va xodimlarning shaxsiy manfaatlarini bilan uyg'un olib borishda mohirona foydalanish zarur. Ammo davlat manfaatlariga putur etkazmasdan, shaxsiy manfaatlar umum manfaatlariga bo'ysinishi lozim. Ishlab chiqarishni faqat jamoada obro'-e'tiborga ega bo'lgan rahbargina yaxshi boshqaraoladi. Ayni paytda shuni unutmaslik kerakki, obro' faqat xizmat mavqei bilan emas, balki, avvalo, bilim, tajriba, ishga va xodimlarga munosabat bilan ortiriladi.

Rahbar vazmin, har qanday vaziyatda hamo'zini tuta biladigan, odobli va xushmuomala bo'lishi zurrur. O'z xatti- harakatini nazorat qila oladigan, kayfiyati va sezgilarini tiya biladigan, yurish turishida bo'ysinuvchilarga o'rnak ko'rsatadigan bo'lishga majburdir. Buyruq hammaga ham yoqavermaydi. Shu sababli bo'yinuvchi xodimlarga beriladigan farmoyish faqat bevosita buyruq shaklida bo'lmasdan, balki topshiriq va vazifa, maslahat tarzida ham bo'lishi kerak. Bu o'rinda quyidagi ibratli ish uslubini bilish foydadan xoli emas. **Ouen YaNG** dursutgina lavozimni egallab turgan bo'lishiga qaramay, qo'l ostidagi xodimlarning hech biriga hech qachon buyruq ohangida ish buyurmagan. U buyruq berishdan ko'ra maslahat solishini afzal bilgan. Bunday yumshoq muomala birichidan, Ouenning o'ziga katta izzat-obro' keltirgan bo'lsa, ikkinchidan idora ishining har doim bir maromda muvofiqiyatli kechishini ta'minlagan. Yang hech qachon "Mana bu ishni unday yoki bunday qiling" yoki "Bunday yo unday qilmang" demagan. Buning o'rniga "Shu masalada bir o'ylab ko'rsangiz" yoki "Shunday qilinsa yaxshi natija beradi deb o'ylaysizmi" qabilida muomala qilishga odatlangan.

- rahbar bo'ysinuvchi xodimlarning fikr va maslahatlarini diqqat va hurmat bilan tinglashi, hatto shu takliflarga shaxsan qo'shilmagan taqdirda ham ularga osoyishta quloq solish va muhokama qilishi lozim.

Yang biror tashkilotga xat yo'llash zurrurati tug'ilib qolgan holda maktub matnini boshidan oxirigacha aytib turib yozdiradi-da, pirovardida xodimiga shunday savol bilan murojat qilardi: "Sizning xat matni xususidagi fikringiz qanday?" Agar xat matnini biror xodimi tayyorlagan bo'lsa, uni o'qib chiqqach, mabodo kamchiligi uchrasa yoki yoqmasa, buni xodimning yuziga solish o'rniga maslahat yo'sinida fikrlashadi: "Balki xat matnini biroz boshqacharoq qilib yozganimiz ma'qulmidi, siz nima deysiz?".

Yang o'z xodimlariga nima qilish kerakligi haqida hech qachon ko'rsatmalar bermaydi, zimmadagi vazifalarini mustaqil bajarishlari uchun imkon yaratadi. Mustaqil harakat qilishga, o'z xatolaridan tegishli xulosa chiqarish va boshqa takrorlamaslikni odat qilishga undaydi.

Haqiqatdan ham bunday munosabat xodimlarni mustaqillikka o'rgatadi, xatolarni tez tuzatish va ishni oxirigacha pishiq-puxta bajarishga odatlantiradi. Qolaversa, bunday usul ishchi- xizmatchilarning izzat- nafsini hech qachon kamsitmaydi va, ayniqsa ularda o'z imkoniyatlari va mahoratlariga qat'iy ishonch, mehnatga ishtiyoq tug'diradi.

Demak, agar rahbar insonlarda o'ziga nisbatan iliqlik, izzat- hurmat hissini uyg'otmoqchi bo'lsa, u salbiy xislatlardan, ya'ni buyurish, ko'rsatma berish ohanglaridan voz kechib, maslahat solishi, ulardan fikr olishi kerak. Shunda uning umumiy ishga ko'proq nafi tegadi.

- Rahbar intizom va tartibga rioya qilishini qat'iy talab qilishi va bo'ysinuvchilarning biron nojo'ya harakatini e'tibordan chetda qoldirmasligi kerak. Talabchanlik tarbiyaning asosi va ongli intizomning eng mustahkam zaminidir.

Xullas, rahbardagi odamlarni boshqarish qobiliyati, odamlar haqida g'amxo'rliqi, tashabbuskorlik, qat'iyatlik, mustaqillik, talabchanlik, bo'ysinuvchi xodimlar bilan maslahatlasha bilish, o'z so'zini ustidan chiqish kabi ijobiy fazilatlar undagi salbiy qusurlardan qutulishga yordam beradi.

Rahbar salbiy qusurlar domiga tortilmaslikka intilishi kerak. U egallab turgan lavozimidan ketib qolmasligi uchun quyidagi o'nta qoidaga rioya qilmog'i lozim:

1. Iloji boricha qulog'ingizgacha ishga ko'miling. o'z kompaniyangiz mijozlarini ko'paytirish uchun barcha imkoniyatlaringizni ishga soling.

Kompyuterni o'rganing.

Chet tilini o'rganing.

O'z arxivingizni tashkil qiling.

Zurrur tashkilotlar va kishilar aderslari, telefonlarini yozib boring. Ular favqulodda hollarda kerak bo'lib qoladi.

5. Har doim "ha" deng.

Hamma narsani bajarishga urining. Hattoki imkoniyatingiz, qobiliyatingiz etarli bo'lmasa ham oldin bajarmagan ishingizni bajarishga harakat qiling. Ishdan ketib

qolishning eng qisqa yo'li: "Bu mening ishim emas" deb javob berish. Bunday so'zni aytishdan o'zingizni tiying.

6. Chiroyli imo, ishora qilishni biling.
Firma inqirozga uchragan vaqtda ham uni bunday holatdan chiqarish uchun vaqtingizni ayamangizga tayyor ekanligingizni bildiring.
7. Malakangizni muttasil oshirib boring.
8. Kishilar bilan bo'ladigan muomalada xushfel va iltifotli bo'ling.
Noyob, nazokatli, do'stona kayfiyat jamoadagi muhitni yaxshilaydi, o'zaro ishonchni mustahkamlaydi., kishilarni hamjihatlikka chorlaydi.
9. Boshqalar bilmaydigan va bajaraolmaydigan u yoki bu ishni bilish va bajara olishiga urining. Bu nur ustiga a'lo nur bo'ladi.
10. Ish vaqti faqat "dan va gacha" bo'lmasin.

Agar Siz ertalab ish vaqtidan oldin yoki ish vaqti tugagandan so'ng ish joyida bo'lsangiz, bilingki bu ham e'tiborsiz qolmaydi.

2 Inson imkoniyatlarini boshqarish

Maqsadlar:

1. Jamoaviy hamda rejalashtirilgan harakatlarning muhimligini tushuntirish.
2. O'rnini qoplash va foydali rejalarni tasvirlash.
3. Boshqaruvda ishtirok etadigan maqsadlarni tanib olish.

Diqqat etibordagi real voqea:

"Kuningiz qanday o'tdi?" Jacqueline so'ragandi biznes sherigidan qachonki u band kunni o'tkazib kelib stulga o'tirganda.

"Kun yaxshi edi, Esmeni ko'rishga kelmaguncha" javob berdi Leo nimanidir o'qigan bo'lib.

"U raqiblarga ishlamoqchi"

"Axir bu uyat-ku" Jacqueline aytdi, "U mijozlar bilan yaxshi chiqishardi, va uning ajoyib ish uslubi bor axir. Nega ketayotganini aytdimi?"

"Odatdagi sabablar: yaxshiroq foydalar hamda ko'proq imkoniyatlar ,rivojlanish uchun" javob berdi Leo.

"Biz o'rniga odam qidirishimiz kerak", Jacqueline aytdi. "Men ertaga mehnat byurosiga qo'ng'iroq qilaman"

"Balki biz yaxshiroq rejalarni, ish soatlar joriy qilishimiz kerakdir toki yollangan ishchilarni ketqizib ,o'rniga boshqasini olib yurgancha" Leo aytdi.

"Leo siz haqsiz, biz boshqatdan ko'rib chiqishimiz kerak inson imkoniyatlarini boshqarish strategiyalarini. Men aminmanki ko'p narsalar bor biz ko'proq raqobatbardosh bo'lishimiz uchun, va ayniqsa biz yanada e'tibor qaratishimiz kerak iqtidorli ishchilarimizga va ularni saqlab qolish yo'llariga".

Inson imkoniyatlari rejalashtirishda hamda jamoalashtirishda:

Inson imkoniyatlarini boshqarish bizga taminlaydiki xizmatchilar yaroqliligini, ishchanligini, oyliklar to'lanishini hamda o'z ishlaridan mamnun bo'lishlarini.

Agarda inson imkoniyatlarini boshqarish juda yaxshi tashkillashtirilsa, kompaniya ishchilari ham o'z ishlarini maromiga yatkazib bajaradilar. Mana shunaqa hadyalar omadli, foydali biznes garovidir.

Rejalashtirish va ishni tahlil qilish

Inson resurslarini (imkoniyatlarini) boshqarish boshlanadi xodimlarning aynan hozirgi biznes jarayonning tahlili asosida. Ishchilarni yollash uchun tuziladigan qaror juda ehtiyotkorlik va sinchkovlik bilan bo'lishi kerak. Birinchilikda xizmatchiga to'lanadigan oylik maosh kompaniya foydasi yuzasidanmi yoki yo'qmi shuni bilish zarur. Endi o'sha yollangan ishchi bajaradigan ish kompaniyaning foydasiga unga to'lanadigandan ko'ra ko'proq foyda olib kelishi kerak.

Ishchilarning guruhlarga ajratilishi: Kompaniya qaror qabul qilishi kerakki yollaniladigan ishchi vaqtinchalakmi yo doimiy. Doimiy ishchi kompaniyaga uzoq muddatga yollanadi. Bunday ishchilardan kutiladiki biznes foydalarga va o'zlarining ishtiroklaridan mamnun bo'lishlari qachonki biznes gullagan vaqtlarda ham. Vaqtinchalik xizmatchilar esa yollanadi

malum vaqt uchun yoki bo'sh vazifani to'ldirish uchun. Doimiy ishchilar biznesning bir bo'lagi hisoblanganligi sababli, ular ko'proq ishchan va g'ayratli bo'ladilar vaqtinch yollangan ishchilardan ko'ra. Boshqa tomondan ko'proq nazorat o'rnatiladi kompaniya imkoniyatlarida qachonki vaqtinchalik xizmatchilar yollanganda. Doimiy yoki vaqtinchalik ravishda, ishchilar qisman yoki to'liq ish kuni uchun ishga qabul qilinadi. To'liq vaqt ishchi haftasiga 30 yoki undan ortiq soat tartibida ishlaydi. Qisman vaqt ishchi har kuni kamroq soat yoki hafta davomida kamroq kun ishlab beradi. Belgilab qo'yilgan ish talablari ishga qabul qilish jarayonini boshlashdan oldin, ishchilar ish vaqtida bajarishi kerak bolgan ishni o'rganib olishadi. Har bir ish ish haqidagi muayyan axborot o'sha ishga mos keluvchi qobiliyatli insonlarni ishga qabul qilish uchun kerek bo'ladi. Bu informatsiya ish tahlilini to'ldirish orqali yig'iladi. Ish tahlili bu ish vazifalari va tajriba talablarini mufassal bilib olish uchun ishniq muayyan bilimi hisoblanadi. Birinchi, ishchilar ishni o'rganish, ishchilar va menejerlar bilan suhbatlashish orqali doimiy ishni batafsil qayta ko'rib chiqishadi. Ular ishni muvaffaqiyatli yakunlash uchun talab qilingan bilim va malaka bilan birgalikda barcha muhim ish vazifalarini aniqlab olishadi. Keyin, ish uchun tahlilga rejalashtirilgan yangi faoliyatlarni qo'shadilar.

Kutilayotgan ishchilarni ishga jalb qilishda samarali manbalar

Kompaniya ish beruvchi offisi

Kompaniya web saytlari

Ish beruvchi agentliklar

Ma'muriy ishga jalb qiluvchi xodim

Ish qidirish saytlari

Onlayn matbuot

Radio va televideniya reklamalari

Ijtimoiy tarmoq

Yaxshi darajali ish uchun arizachidan ariza va rezyum talab qilinadi. Ariza berganlar shu ish uchun yaxshi mutaxassis yoki mutaxassis emasligiga ko'ra ajratiladi. Arizalar ko'rib chiqilgan vaqtda arizachilar ehtiyotkorlik bilan o'rganiladi. Ma'lumotlar aniq tekshiriladi. Tavsiyanomalar bilan tanishiladi. Ish beruvchi suhbatga kam ariza berganlarni chaqiradi. Kelganlardan shu kasbga oid maxsus testlar yechib berilishi so'raladi. Suhbat davrida ish, ish boshqaruvchi, va hamkasblar haqida ma'lumot beriladi. Nihoyat, ish talablariga mos keluvchi arizachi ishga taklif etiladi.

Yangi ishchining joylashuvi

Yangi ishchiga kompaniyada yaxshi ish boshlashi uchun yordam beriladi. Joylashuvning bir qismida yangi ishchiga mutaxassislar tomonidan zarar va foyda qabul qilish qog'ozlarini to'ldirish o'rgatiladi. Oxirida kompaniya yaxshi ishchiga ega bo'ladi. Odatda bu uchun bir necha marta shug'ullanishga to'g'ri keladi. Ishchi tajribali ishchilar bilan teng kuchli bo'ladi.

O'rindosh sifatida ishga olish

Kompaniya doimo narxlarni nazorat qilish davomida yaxshi ishchi kuchi muammolariga ega. Kompaniya xarajatlarining 30-50 % larini oylik ish haqi tashkil etadi. Ish boshqaruvchilar xarajatlari pastroq bo'ladigan va yaxshi kadrlarni yollash yo'llarini izlaydilar. Og'ir iqtisodiy vaqtlarda bu muammolar ko'payadi. Kompaniya foyda va zararni farqlaydigan yangi ishchi yollashga ehtiyot bo'lishi kerak. Boshqa bir tomondan iqtisodiy o'zgarishlarga tayyor bo'lishi kerak. Hozirgi kunda ish boshqaruvchilar qo'shimcha ishchi kuchini yaratishda o'rindosh ishchilardan foydalanishyapti. Vaqtinchalik ishchi shoshilinch va qisqa vaqtlik ishlar uchun muhim. Asosan yollanma ishchilar maxsus loyihalar uchun yollanadi. Biror narsni sotib olishdan oldin unga harakat qil deganlaridek, vaqtinchalik ishchilar sinov muddatiga chaqiriladi. Agar kompaniyaga doimiy ishchi kerak bo'lsa va o'rindosh yaxshi ishlasa, o'rindosh doimiy ishchiga aylanadi. Amerika ishchilar assotsiyasining ma'lumoti bo'yicha bir kunda qariyb 2.5 million odam vaqtincha ishchi yoki ishsiz hisoblanadi. Bu umumiy ishchi kuchiganing 2%ini tashkil qiladi. Yil davomida bu ko'rsatkich 11 millionga yetadi.

Kompensatsiya va yordam pullari

1. Odamning ishlashiga sabablardan biri pul topish. Kompensatsiya bu ishchining ishlayotgani uchun beriladigan pul. Kompensatsiya ikki qismdan iborat. Oylik va maoshlar ishchining aynan tugatilgan ishi uchun beriladigan pul miqdori. Kompensatsiyaning

keying ko'rinishi daromad hisoblanadi. Misol uchun: sug'urtalar, pensiya ajratmalari, sog'liqni saqlash uchun beriladigan pullari.

Kompensatsiyalash metodlari

2. Soatbay maosh bu ishchilar uchun ishlagan vaqtiga qarab beriladigan pul. Oylik maosh esa xar bir ishlanilgan oy uchun beriladi. Bu to'lov usullarining xech biri ishlab chiqarilgan mahsulotning sifatiga bog'liq emas aksincha bular ishlab chiqarish uchun ketgan vaqtga qarab to'lanadi. Shu sababli bu boshqarishning juda oddiy usuli hisoblanadi.
3. Rag'batlantirish tizimi ishchining ishlash sifati va yordam pulining hajmiga bog'liq. Ba'zi tadbirkorlar sotilgan mahsulotdan foiz sifatida komission to'lovlar ham to'lashadi. Sotuvchilar ko'pincha shunday komission pul olishadi. To'lovning ikkinchi turi bu ishbay to'lov. Ishchi xar bir bir yakullangan ishi miqdoriga bog'liq ravishda haq oladi. Ishbay to'lovlar ko'pincha ishlab chiqarish, dehqonchilik va xizmat ko'rsatish sohasida to'lanadi. Misol uchun har bir to'kilgan chok uchun, xar bir yetishtirilgan uzum uchun, xar bir javob bergan qo'ng'iroq uchun to'lanadi.
4. Ba'zi firmalar to'lovning aralsh shaklidan foydalanishadi. Bu usul vaqtbay va ishbay usullarining birlashmasidan iborat. Uning bir turi daromadlarni taqsimlash usulidir.
5. Bu tizim foydani oshirish uchun majburiyat, jamoa ishi, foydali ish bajarishni ruhlantiradi.

Ishchi foydasi.

6. Ishchi foydasi mukofotlash bahosi qimmat qo'shimcha bo'lishi mumkin. Hamma ish uchun o'rtacha, ishchi maoshining qo'shimcha 20 foizdan 40 foizgacha foyda uchun sarflanadi. Agar biror ishchi soatiga 11 dollar ishlasa, 30 foiz foyda uchun qo'shilgan qiymat maoshni 14.30 dollorga ko'taradi. Agar ishchi haftasiga 40 soat ishlasa, qo'shimcha qiymat yiliga 6.864 ming dollorga yetadi.
7. Davlat va federal qonunlarga bazi manfaatlar kerak. Ko'plab ishlar taklif qilinishi va talab qilingan manfaatlar uchun to'lashi shart. Yordamlar qo'shimcha ishlangan soatlar, ijtimoiy xafsizlik, Medicare, va jarohat olgan ishchilar va ishsiz yurgan ishchilar uchun pul ajratishni o'z ichiga oladi. To'liq ish stavkasida ishlaydigan ishchilar kompaniyalaridan sog'liqni saqlash, hayot, tish bilan bog'liq, va nogironlik sug'urtasi, shu jumladan sug'urta rejalarini taqdim etilishini kutashi mumkin. Jadallik bilan o'sib borayotgan sog'liqni saqlash sug'urtasi ishni qo'lga olishda o'ziga xos qiyinchiliklarni tug'dirgan. Natijada, ko'plab kompaniyalar tibbiy sug'urta foydalarini kamaytirishyapti yoki ishchilarni pemiylarini ko'proq qismini sug'urtaga o'tkazishlari kerakligini talab qilmoqda.
8. Foyda narxlarining qiymati jada baland va o'sishda davom etmoqda. Har qaysi ishchi turli xil foydalarni afzal ko'rishi mumkin. Natijada inson resurslari bo'limida kafeteriya rejaları ishlab chiqildi. Kafeteriya rejasi ishchilariga foyda uchun sarflanishi kerak bo'gan aniq pul hajmini ajaratib beradi. Ishchi maqul bolgan foyda turini tanlaydi. Agar narxlar baland bo'lsa, ishchi ortadagi tafovutni to'laydi

Boshqaruv sifati

9. Menejerlar rejalashtirilgan ish maqsadlarini muvaffaqiyatli tugatish uchun ishchilari bilan yaqin ishlashadi. Har bir ishchidan ish samaradorligi bilan sifat darajalarini nazorat qilishi kutiladi. Unga ko'ra, ishchilar hamkasblari, menejerlar va xaridorlar bilan samarali ish aloqasini ko'rsatishlari kerak. Vazifalar almashganda yangi texnologiyalar va yangi ish usullari taqdim etiladi. Ishchilar vazifasini o'zgartirish talablaridan kelib chiqib malakalarini oshirib borishi kerak. Ko'p kompaniyalar ishchilarning ish samaradorligini oshirishda yordam berish uchun mashg'ulot va rivojlantirish dasturlarini taklif etadi.

Ishchilarni o'rganib chiqish

10. Menejerlar muntazam ravishda ishchilarining ishini o'rganib chiqadi. Inson resurslari bo'limi ish usullari va shakllarini o'rganib chiqishga mas'uldir. Menejerlar Ishchilarni obyektiv o'rganish uchun o'rgatiladi va ular ishchilar bilan samarali konferensiyalar olib boradi. Inson resurslari ishchilarning shaxsiy hayotida ish o'rganish usullarini saqlaydi.

11. **O'rganish jarayoni.** O'rganish samaradorligi har bir ishchi uchun maxsus berilgan vazifalarda namoyon bo'ladi. Ular ishchilardan kutilgan ish sifatlarini ko'rib chiqadilar. Bu sifatlar kommunikatsiya, muomala, ishning hajmi va sifati, xulqi kabilarni o'z ichiga oladi. Menejerlarga to'ldirish uchun o'rganish blankasi beriladi. O'rganib chiqish natijalari ishning hajmi va sifatini tekshirish, ishchilarning samaradorligi kuzatuvlariga asoslangan. Ba'zi kompaniyalar umumiy xulosalarni chiqarishda hamkasblaridan ham so'raydi. Ishchilarni o'rganish menejerlarga ishchilarining kuch va qobiliyatlarini aniqlashda yordam beradi.
12. **O'rganish kengashi.** Menejerlar blankalarni to'ldirgandan keyin kengash ishchilar jadvalini tuzadi. Kengashning maqsadi samaradorlikni oshirish uchun o'rganish natijalarini muhokama qilish va qayta ko'rib chiqishdir. Ishchilar ham, menejerlar ham bu kengashdan tashvishda bo'ladilar. Ular uchun samaradorlikning muhokamalaridan keyin ham qulay bo'lmasligi mumkin. Inson resurslari xodimlari nazorat kengashlarini tashkillashirishda hamma ishchilar bilan ishlashi kerak. Kengash muhim va fikrga boy bo'lishi lozim. Kengash ishchilarning kelajak rejalari, maqsadlari va ish samaradorligida kerakli natiжалarni berishi kerak. U menejerlar tomonidan kompaniyada samaradorlikni oshirishda qo'llab-quvvatlanishni ko'rsatadi.

Ko'tarilish, o'tkazmalar, va yakun.

13. Ishchilar kutadiki, agar ular kompaniya uchun uzoq muddat samarali ishlasa, ular ko'tarilish imkoniyati va ko'proq to'lov miqdori bilan mukofotlanadi. Ko'tarilish ishchilarning ko'proq mas'uliyat bilan yuqori mansablarga ko'tarilishidir. Kompaniyalar yaxshi ishchilarni saqlab qolishni xohlaydi.

. Kompaniyalar yaxshi kadrlarni ishga olishni xohlaydi. Ular yaxshi ishchilarni maksimal darajada kompaniyaga foyda keltiradigan lavozimlarga qo'yishni xohlashadi. Agar iloji bo'lsa kompaniyalar bo'sh ishchi o'rinlarini joriy ishchilar bilan to'ldirishi kerak bo'ladi. Ular kompaniya bilan tanish bo'lishadi va lavozimlarini oshirilishini mukofot sifatida bilishadi. Ular kompaniyada a'lo darajada ishlashga ruhlantiriladi. Ba'zi hollarda lavozimni oshirish imkoniyati bo'lmaydi va ishchilar kasblarini o'zgartirishni xohlashadi. Kompaniyada yangi ish bo'lganda boshqasi tugatilishi har doim ham bo'lavermaydi. Shunga ko'ra ishchilar boshqa ishga o'tishni qabul qilishlari mumkin. Transfer kompaniyada ishchilarni bir xil darajadagi javobgarlik bilan boshqa ishga o'tish belgisidir. Yangi ish ishchilarga yangi imkoniyat berishi ularning mahoratlarini oshirishi mumkin. Agar bu o'zgarish kompaniya kutgan natijani bermasa yoki ishchi o'rinlari qisqartirilsa kompaniya ishchilarni bo'shatishi mumkin. Bu esa ishga bo'lgan layoqatsizlikdan ham kelib chiqishi mumkin. Ishdan bo'shatishni yana bir turi malakasizlikdan bu o'z navbatida vaqtinchalik yoki doimiy ishchilar sonini kamaytirish biznes holatining o'zgarishi tufayli. Kompaniya barcha ishdan bo'hsatishlarni ehtiyotkorlik bilan tugatishi kerak. Bu ba'zida biznesdan ketmoqchi bo'lgan ishchiga qo'l kelishi mumkin va bu qonuniy talab qilinadi.

3 Tashkiliy madaniyat va ishchi kuchi xilma-xilligi.

Maqsadlar:

1. Samarali tashkiliy madaniyatga hissa qo'shish omillarini bilish.
2. Xilma xillik foydalarini tashkilot, kishilik va jamiyat asosida tasvirlash.

Diqqat markazidagi real voqea

3 yillik ishchi tajribasi talab qilinadi. Josh yaqinda mutaxassisligini tamomlab, bu ish tavsifini o'qidi va u garchi yetarlicha malakaga ega bo'lsa ham, u ishga olinmaganiga amin bo'ldi. Josh u rivojlantirgan boshliqlik faolligi va muloqot madaniyatini ish beruvchi bilmaydi deb o'ylaydi.

Energetik va jo'shqin bo'lish shart. 58 yoshli Medeline bu frazani karrera veb sahifasidagi ishga e'lon sifatida ko'rди. U ishga murojaat qilishga shoshigani yo'q, chunki u ish beruvchi yosh odamlarni qidirayotganini bilardi.

“Kuchli ko'tarilish talab qilinadi”. Kamala bu talabni ish tavsifida ko'rib ajablendi chunki unga ish haqida aytgan dosti Ed vaqti vaqti bilan qutilar tashishga to'g'ri kelishini biroq 50 funddan ortiq olmasligini aytdi. Samarali madaniyatni rivojlantirish. Biznes yo'llarini tashkil qilish va boshqarish o'tgan bir necha 10 yilliklarda ulkan miqyosda o'zgarib ketdi. Ba'zi o'zgarishlarning sodir bo'lishi aniq. Texnologiya malakasiz ishchilarga bo'lgan ehtiyojni qisqartirdi va hozirgi

malakali ishchilarga bo'lgan talabni oshirdi. Internet savdo yo'llarini, iste'molchi va biznes a'loqalarini, sotish va sotib olish yo'llarini o'zgartirib yubordi. Biznesning globallashishi ulkan raqobatni yuzaga keltirdi. U shuningdek har bir biznes uchun ko'plab yangi iste'molchilarga yetib boorish qulayliklarini yuzaga keltirdi. Bizneslar hamma o'zgarishlarga va ijobiy tashkiliy madaniyatni davom ettirishga mas'uldirlar! Ba'zi guruhlar avtomatik xavfsizlik yoki iste'mol kreditiga asoslangan. Boshqalar iste'mol muammolarini hal qiladi. Better Business Bureau kutilmagan mahsulot va xizmatlaridan yoki yolg'on reklamalar bilan bog'liq muammolardan duch kelishardi. BBBni qo'llab quvvatlovchi firmalar tomonidan haq to'lanardi. Ular axloqiy amaliyotlar va iste'mol firibgarligi to'qnashuvini saqlash uchun ishlashadi. Agar siz buzilgan iste'molchilik huquqingizni bilsangiz, siz mamlakat bo'yicha 120 BBBning biridan yordam so'ray olasiz. Sizing shikoyatingiz yozib olingandan keyin agentlik muammoni biznesdagi ahamiyatini tushuntirishga harakat qiladi. Ko'p Firmalar BBBning fikrlarini tadbiiq qiladi.

Davo qilish huquqi.

Adolatli qadoqlash va yorliqlash dalaolatnomasi, milliy harakat va transport xavfsizligi dalolatnomasi, qarzlarni yig'indisi dalolatnomasi-hammasi iste'molchilarni himoya qiladi. Bular va boshqa qonunlar sug'urtalangan va muammo paydo bo'lganda qonuniy davoni qila oladi.

Iste'molchilarni kafolatlangan himoyasi bor. Ba'zi xaridlardan keyin iste'molchi kafolat qog'ozini qo'lga kiritadi. Kafolat mahsulotning sifatini ko'rsatuvchi ishlab chiqaruvchi yoki dilerlar tomonidan beriluvchi yozma ishonchnoma. Kafolat uning ma'lum bir qismiga yoki butun predmetga nisbatan beriladi. Unda ma'lum vaqt mobaynida muammo paydo bo'lsa, nuqsonli qismlari bo'lsa almashtirib berilishi yoziladi. noto'g'ri ishlatish sabab bo'lsa kafolat zararni qoplamaydi. Xarid vaqtida malakali iste'molchi kafolat so'raydi. Shunga o'xshash kafolat shakllari: "Soatning ishlashi 1 yilga kafolatlangan." "Sviter 3 foizdan ortiq kichraymaydi." Kafolatlarning turlari ba'zida maxsus kafolat qog'ozlari deb ataladi. Maxsus kafolat qog'ozlari og'zaki yoki yozma tuziladi va maxsus sifatlarini kafolatlaydi. Siz biror mahsulot sotib olishdan oldin kafolat yozdirib olishingiz kerak. Siz ular og'zaki kafolat bersa ham siz yozma kafolat talab qila olasiz. Yozma kafolat qalbaki mahsulotlarni qaytarishda foydali. Kafolatda qancha muddat nima yozilganini hushyor holda o'qib chiqing.

Ba'zi kafolatlar yozilmaydi. Bular belgilangan kafolat deyiladi. Belgilangan kafolat qonun tomonidan yuklatilgan, hattoki ifoda etilmagan. Umuman olganda, qonun aniq standartlarni talab qiladi. Masalan, sog'liqni saqlash mahsulotlari farmatsevtikada sotib olinadi, ular ma'lum yo'nalishda foydalanilsa zarasizligi belgilangan.

Iste'mol ta'lim huquqi.

Shaxsiy sotib olish qarorlari muhim bo'lsada, ta'lim olgan iste'molchilar iqtisodda tanlov qanchalik muhimligini tushunishi kerak. Iste'mol ta'limi iste'molchi va ishlab chiqaruvchi o'rtasida munosabat, qanday qilib sotib olish kerakligini nazarda tutish kerak. Ta'lim olgan iste'molchi ularning qarorlarida faqat shaxsiy holatda emas, balki iqtisodiy va ijtimoiy ishtirokida bilimdondir.

Xizmat huquqi.

Bu huquq iste'molchilar kutgan qulaylik, muloyimlik, iste'mol muammolariga mas'uliyatlilikni taklif qiladi. Xizmat huquqini mahsulot va xizmat sifatini ta'minlashda firmalar qo'llab-quvvatlaydi.

Sizing iste'molchi mas'uliyatlaringiz.

Endilikda ba'zi firmalar iste'molchilarda ularning mas'uliyatliligini uchratmayapti, ba'zi iste'molchilar firmalardan ustun bo'lishga harakat qilyapti. Hattoki iste'molchilar firmalar kutmagan darajada axloqsiz va vijdotsiz bo'ldilar. Iste'molchilarda biznesda mas'uliyat aloqadorliklari ham bor.

Halol bo'l.

Ko'p odamlar halol, bularga ko'p mablag' to'lash sabab emas. Do'kon o'g'irlash zararlari har yili milliard dollarlarda baholangan. Firmalar katta o'g'irliklar natijasida zarar ko'rgan.

Xolis bo'l

Xaridor sifatida siz ham biznesda doim mas'ulsiz. Agar siz mamnun bo'lmasangiz, oqilona yo'lda shikoyat qilishingiz kerak.

Siz birinchi o'rinda shunga amin bo'lingki, shikoyat qilish uchun sizda sabab bo'lish kerak. Mahsulotdan to'g'ri foydalanishingizga amin bo'ling. Siz shikoyatingizni tasdiqlaganingizdan so'ng, osoyishtalik bilan siz sotib olgan narsadagi muammoni shu ishga mas'ul shaxsga tushuntiring.

Xabardor bo'l.

Sizning iste'molchi sifatida javobgarligingiz dan xabardor bo'lishdir. Siz yaroqli ma'lumotni topishingiz va foydalanishingiz kerak.

Siz, shuningdek, iste'molchi sifatida o'z huquqlaringizni bilishingiz kerak. Qonunlar va agentliklarni o'zganing qaysiki, sizning huquqlaringizni himoya qiladigan va sizning qonunbuzarliklaringiz haqida xabardor qiladigan. Ogoh iste'molchi bo'lish qiyin ish, biroq foyda olish uchun qo'shimcha harakatingiz o'zingizga yomon bo'ladi.

Istemolchilar uyushmasi

Bir xonada ishlayotgan 24xil kir yuvish mashinasini tasavvur qiling. Bir nechta odamlardan tuzulgan kichik guruhlarida foydalanilayotgan 32 ta kamera. Bularning bari New Yorkda joylashgan Yonkers istemolchilar uyushmasining 50ta laboratoriyalarining oddiy ko'rinishlaridan biri. Istemolchilar uyushmasi 1936 yili istemolchilarni mahsulotlar haqidaga malumotlar bilan taminlab turish maqsadida tuzulgan. Xozir xam bu tashkilot odamlarga yuqori sifatli mahsulotlarni tanlashda yordam ko'rsatmoqda. Xar oygi so'rovlar natijalari Istemolchi xabarlar jurnali va uyushma web saytida elon qilib boriladi. Istemolchilar uyushmasi shuningdek avtomobillar ustuda xam keng so'rovlar o'tkazib boradi. Xar yili uyushma avtomobillar sotib oladi. Ya'ni uyushma xar yili dillerlar bilan savdolashadi. Avtomobilning sozligini tekshirgandan keyin 195 km soat tezlikda avtomobilni sinovdan o'kazib ko'rishadi. Muhandislar ko'rsatkichlarni yozib borishadi. Oxirida testni bekor qilish va xavfsizlik testlari o'tkaziladi. Barcha ma'lumotlar istemolchilar foydalanishlari uchun chop qilinadi. So'nggi yillarda istemolchilar xizmat ko'rsatish sohasida ko'p pul sarfalayotganliklari uchun uyushma o'zining izlanishlar doirasini kengaytirdi. Uyushma xar oyda istemolchilar uchun bank xizmatlari, sog'liqni saqlash, huquni muhofaza qilish va boshqa iqtisodiy xizmatlar xaqida malumotlar chop etadi.

Istemolchilar uyushmasi istemolchilarni boshqa jabhalarda ham himoya qiladi. Vashington, DC, Kaliforniya va Texasdagi ofislar istemolchilar huquqlarini himoya qilish maqsadida qonunlar chiqarishgan. Vashingtondagi ofis telekommunikatsiyalar, mahsulot xavfsizligi, ozuq ovqat xavfsizligi, moliyaviy xizmatlar, sogliqni saqlash, energiya, xalqaro savdo va boshqa istemolchilar mummolari ustida ishlar olib boradi. Istemolchilar uyushmasi istemolchilar mavzusida turli xil dasturlar olib boradi. Bu uyushma shuningdek hukumaat doirasida xabarlar chop etadi va konferensiyalar uyushtiradi.

Tanqidiy yondashing.

1. Istemolchilar uyushmasi istemolchilarga qanday yordam beradi.

2. Istemolchilar uyushmasining sohalaridan bo'lgan istemolchilar muaamolar ro'yhatini tuzish maqsadida izlanishlar olib boring.

Istemolchilar huquqlarini himoya qilish ishlari.

Kalit so'zlar:

Vositachilik, arbitraj, xo'jalik ishlari sudi.

Real voqea:

Monika savdo majmuasi zinalaridan chiqarkan juda asabiy edi, biroq xafa bo'lish yoki jaxldor bulish bu vaziyatda yaxshi fikr emasligini tushundi. Chuqur nafas olib sotuvchi oldiga bordi.

“Salom, Men buni olti hafta oldin sotib olgan edim” deb Monika muloimlik bilan qimmat karmonni ko'rsatdi.” Xamyon menga juda yoqdi lekin uning yopadigan tasmasi ishdan chiqdi” Sotuvchi jilmayib hamyonni oldi va “Sizda xarid cheki bormi” deb so'radi. “Mana u” Monika javob berdi chekni cho'ntagidan olarkan. Sotuvchi chekga qarar ekan “Muammo yo'q” dedi. “Bu chek bilan siz yo yangi mahsulotga almashtirishingiz yoki pulingizni qaytarib olishingiz mumkin” dedi. “Almashtirishim mumkin lekin bu xamyondan boshqa ko'rmadim” deb javob berdi Monika.

“Keling men omborni qarab ko'ray. Agar xuddi shu mahsulotdan topa olmasam, bizda sizga albatta yoqadigan boshqa mahsulotlar bor, ular bugun ertalab keltirildi, xali peshtaxtaga qo'yilmadi” dedi sotuvchi. “Raxmat” deb javob berdi Monika. Ko'p uchrab turadigan istemolchi muammolari

Istemolchilar xar doim o'zlari sotib olgan narsadan qoniqish his qilishni xoxlashadi. Xaligacha bu yo'nalishda muammolar ko'paymoqda. Mahsulot yekazib berish vaqtida shikast yeyishi mumkin. Noto'g'ri o'lchamdagi kiyim olib kelinishi mumkin. Bu turdagi muammolar ancha osonlik bilan xal qilinadi. Bazan muammolar jiddiyroq bo'lishi mumkin. Masalan sizning kredit kartangiz not'g'ri yozilgan bo'lishi, yoki sotib olgan mahsulotingiz bir necha haftadan keyin ishlamay qolishi mumkin. Yolg'on biznes harakatlari. Mahsulot haqidagi yolg'on xabarlarni televizorda, elektron pochta orqali xattoki ko'chardagi e'lonlarda xam ko'rishimiz mumkin. Qalloblik, aldash, tovlamachilk biznesda ancha davrdan beri davom etib kelyapti. Federal xukumat agentlari xabarlariga ko'ra xar yilli milliardlab pulni odam yolg'on tashviqot qilingan mahsulotlarga sarflashadi. Internet bunday mahsulotlarning asosiy reklama manbasi bo'lib qoldi. Istemolchilar xamma sotuvchilarni xan aniq shahsi yoki manzilini bilaverishmayidi. bu narssa sizning pulingizni qaytarib olishingizni yanada qiyinlashtiradi. Eng ko'p uchraydigan online qalloblik bu internet xizmatlari va sotuvlarida kuzatilaadi. Online auksionlar, kredit qarz xizmatlari va uyda o'tirib ishlash uchun taklif qilinadigan ishlar xam yolg'on malimot manbalari.

Internet aldovlari shuningdek yolg'on sovgalar, mukofotlar va kredit takliflari ko'rinishlarida bo'ladi. Istemolchilar 10.000\$ ortiq mablag yo'qotishadi. Internetdan xarid qilayotganingizda extiyot buling.

Xaridlar uchun ximoya.

Rivojlanib borayotgan elektron savdo xaridor xuqulari muammolariga sabab bo'ldi. Federal xukumat Internet va televizordan bo'ladigan xaridalarni telefon orqali qilinadigan xaridlarga tenglashtirdi. Sotuvchi sizga mahsulotni 30 kun muddat ichida jo'natishi kerak. Agar yetkazib berish kechiksa sotuvchi bu haqda malumot berishi kerak. Aks xolda sizda bekor qilish huquqi mavjud bo'ladi.

Agar bekor qilingan mahsulot uchun sizdan pul yechib olinsa siz 60 kun ichida shikoyat qilishingiz mumkin. Keyin kredit karta kompaniyasi 30 kunda sizning pulingizni qaytib beradi. Moliyaviy xolatlarda muammo bo'lmasligi uchun chekingizni vaqtida topshirishni unutmang.

Muhim o'zgaruvchan holatlar uchun butun tashkilot xilma-xil tashkil etilishi kerak.

Quyidagi qadamlar bir qancha bizneslar va boshqa tashkilotlarni xilma-xilligini oshirishda muvaffaqiyatli foydalanilgan.

1. Xilma-xillik uchun yozilgan majburiyatni rivojlantirish. kompaniya mulklariga mos holda vazifa bayonotini tayyorlash.

2. Rahbarlarning to'la ta'minotiga egalik qilish. Biznesdagi bosh menejerlar o'zlarining og'zaki va yozma muloqotlari va harakatlarida ustuvor xilma-xillik qilishlari kerak.

3. Kompaniya xilma-xillik dalillarni sharhlash.

4. Barcha iste'molchi, menejer va ishchilarning xilma-xil xarakteristik ma'lumotlarni to'plash. Agar tashkilotning istalgan bir qismi xilma-xillik kutilmalarni akslantirmasa, yo'lda nima turganini aniqla va ozgartirishlar kirit.

4. Tartib va boshqaruvni yangila. Ishga olishda, yollashda, ishlab chiqarishni baholashda va xilma-xillikning rag'batlantirish amaliyotini qollash haqida ishonch hosil qilish.

5. Davomiy xilma-xillik ta'limini ta'minlash. Menedjerlar ishchilar kiritish va xilma-xillikni yaxshi tushunishdan foyda oladilar.

6. Xilma-xillikni tani va nishonla. Tashkilot qismlari madaniyatini turlarga ajrat. Ishchi va iste'molchi iste'moli va til turlari musiqa, san'at, bayramlarni sezilarli dalillash kerak.

Kofe va insof

1981-yil chang'i uchish sayohatida Robert Stiller kofe ichishga qaxva xonaga kirdi. U bu kofeni juda yoqtirib qoldi vabu biznesni sotib olishga qaror qildi. Green Mountain Coffe Roasters kata bulmagan kichkina shaxar kofe dokoni edi. U bu kofening o'ziga xos xususiyatlari bilan internet bizneslarida ulgurju azo sifatida keng tarqaldi. Kapaniya Forbis jurnalida Amerikaning eng zo'r 200 kichik kapaniyalar sifatida tanildi, Fortuneda dunyoning eng tez rivojlanayotgan 100 kapaniyalarning biri sifatida va Corporate Responsibilite jurnalida eng zo'r 100 ta korporatsiyaning sifatida tan olingi.

Janob Stiller nafaqat muvvaqiyatli biznesni rivojlanishiga qiziqadi va unda kopaniya daromadli va haligacha ijtimoiy ahamiyati borliliga ishonar edi. u komponiya kofeni

yetishtiradigan va ta'minlaydigan va mahalliy va global a'loqalar uchun g'mxurlik sifatida boshqarishni xoxlardi.

Inson resurslari basoslari AQSH ishchi kuchida yarim stavka va to'liq stavkada ishlayigan ishchilar soni 150 mlndan ortiq. Iqtisodiyotdagi o'zgarishlar sababli ishchilarning yangi mahoratlari va qo'shimcha malakalarini oshirishga to'g'ri keladi. Iste'molchi imtiyozlari iqtisodiy holatlar , yangi texnologiya va biznes raqobatlar ishchi kuchiga kuchli ta'sir o'tkazadi.

Inson resurslarini bosqarish

Inson resurslari boshqaruvi shuni kafolatlaydiki , ishchilar yaroqli bo'lishi va ular sermahsul to'lanadigan va o'z kasblaridan rohatlanadigan bo'lishlari kerak. Agar inson resurslari boshqaruvi o'z ishini yaxshi bajarsa, kompaniya sermahsul bo'ladi va ruhlangan ishchilar o'z vazifalarini yaxshi bajaradi va omadli va foydali biznesni hadya qiladilar.

Biznes a'loqa konsepsiyalari

1.Nima uchun xizmat bilan ta'minlaydigan sanoatlar mahsulot bilan ta'minlaydigan sanoatlardan tez o'syapti? Insonlarning keying 10 yillik karieralarida bu g'oyaning qanday ta'siri bor ?

2.Kichik biznes kata biznesdek bir xil darajadagi maosh va daromadlarni ishchilarga taklif qila olmaydi.Qaysi yo'l bilan kichik bizneslar o'zining mahoratli ishchilarini saqlab qoladi?

3.Bunga qo'shimcha qilib sug'urta daromadlari, va qaysi turdagi harakatlar bilan kichik biznes o'z ishchilarining sog'lig'I va xavfsizligini ximoya qiladi?

4.Ishdan tashqari va vaqtinchalik ishga yollashdan ko'ra to'liq stavkali va doimiy ishga yollashning kompaniya uchun afzalliklari va yomon taraflari nimada?

6) Siz o'zingizning jamiyatiz uchun iqtisodiy rivojlanish direktorisiz. Agar jamiyatda muvaffaqiyatli bo'lishi mumkin bo'lgan va ko'plab yangi ish o'rinlarini taklif uch xizmat ko'rsatish kompaniyalari aniqlash.

7) Sening direktorlar kengshingga saylovlar va tanlovlariningni oqlashing uchun qisqa kompyuter prezintatsiyalarini rivojlantir.

Sen bir kompaniya uchun inson manbalari boshqaruvchuisi bo'l va hisobchi yolla. Agar sen web dizayner yollasang, sening manbalarining o'zgaradimi? Nima uchun?

8) Kompaniya o'z ishchilariga taklif qiladigan foyda turlaridan o'zinga yoqqan uchta foyda ko'rish ro'xatini tuzgin. Sen tuzgan royxat senung hayotingni qanchalik o'zgatirishiga ishonasan?

9) Ishni muvaffaqiyatli qavomettirish uchun fizik holatmi yoki ruhiy holat muhim deb o'laysan? O'z tanlovingni isbotla.

Biznes tilingizni rivojlantiring.

Terminlarni berilgan defenishinlar bilan birlashtiring.

10)kompaniya va xodim o'rtasidagi munosabatni ish tugaydi

11) bir kompaniyadan ish olib tashlanadi va kam xarajat bilan uni tugata olishi mumkin bo'lgan bir kompaniyaga yuboriladi.

12) Ishchi qilgan ishi uchun haq oladi.

13) odamlarning ishga bo'lgan atrof-muhit , atmosfera , yurish-turish, e'tiqod , va munosabatlar tashkil etadi.

14)Ish uchun aniq to'lovlardan tashqari kompensatsiyalar.

15) javobgarlik shunga o'xshash darajada boshqa ishga xodimni o'tishi.

16) shaxsiy xususiyatlari va sifatlari bilan farqlar bilan odamlar har tomonlama kiritish

17)Maoshlari yoki ish sharoitlari sababli ish beruvchilardan norozi ishchilar guruhi.

18)Hamma 16 yoshli va undan katta ish bilan taminlanganlar yoki ish qidirayotganlar.

19)Ishchilardagi fizik va ruhiy atmodfera.

20) katta mas'uliyat bilan lavozimiga xodimi rivojlantirish

21)Xodimning ishlash sifati va tengligini kompensatsiya hajmiga bog'lash.

22)Ishchining qilgan ishiga qarab belgilangan aniq pul miqdori.

23)Narxni va ishdagi samaradorlikni oshirish maqsadida bo'lgan ishchilar sonini kerak bo'lgan darajada qisqartirish rejasi.

26) Matematika. O'quv mashg'ulotlari uchun har bir ishchiga yiliga \$80 dan qilib ajratilgan.Birinchi yil o'qish uchun qo'shimcha \$50 ajratilgan. O'tgan yil kompaniya 35 ta ishchi

bilan boshlab yana 6 ta yangi ishchi qo'shdi. Shu yili o'quv xarajatlarining ikkala qismi ham 10 foizga oshdi.

- a) O'tgan yilgi xarajatlarning jami bahosi qancha?
- b) Uning qancha foizi yangi ishchilarning o'qishiga sarflangan?
- c) Taklif ortishi bilan har bir tajribali va yangi ishchilarning malaka oshirishiga qancha sarflangan?
- d) Agar bu yili yangi yollangan to'rt ishchi bilan hamma xarajatlarni qo'shib hisoblasa qancha bo'ladi?

27) Texnologiya. Amerika Qo'shma Shtatlarining ishchi kuchini quyidagi xarakterlarini tasvirlash uchun electron jadvaldan foydalaning. A) To'liq stavkali ishchilarning yarim stavkliga qarshi. B) Ishchilarning jinsi. C) Ishchilarning irqiy tasniflanishi.

28) Kompaniyalar jamoat harakatlarida o'zlarining xilma-xil ko'rinishlarini namoyish etish uchun qatnashadilar.

29) Reklama. Ishchilarning qulayliklari uchun reklama qilishda internet va gazetalardan foydalanish kerak.

30) Matematika. Nikolya soatiga \$7 dan sotuvchilikda ishlaydi va quo'shimcha bir kunda sotilga har \$500 lik sotuvdan 2foizini oladi. Uning o'tgan haftadagi sotuvlari jadvalda berilgan.

- a) U sotuvdan va quo'shimcha foydadan qancha ishlagan?
- b) Uning Bir haftalik maoshi qancha?
- c) Uning quo'shimcha haftalik foydasi qancha?
- d) Nikolya bir haftada qancha ishlab topadi?

Monday	6hr	\$735 total sales
Tuesday	4hr	\$ 320 total sales
Wednesday	5hr	\$ 570 total sales
Thursday	3hr	\$ 450 total sales
Friday	0hr	\$ 0 total sales
Saturday	8hr	\$ 1.050 total sales

Xalqaro biznes-reja tadbiri.

Dunyoning boshqa qismida o'z biznesini boshlash batfsil tuzilgan biznes rejani talab qiladi. Biznes reja xalqaro bizes yuritishda bu biznesni taminlay oladigan investorni ishontirish uchun foydalaniladi. Bu tadbir bittadan uchtagacha talaba tomonidan tugatilishi mumkin. Ishtirokchilar maxsus xalqaro joylarda, belgilangan ish/mahsilot/xizmat kerak bo'lgan mamlakatlardagi holatlarni investorlarga tushuntirib berish uchun tadqiqotlar olib boradilar. Ishtirokchilar 30 betda chegaralangan biznes reja tuzadilar qaysikim u o'z ichiga kirish qismi, savdo hududi, va madaniy tahlil, rejalashtirilgan ish-harakat vahokazolarni o'z ichiga oladi. Ishtirokchilarga prezintatsiyalarini namoyish qilishlari uchun 10 daqiqa beriladi va yana 5 daqiqa qarorlar va auditoriya ishtirokchilari tomonidan berilgan savollarga javob berish uchun alratiladi. Tanqidiy o'shlash.

- 1) Nega potentsial xalqaro biznes uchun joyning madaniyatini tadqiq qilish muhim ahamiyatga ega ?
- 2) Nima uchun u xalqaro biznes g'oya uchun ichki moliyalashtirish olish qiyin emas ?
- 3) Dunyoning boshqa bir biznes joylashtirish nima demografik ko'rib chiqilishi kerak ?
- 4) Nima manbalari xalqaro biznesni rivojlantirish qachon mustahkam moliyaviy ma'lumotlarni topish uchun foydalanish mumkin ?

Nima uchun investorlar bir turg'unlik davrida xalqaro biznes g'oyasini qo'llab-quvvatlashga istamay bo'lishi mumkin ?

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

1. L.R. Dabay and others/Principles of business/2012.600p.
2. Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

Қўшимча адабиётлар

33. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
34. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
35. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
36. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz
www.gov.uz
www.lex.uz
www.mf.uz

10-mavzu. Karyerani rejalashtirish va rivojlantirish

Reja:

- 1. Karyeraga erishish imkoniyatlari**
- 2. Karyerani rejalashtirish**
- 3. Ishga kirishga xujjat topshirish**
- 4. Ish bilan ta'minlash**

1. Karyeraga erishish imkoniyatlari

Kasb – bu mahsulot yoki xizmat ko'rsatishga qaratilgan vazifa yoki bir qator vazifalardir. Insonlar bo'sh ish o'rinlarini to'ldirishlari uchun yollanadi va ularga bajargan ishiga ko'ra haq to'lanadi. Erishilgan mavqe – bu kasb yoki bir qator kasblar orqali ishni to'laqonli bajariladigan uchun qilingan maqsad. Sizda hozirgi vaqtda haqiqatdan ham quyidagicha muvaffaqiyatga erishish maqsadi bo'lsa kerak: « o'qishni yaxshi tamomlash hamda kelajakka tayyorlanish. »

Muvaffaqiyatga erishishni rejalashtirish – bu o'qish davomida muvaffaqiyatlarga erishish, muvaffaqiyatga erishmoqchi bo'lgan sohada o'zini har tomonlama mos kelishini muhokama qilish va kelajak kasbi bo'yicha qaror qabul qilish jarayonidir. Bu jarayon shaxsiy loyqlikni baholash bilan boshlanadi. Szining qiziqishingiz, va qobiliyatlaringiz sizni kasb tanlashingiz uchun asos bo'ladi hamda bu kasbni egallashda muvaffaqiyatga erishishda yana yangi qiziqishlar va qobiliyatlar shakllanadi. Siz kasb tanlashda to'g'ri qaror qabul qilishingiz ancha vaqt

davom etishi mumkin. Kelgusi yillarda, siz yangi qiziqish va qobiliyatlarni kashf etishingiz mumkinligi tufayli ba'zi maqsad va rejalariniz o'zgarishi mumkin. Kasb o'rganish – davomiy jarayon. Kasb o'rganishda yangi ko'nikmalar har doim yuzaga chiqib, rivojlanib boradi. Siz biron-bir kasbni bir kunda yoki bir hafta davomida o'rgana olmaysiz, akbatta. Siz bu jarayonni butun umr davomida davomiy ekanligini anglashingiz juda muhim. Bu jarayon siz kasbingizda muvaffaqiyatlarga erishganingizdan keyin ham davom etaveradi. Sizning birinchi qabul qilgan tanlovingiz noaniq tanlovdir, chunki agar ma'lum vaqt mobaynida boshqa kasb haqida yangi qiziqarli ma'lumotga ega bo'lib qolsangiz, siz qaroringizni o'zgartirib qolishingiz mumkin. Bunaqa vaqtinchalik qarorlar ham, umuman qaror qabul qilmagandan ko'ra ancha yaxshiroqdir. Bunaqa tanlov sizga yo'nalish tanlab olishingizga ko'mak beradi. Maktabdavridanoqbironkasbnitanlashbo'yichaboshlang'ichfikrlarhamanchafoydali jihatlarga ega. Ualr biri shuki, siz o'sha davrdanoq o'zingiz qiziqqan kasb haqida bir-muncha tayyor ma'lumotlarga ega bo'lgan bo'lasiz. Eng muhimi, ilk tanlov sizga qanaqa kurslarda tayyorgarlik ko'rib borishingizga yordam beradi. O'z yo'nalishingizga aloqador tashkilotlar bilan qiziqib, ularning faoliyatini o'rganib borishingiz sizni yanada ruhlantiradi. Tashkilotlar sizga biznes va biznesda muvaffaqiyatga erishishni o'rgatadi.

Kasb o'rgatish

Ko'pgina kasblarni muvaffaqiyatli egallash oily ta'lim bilan birga qo'shimcha ta'lim va mashg'ulotlarni ham talab qiladi. Bular quyidagicha ta'limiy tanlovlar:

- Ikki yillik maktablar, boshlang'ich maktablar, ko'plab sohalar tayyorlovlarni olib boradi.
- To'rt yillik kollej va universitetlar, ikkalasi ham davlat yoki xususiy bo'lishi mumkin.
- Xususiy biznes maktablari va boshqa institutlar ko'pgina sohalar uchun treyninglar o'tkazadi: kompyuter texnigi, sartarosh, sud reportyori, kompyuter texnigi, sartarosh yoki mexanik.

Hozirgi kunda ta'lim muassasalarida har xil turdagi moliyaviy yordamlar o'quvchi va talabalarga beriladi. Masalan, stipendiyalar, kreditlar va qo'shimcha ishlar kabi qulay imkoniyatlar beriladi. Moliyaviy yordam dasturi o'qishida muvaffaqiyatga qozongan talaba yoshlarga beriladi. Boshqalari esa moliyaviy yordamga muhtoj oila farzandlari uchun beriladigan yordamlardir. Siz qanday qilib to'g'ri karyera tanlay olganingizni bilishingiz mumkin, bilasizmi? Sizning tanlovingiz eng to'g'ri deyishga hech qanday asos yo'q. To'g'ri ketma-ket qadam bo'yicha boruvchilar yaxshi qaror qabul qiladilar.

KARYERAGA ERISHISHNI REJALASHTIRISH JARAYONI
1-qadam Shaxsiy (o'z meni bo'yicha) tahlil Qiziqish va imkoniyatlaringizni aniqlang Iqtidor va qobiliyatlaringizni bilib oling
2-qadam Ish bozori tahlili Geografik ta'sirlar Biznes va iqtisodiy moyillik
3-qadam Ariza(murojaat) jarayoni Ariza anketasi Rezume va jild xati
4-qadam Suhbat jarayoni Suhbatga tayyorgarlik Kuzatuv mashg'ulotlari
5-qadam Ishga qabul qilish Maosh va moliyaviy faktorlar Tashkiliy muhit

<p>6-qadam Karyerani rivojlantirish Muvaffaqiyatga erishish kalitini tajriba qilish Mustahkam faoliyat yuritishni rivojlantirish</p>
--

Karyera ma'lumotlari manbalari

Karyerani rejalashtirishni o'rgatuvchi turli manbalarni topish juda oson. Siz ta'lim olayotgan muassasada ham turli gazeta, jurnal, kitob va boshqa ma'lumot beruvchi manbalar bilan hamkorlikda karyera manbalari markazi bo'lishi mumkin. Ba'zi manbalarda o'z yashovchi hududingizda mavjud bo'lgan ish o'rinlari hamda karyera boshlashga qulay imkoniyatlar borligi bo'yicha to'liq maxsus ma'lumotlarni olishingiz mumkin. Bosma va ommaviy axborot manbalari. Ko'pgina gazeta va jurnallarda yuzlab ish o'rinlari, ishlarda mavjud bo'lgan qulayliklar, ta'lim va qo'shimcha tayyorlov kurslari, ishga qabul qilinish bo'yicha talablar, rivojlanish imkoniyatlari haqida keng ma'lumot va e'lonlarni ko'rishingiz mumkin. Bu manbalar online ham mavjud.

Biznesga aloqador bo'lgan maqolalar, mahalliy kompaniyalar va karyerada muvaffaqiyatga qozonish sirlari haqidagi turli qiziqarli ma'lumotlar biznes haqidagi bo'limda berilib boriladi. Bunda berilib boriladigan e'lonlar hozirgi ish bozorida qanday mahorat va ko'nikmalarga talab borligi yoritilib boriladi. Onlayn manbalar Karyerani rejalashtirish bilan yordam beruvchi websaytlar talaygina. Bu saytlar o'zining karyera imkoniyatlari, rezumelar, ta'sirli suhbat va karyerani rivojlantirish masalalari bilan bog'liq ma'lumotlari bilan qiziq.

Qo'shimcha ma'lumotlar olish uchun suhbatlar. Mavqe'ga erishish uchun juda foydali usul – bu qo'shimcha ma'lumotlar olish uchun suhbat qurishdir.

Qo'shimcha ma'lumotlar suhbatlari – ishchi bilan rejalashtirilgan muzokarabo'lib, bu ishchi sizga o'zining siz bajaradigan ish to'g'risida, tayyorgarlik qanaqa bo'lishi to'g'risida va boshqa insonlar u ish turiga bo'lgan munosabati haqidagi ma'lumotlari bilan yordam beruvchi shaxs. Bunaqa suhbatlar sizga mavqe'ga erishish uchun boriladigan yo'lning chuqur hamda uzun bayonini yoritib beradi.

Ko'pchilik ishchilar o'zlarining ish tajribalaridan kelib chiqqan holda so'zlaydilar. Shu o'rinda siz doim so'zlovchidan so'raydigan savollaringizni tayyorlab qo'ying. Ba'zi savollar quyidagicha bo'lishi mumkin:

- Siz hozirgi ishingizga qanday joylashgansiz?
- Bu ish sizni qoniqtirishigani sabab bo'lgan?
- Ishingiz qanday vazifa va faoliyatni talab etadi?
- Bu sohada ishlash uchun eng muhim sifat nima bo'lib hisoblanadi?
- Bu ish turida bo'yicha o'ylayotgan yosh insonga qanday maslahat bergan bo'lardingiz?

Suhbat davomida o'zingiz uchun yangilik sifatida kashf etgan ma'lumotlarni qisqacha yozib oling. Agar maxsus bir mavqe'ga erishish faoliyati juda qiziqtirgan bo'lsa, siz ustozingiz yoki boshqa ma'sul shaxs, o'sha korxonaning biror ishchisining qiziqishingizga ta'sir qiluvchi so'zlarini tinglash va ularga ergashish orqali ishchi soyaga aylanishingiz mumkin. Ma'lum bir ishni faoliyatini qay tarzda olib borishni o'rganishning eng samarali usuli bu ishchi soya bo'lish hisoblanadi. Biznes aloqalar. Siz o'rganayotgan soha bo'yicha ishlovchi inson bilan ularning ish faoliyati haqida suhbatlashish jarayoni hamkor shaxs bilan aloqaga kirishish (networking) deyiladi. Suhbat jarayonida sizning aloqangiz cheklanmaganligi yaxshi foydadir. Siz suhbatlashadigan har bir hamkor shaxs sizning martabangiz ko'tarilishi uchun qanday yo'l tutish lozimligini ko'rsatuvchi ehtimoldagi aloqa manbaidir. Siz ishgajoylashganingizda bu aloqalar sizni qo'llab-quvvatlovchi kuch sifatida ko'mak berishi mumkin.

O'sish ko'rsatkichi ehtimolliigi yuqori bo'lgan karyera sohalari

<p>Biznes xizmatlar: Ma'lumot tahlilchilari Menejerlar Til tarjimonlari Web maslahatchilari</p>	<p>Iqtisodiy xizmatlar: e-tijorat investitsiya maslahatchilari risk menejerlar</p>	<p>Menejment va insoniy resurslar: administratorlar intervyu oluvchi jurnalistlar nazoratchilar</p>
---	---	--

<p>Kompyuter texnologiyalari: kompyuter operatorlari texnik xizmatchilar sistema tahlilchilari web-sayt yaratuvchilari</p>	<p>Sog'liqni saqlash: soglikni saqlash adminstratorlari uy hamshiralari laboratoriya texniklari terapevtlar</p>	<p>Savdo va chakana savdo: elektronik savdo vakillari iqtisodiy xizmat vakillari tibbiyot mahsulotlari sotuvi bo'yicha menejerlar</p>
<p>Ta'lim: korporativ murabbiylar ta'lim adminstratorlari maxsus ta'lim o'qituvchilari</p>	<p>Mehmonxona va oziq-ovqat xizmatlari: mijoz xizmati namoyondalari oziq-ovqat xizmatlari menejerlari majlis(uchrashuv)larni rejalashtirib beruvchi menejerlar kurort va mehmonxona adminstratorlari</p>	<p>Ijtimoiy xizmatlar: bola sog'ligini saqlash ishchilari katta yoshlilarga 'amxo'rlik qiluvchi ishchilar oila advokatlari ijtimoiy xizmat agentliklai adminstratorlari</p>

MAVQE'(MUVAFFAQIYAT)GA ERISHISHNI REJALASHTIRISH SHAXSIY HISOB-KTOBLAR (ISHGA LOYIQ YOKI LOYIQMASLIK)

Siz hayotingiz davomida sizni qoniqtiruvchi kasb tanlaganingizga shubha qilmaysizmi? Sizning rejalarangiz avvalo o'zingizni xohishingiz, qobiliyatingiz va imkoniyatlaringizni hisobga olgan holda boshlanishi lozim. Bu uch maydon sizga eng to'g'ri tanlov qabul qilishingizga juda yaxshi yordam beradi. Shaxsiy savol-javoblardan so'ng siz sizni to'la qondiruvchi hamda omad keltiruvchi mavqe'(mansab)ga erishasiz.

Qiziqishlar. Hozirgi kunda yoshlarni savollarini qoniqtiruvchi javoblar sifatidagi ma'lumotlaryozma variantda ham online ko'rinishida ham mavjud. Sizning qiziqishlaringiz ishdagi maqsadlaringizga yetishish uchun asos bo'lib hisoblanadi.

Ijtimoiymoyilligikuchlibo'lganlarinsonlarbilanko'pmuloqotliishlarga ko'proq mos kelishi mumkin. Agarsizvoqea-hodisalarnikuzatish, tintuvqilishgaqiziqsangiz, undatervogishlari sizga to'g'ri keladi desak mubolag'a bo'lmaydi. Sizning qiziqishlaringiz qaysi sohaga to'g'ri keladi? Bilasizmi?

Imkoniyatlar

Imkoniyatlaringizni bilishingiz hamda ularni doimo hisobga olishingiz siz uchun juda muhimdir. Siz imkoniyatlaringizni bilish uchun tanlagan sohangiz ishini amalda yoki mashqlarda sinab bajarib ko'rishingizning o'zi ham yetarli. Bu qulaylik, pul, kuch, yutuq, mustaqillik(erkinlik), xavfsizlik, tegishlilik yoki boshqalarga xizmat qilish sizning unvoningizga(martabangizga) qay darajada loyiq yoi loyiqmasligini ko'rsatadi. Bularning har biri hayotiy ish jarayoningizga ta'sir qilmay qolmaydi.

Siz quyidagi ba'zi savollarga javob berish orqali o'z imkoniyatlaringiz chegarasini aniqlab olishingiz mumkin. Bular sizga nimalrni muhim deb hisoblashingizni bilishingizga yordam beradi. Namunaviy savollar:

- Ko'p pul ishlab topish men uchun muhimmi?
- Men boshqalarga xizmat qilinadigan ishlarga qiziqamanmi?
- Ish o'miga ega bo'lish boshqalarga muhim bo'lganidek men uchun muhimmi?
- Juda murakkab hamda qo'shimcha ta'limni talab etashi mumkin bo'ladigan ishni xohlaymanmi?
- Murakkab hamda kelajakda yaxshiroq qulayliklar yaratib berilishi taklif etiladigan boshqa joyga nisbatan kamroq ish haqi to'lanadigan ishni boshlashga xohishim bormi?
- Ta'lim yoki qo'shimcha kurslar uchun pul ajratishim boshqa narsalarga pul sarflashimdek muhimmi? Bularni tushunish uchun yana qo'shimcha savol: “ Agar sizga kimdir juda ko'p pul bersa, ularni nimaga sarflagan bo'lardingiz?” Ozingizning shaxsiy biznesingizni boshlagan bo'larmidingiz? Butun dunyo bo'ylab sayohat qilgan bo'larmidingiz? Nochor bolalarni qo'llab-quvvatlovchi tashkilot ochgan bo'larmidingiz? Eng zamonaviy garderoblarni sotib olgan

bo'larmidingiz? Qimmat ta'limni qoplash uchun pulingizni sarfalagan bo'larmidingiz? Sizning javoblaringiz sizning shaxsiy qadr-imkoniyatlaringizni ko'rsatib beradi.

Iqtidor va qobiliyatlar. Har bir inson qandaydir iqtidor va qobiliyatlarga ega. Iqtidor bu tug'ma, tabiiy hisoblanib, aniq bo'lgan nimalarnidir bajarishga moyillikdir. "Tabiatan iqtidorli" deyilish sababi shundan. Qobiliyat bu aqliy yoki jismoniy vazifani bajara olishga qodir bo'lish sifati bilan baholanadi. Bularni hisobga olish mavqe'ga erishishingizni rejalashtirishda muhim.

Siz qobiliyatlaringizni turli xil yo'llar bilan aniqlab olish imkoniyatiga egasiz. Maktabda fanlardan olgan baholaringiz hamda qatnashgan qo'shimcha to'garaklaringiz ko'rsatkichlarini bir eslang. Qanday qo'shimcha to'garaklarga borgansiz? Qay biridan zo'r o'zlashtirgansiz? Qay birlari oson, qay birlari qiyin bo'lib hisoblangan? Eng sevimli fanlaringiz qaysilar edi? Bu savollarga javoblaringiz sizning iqtidor va qobiliyatlaringizni bilib olishga imkon beradi. Qobiliyatlar rivojlantirilishi mumkin va buni yodda saqlash kerak. Agar qaysidir sohada no'noqroq bo'lsangiz, o'sha sohadagi bilimlaringizni kuchaytirishga yordam beruvchi to'garaklarga qatnashni xohlashingiz mumkin. Misol uchun, ko'p ishchilar yozish, o'qish va kompyuterda ishlashni bilish juda muhimligini ko'p bora ta'kidlashadi. Agar siz hisobot tayyorlashni yaxshi bilmasangiz, Ingliz tili yoki Biznesni Boshqarish bo'yicha qo'shimcha to'garaklarga qatnang. Agar o'qish qiyin bo'lsa o'sha bo'yicha yordam oling. Bo'laklar yoki o'nli kasrlar bilan ishlash qiyin bo'lsa, matematika darslarini o'rganib chiqish yaxshi foyda beradi deyish mumkin. O'z ishingizni to'liq boshlashdan avval o'sha ish sohasi bo'yicha zaif tomonlaringizni kuchaytirib olishga harakat qiling. Tanlagan sohangiz ishida o'sish uchun kerakli bo'lgan mashg'ulot hamda to'garaklarni rejalashtirib oling.

Ish malakasi. Ba'ziodamlar o'zlariga yil davomida o'zlariga qo'shimcha mavqe'(muvaffaqiyat)ga erishish mahoratlariga ega bo'ladi. Jamoaviy ishlarda faolligingiz, ish jarayonidagi tajribalaringiz uchun asos bo'ladi. Kasbingiz talab etadigan qobiliyatlarni 4 xil asosiy yo'llar bilan boyitishingiz mumkin: sohangiz bo'yicha mahorat darslari, yarim vstavka ish jarayoni, volantlyorlik va maktab mashg'ulotlari.

Ish topish uchun manbalar

Ish qidiruvchilar uchun o'zlariga mos ish o'rnini topish muammosi har doim mavjud. Bu muammoni hal qilishda ommaviylashgan bir-nechta manbalar mavjud. Bo'sh ish o'rinlarini topish muvaffaqiyatga erishish kalitini topish bilan barobar.

Ommaviy axborot. Ommaviy axborotda berilib boriladigan mavqe'(muvaffaqiyat)ga erishishni rejalashtirish ma'lumotlari qatorida bo'sh ish o'rinlari ham berilib boriladi. Bunda ishchilarning kerakli biridagi e'lonlar boshlang'ich nuqtada; lib hisoblanishi mumkin. Gazetalar va ularning web-saytlarida yangi ish o'rinlarini qidiruv tizimlari ham mavjud. Lekin shuni bilinki, jamiyat hayoti uchun eng muhim bo'lgan ba'zi sohalaridagi bo'sh ish o'rinlari ommaga e'lon qilinishi ta'qiqlanadi.

Shaxsiy aloqalar

Siz ish qidirib yurganligingizni ko'pchilik bilgani ma'qul. Bunda sizga ta'lim muassasangizdagi maslahatchilar yoki biznes o'qituvchilaringiz ham yordam berishlari mumkin. Agar o'qishingizda ish bilan ta'minlab berishi dorasi mavjud bo'lsa, o'sha idoraga ham a'zo bo'lib qo'ying. Qarindoshlaringiz, do'stlaringiz, qo'shnilaringiz va boshqalar ham ish topishingizda kerakli manba bo'lishlari mumkin.

Biznes aloqalar. Siz o'z sohangizdagi biznesmenlarga uchrashib, ulardan yangi ish o'rinlari qachon ochilishi haqida so'raganingiz ma'qul. Ba'zi korxonalar va h.k.lar o'z derazalariga yangi ish o'rinlari haqida e'lonlar ilib qo'yishlari mumkin. Ba'zi restoranga o'xshash joylarda davomiy ravishda ishga arizalar topshirilib borilishi mumkin. Kiosklarda ham siz online tarzda ish o'rinlariga arizalar berishingiz mumkin. Ish qidirish jarayonida siz atrof-muhit bilan yaqindan tanishib borasiz. Deyilmoqchikim, ish jarayonidagi har xil vaziyatlar hamda ishchilar bilan tanishasiz. O'zingiz uchun kerakli shaxslar bilan aloqa o'rnatishingiz ham osonlashishi mumkin. Bo'sh ish o'rinlari e'lon qililmaydigan tashkilotlarning nomlarini qidirishda web-saytlar yoki biznes boshliqlari orqali bilib olishingiz mumkin. Bu korxonalar yoki tashkilotlar bilan aloqa o'rnatishingiz sizning kelajakdagi muvaffaqiyatlaringizning qo'lga kiritilishida yaxshi natija berishi mumkin.

Soha ko'rgazmalari

Barchaga ma'lumki, ko'pgina ta'lim muassasalari hamda jamoat markazlarida har xil sohalarga oid ko'rgazmalar o'tkazilib boriladi. Bu ko'rgazmalarda siz tashkilot yoki korxon vakillari bilan bo'lgan muloqotingizda qisqa vaqt ichida o'zingizni qiziqtirgan savollarga javob olishingiz hamda o'z iqtidoringizni namoyon etib ularning tashkilot yoki korxonlariga ishga taklif etilishinguz mumkin. Shuning uchun, suhbat jarayonida o'sha tashkilot yoki korxon haqida bir qancha ma'lumotlarga ega ekanligingizni ko'rsatishingiz sizga boshqalardan ajralib turishingizda ko'mak beradi.

Ish bilan ta'minlash bo'yicha hukumat tashkilotlari

Bo'sh ish o'rinlarini topishda yana bir manba bo'lib mahalliy hamda davlat ish bilan ta'minlash tashkilotlari hisoblanadi. Bu tashkilotlar sizning malakali mutaxassislar bilan birga ish faoliyatini o'rganishingizga hamda ish o'rinlarini topishingizda sizni qo'llab – quvvatlaydi.

Bu tashkilotlar sohangizga oid ish bozori haqida eng so'nggi ma'lumotlarni berishi mumkin. Ular sizga to'liq, yarim vstavkali yoki faqat yoz fasli uchun ish topishingiz uchun yordam berishlari mumkin.

Ish qidirishda turli manbalarga tayaning. Ish o'rinlari va ish qidirish strategiyalari haqida qanchalik ko'p insonlar bilan suhbatlashsangiz, shuncha ijobiy natijalar ko'rinadi. Sizni kuchli hamda malakali ishchi sifatida ko'rishlari uchun bu juda muhim.

Ishga murojaat . Ariza topshirish jarayoni

Ariza topshirish jarayoni bir-necha xil yo'llar bilan boshlanishi mumkin. Siz ishchi orqali yetkazib beriladigan ariza shaklini to'ldirib berishingiz mumkin. Arizalar bosma(qog'oz) shaklida bo'lishi mumkin, yoki online arizalar ham odat tusiga kirgan. Siz rezumelarizgizni to'plab, uni konvertga solib topshirishingiz ham mumkin. Bu hujjatlarni ishga qabul qiluvchi tashkilot yoki korxonae-maili yoki web-saytiga jo'natishingiz mumkin.

Shaxsiy ma'lumotlar varag'i

Ariza anketasini to'ldirishdan avval, shaxsiy ma'lumotlar varag'ingizni tayyorlashingiz kerak. Shaxsiy ma'lumotlar varag'I bu sizning kasbingizga aloqador bo'lgan ma'lumotlaringiz yig'indisidir. Bu sizning ta'lim ma'lumotingiz va ish faoliyatingiz haqidagi ro'yxat hamda tavsifnomangizdir. Bu ma'lumotlar siz ariza to'ldirishingiz uchun barcha kerakli hujjatlaringiz borligini ta'minlab beradi.

Ariza anketasi. Ishga oluvchi shaxs har doim ishga da'vogar shaxslardan ariza anketasini to'ldirishni so'raydi. Ariza anketasi bu ish faoliyati bilan bog'liq bo'lgan ma'lumotlar so'rovnomasidir. Ariza anketasi ish beruvchiga har bir ishga da'vogar shaxslarning ish faoliyatiga bog'liq bo'lgan standart ma'lumotlarni beradi. Anketada ism-sharifingiz, adresingiz, ma'lumotingiz, ish tajribangiz, siz da'vogarlik qilayotgan ish turi va tavsifnomangiz kabi so'rovlar beriladi. Anketani to'ldirishda ko'rsatilgan yo'nalishga alohida ahamiyat qarating. Agar anketaning qog'oz variantiga yozayotgan bo'lsangiz har bir so'zlaringiz tartib bilan chiroyli yozilishiga e'tibor qarating. Agar online versiyada to'ldirayotgan bo'lsangiz, harflarni diqqat bilan tering. Barcha savollarga to'liq va lo'nda javob bering. *9-3 rasmda online anketa turi namuna sifatida ko'rsatilgan.

Rezume. Rezume – bu ishga oluvchi shaxsga siz haqigizdagi ma'lumotlarni yetkazuvchi ma'lumotnomadir. Rezumelarning amaliyotga asoslangan va malakaga asoslangan ikki turi keng yoyilgan turlaridan. Tajribaga asoslangan rezumeda, tajribalaringiz odatda ish faoliyatingiz tarixi ketma-ketligi asosida ro'yxat qilib beriladi. Malakaga asoslangan rezumeda esa siz joylashmoqchi bo'lgan ishga mos bo'lgan qobiliyatlaringiz hamda tajribalaringizga alohida e'tibor qaratiladi. * 9-4 rasmda namunaviy rezume shakli ko'rsatilgan. Rezume quyidagicha bo'limlarni o'z ichiga oladi:

- Shaxsiy ma'lumotlar: Ism-sharif, adres, telefon raqam, e-mail
- Kar'yeradan maqsad: sizning aniq yo'naltirilgan ish faoliyatigizdagi maqsadingiz
- Ta'lim: ta'lim olgan muassasalar nomi, ta'lim yo'nalishlari, muddati va darajasi bilan birga
- Tajribalari: ish faoliyatlari va volantyorlik mashg'ulotlari sanalari va javobgarliklari bilan birga
- Karyera sohasiga oid olgan faxriy yorliqlari va h.k. : yutuqlari, ta'lim jarayonidagi va jamoaviy ishlardagi faolliklari

Tayyor rezumengiz professional tarzda – toza, tartibli va xatolarsiz ekanligiga ishonch hosil qilishingiz muhimdir. Rezumengizni bir betga mo'ljallang. Siz ish bajarish mahoratingizni qo'llagan holatda kompaniya ehtiyojlariga qanchalik hissa qo'sha olishingiz mumkinligini ta'kidlash uchun shunaqa formatdan foydalaning.

Rezumelarga odatda tezgina ko'z yugurtirilib chiqilishini yodda saqlang. Ba'zi kompaniyalar hatto kalit so'zlarni qidirib topib ajratib beruvchi skanerlardan foydalanaishadi. Ish talabiga muvofiq holda o'z tajribalarngizni bog'lang. Masalan, Yapon tilida nutqi ravon, Adobe Illustratorda malakali, Cisco network sertifikati, tadqiqotchilik qobiliyati, jamoaviy proyektlar, boshchilik qobiliyati, xorijiy ta'lim va xalqaro tajriba.

Siz nimalarga erishganligingizni tasvirlashda holat so'zlaridan foydalaning. Namuna sifatida 9-5 rasmda keltirilgan so'zlar ro'yxatini ko'rib chiqing.

Rezumengizni tayyorlash jarayonida, o'z sifatlarngiz haqida haqiqiy ma'lumotlarni keltiring. Sizni ishga oluvchilar yozilgan ma'lumotlarni tekshirishini unutmang. Yolg'on ma'lumotlar bersangiz, ishingizdan ajralib qolasiz. Yolg'on ma'lumotlarsiz ishga yollanganingizdan so'ng fosh bo'ladi hamda siz ishingizda uzoq vaqt kelishmovchilik va muammolarga duch kelasiz.

Odatdatsifnomalarrezumegakiritilmaydi. Bu ma'lumotlar ishga qabul qiluvchi so'ragan taqdirda uning qo'lga beriladi. Sizning xarakteringiz, ma'lumotingiz va ishga layoqatlaringiz haqida intervyu bera oluvchi odamlar ro'yxatini tuzib qo'ying. Bular sizning ustozlaringiz, avval ishlagan joyingizdagi boshlig'ingiz, hamkasblaringiz bo'lishi mumkin. Bu shaxslar siz haqingizda tavsifnoma bera olishlariga ishonch hosil qilib qo'yganingiz ma'qul.

Karyera portfoliosi. Ko'ginaishgadavogarshaxslarkaryeraportfoliosinitayyorlabqo'yishadi. Karyeraportfoliosizningqobiliyatvamahoratingizhaqidagiisbotsifatidako'zko'rarnarsalarngizni namoyon etadi. Bu quyidagilarni o'z ichiga olishi mumkin:

- Resume, muqova(jildi) va odatda intervyuda beriladigan savollarga javoblar
- Bayonnoma, prezentatsiyalar va projektlarning tadqiqot ishlanmalari
- O'zi yaratgan websayt dizaynlari va mahoratli ishlari
- Maqolalar yoki qatnashgan konferensiyalardagi ko'nikmalar
- Tavsifnoma xatlari

Karyera portfolio ishga oluvchilar uchun sizning qobiliyat va iqtidoringizni haqiqatda reallikda ko'rish imkoniyatini beradi. Qolaversa, bu sizning tashabbuskorligingiz hamda misli ko'rilmagan qirralaringizni ko'rsatishingizga yordam beradi.

Anketa jildi

Anketa jildi sifatidagi xat maxsus ish bo'yicha sizning qiziqishingizni namoyish etadi. Masalan, siz buni intervyu olishdan maqsad nima ekanligini ko'rsatuvchi xat deb biling. Shunaqa barcha xatlar singari, bu ham uni o'quvchida katta qiziqish va e'tibor uyg'otsin. Bu xat siz bilan uchrashish uchun ishtiyiq uyg'otsin, sizni suhbatga chaqirish uchun ilhom bag'ishlasin. Xat boadab, tartibli va mazmunli yozilgan bo'lishi kerak.

Kirish qism

Xatning boshlanishiyoq o'quvchining e'tiborini torta olishi kerak. Yana xatda murojaatingiz sababini aniq yoritng. Siz qiziqadigan ish yoki kasb turiga urg'u bering. Tajriba va malakalaringiz haqida qisqacha ma'lumot berib o'ting. Joiz bo'lsa, sizning shu tashkilotga taklif etgan shaxsning ismini ham ta'kidlab o'ting.

Rivojlanishingiz

Bubolimsizniishga qabul qilish uchun baholashda ahamiyatli. Shuning uchun, siz bunda ma'lumotingiz hamda tajribalaringizni yoritishingiz kerak. Qo'shimcha ma'lumotlarni ko'rib chiqish uchun o'quvchi fikrini rezumega yo'naltiring. Shu o'rinda, o'z tajriba va tayyorgarliklaringizni bir xulosaga jamlang. Tashkiliy ishlar uchun ham mahorat va ma'lumotingiz borligini ham kiritng.

So'nggi qismda bilim va ko'nikmalaringizni birma-bir muhokama qilish uchun imkoniyat berishlarini so'rang. Boshqacha qilib aytganda, suhbatga taklif etilishingizni iltimos qiling! Kontakt ma'lumotlaringizni, telefon raqamingiz va e-mail adreslaringizni ham kiritng. Barcha ma'lumotlar to'g'ri ekanligiga ishonch hosil qiling. Tashkilotga qanday ijobiy foyda bera olishingizni xulosalab, xatni tugallang.

Aniq nishonga ko'zlangan xat

So'nggi yillarda, ba'zi ishchilar rezume va jild xatining o'rniga aniq nishonga ko'zlangan xatni tayyorlashayapti. Bu siz tashkilot ehtiyoji uchun kerakli ekanligingizni asoslovchi qobiliyatlaringiz haqida yozilgan qisqacha xulosadir. Bu xat sizning eng ustuvor qobiliyat va mahoratlaringiz ro'yxatini o'z ichiga oladi. Sizning eng asosiy maqsadingiz, sizni suhbatga chaqirishlari uchun asos bo'ladigan yutuq va mahoratlaringizni ko'tarib ko'rsatish.

onlayn anketa to'ldirish jarayoni

Ko'pchilik insonlar o'z karyeralarini yuritishda internet, ommaviy axborot vositalari, mobil ilovalardan foydalanishadi. Hozirgi kunda onlayn ishga murojaat hamda onlayn suhbat imkoniyatlari mavjud.

Onlayn ariza

Ko'pgina tashkilotlarda onlayn murojaat qilish imkoniyati mavjud. Qo'shimcha sifatida mumkin bo'lgan ish o'rniga mos kelish bo'yicha avvalgi savol-javob, muzokaralarni ko'rib chiqishingiz mumkin bo'ladi. E-mail yoki online rezumengizni jo'natayotganingizda quyidagilarga e'tibor qarating:

- Oddiy formatdan foydalaning. Qiya, tag chiziqli, burama va tablarda yiroq bo'ling.
- Ochish qiyin bo'lgan fayllardan foydalanmang.

Rezume namunalari turli websaytlarda joylashtirilgan bo'ladi. Ular kerakli malaka va ko'nikmalarga ega bo'lgan nomzodlarni aniqlash uchun kalit so'zlar orqali rezumelarini skaner qilishadi. Malakali kasb egasi ekanligingizni ko'rsatuvchi so'zlar va iboralar kompaniya va kasbga bog'liq ravishda bir-biridan farq qiladi. Masalan, ba'zi kompaniyalar lider(yetakchi), jamoakabi so'zlarga, boshqalari esa ma'lumotlar bazasi, katta formatli jadval kabi so'zlarga e'tibor berishadi.

Onlayn suhbat

Ko'pchilik tashkilotlar video konferensiyalar orqali suhbat jarayonlarini o'tkazishadi. Ba'zilar esa suhbat jarayonida beriladigan savollar bo'yicha videolarini junatishlarini so'raydi. Bunaqa "e-suhbat"lar quyidagicha savollarni o'z ichida jamlashi mumkin: " Ishda aniq bir tuzilishda ishlaysizmi yoki moslashib ketaverasizmi? " va " Qiyin muammolarni yechish uchun qanday yo'l tutasiz? "

Onlayn suhbatlar ishga bog'liq faoliyatda insonning qobiliyatlarini sinash uchun ham foydalanishi mumkin. Masalan, ariza beruvchi shaxsdan bank yoki chakana savdo amaldorlari vazifasiga qo'yilgandek javob qaytarishlari so'ralishi mumkin.

4 ISHGA JOYLASHISH SUBHAT JARAYONI

" Bizsizbilanyuzma-yuzuchrashmoqchimiz. " Bu rezume yoki arizangizni topshirgandan keyingi maqsadingiz. Suhbat 2 tomonlama bo'lib, unda siz bulan suhbatlashuvchi siz haqingizda, siz esa kompaniya, ish funksiyalari haqida batafsil ma'lumotga ega bo'lasiz.

Suhbatdan avval Suhbatdan oldin siz ish da'vogarlik qilayotgan ishning vazifalari hamda ishni rivojlantirishda nimalar qilinishi mumkinligi haqida ko'proq ma'lumotlar to'plang. Suhbat davomida so'ramoqchi bo'lgan savollaringizni ham tayyorlab qo'ying. Ular quyidagicha bo'lishi mumkin:

- Ishchilarga tayyorgarlik uchun qanday shart-sharoitlar mavjud?
- Kompaniyangizdagi ko'p muvaffaqiyatga erishgan malakali mutaxassislarining qanday sifatlari mavjud?
- Kelasi bir necha yil uchun kompaniyangiz qanday yangi qulayliklarni yaratishni rejalashtirgan?

Suhbatdanmuvaffaqiyatliotishuchun suhbatni ko'proq tajriba qilish lozim. Nutqingiz qanchalik ravon va osoyishta ekanligini bilish uchun ovozingizni tasmaga yozib oling va eshitib ko'ring. Sizdan so'ralishi mumkin bo'lgan savollarga mazmunli, chiroyli javoblarni o'ylab qo'ying. Do'stingizdan suhbatlashish mahoratlarini sinab ko'rishni so'rang. Fikrlaringizni bir maromda rejalashtirib olishni mashq qiling. Ravon hamda hayajonsiz gapiring.Eng muhimi, ishtiyoq bilan suhbatga kirishing.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати
Асосий адабиётлар:

- 1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p.
- 2.Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

8. Қўшимча адабиётлар

37. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
38. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
39. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
40. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz
www.gov.uz
www.lex.uz

11-Mavzu: Xodimlar rag'batlantirish

Reja:

1. Rag'batlantirish asoslari

2. Qanday qilib firmalar ishdan qoniqishi va motivatsiyani ta'minlab beradilar?

Ruscha-o'zbekcha lug'atda motivatsiya tushunchasi biror ish yoki harakatning yuzaga kelishiga sababchi bo'lgan motivlar, dalillar, isbotlar, bahonalar, vajlar yoki sabablar majmui ma'nosida talqin etiladi.³ Bu tushuncha bevosita inson omili bilan chambarchas bog'liqdir. Shu nuqtai nazardan:

Motivlashtirish – bu ruhiy omil bo'lib, shaxs faolligining manbai, sababi, dalili va har xil turli ehtimollar. U xodimlarni jonli mehnat faoliyatiga rag'batlantiruvchi kuchli vositadir.

Boshqacha qilib aytganda, motivlashtirish - bu kishilar faoliyatini ruhiy yo'llar bilan maqsadga muvofiq yo'naltirish. U muayyan ehtiyojni qondirish bilan bog'liq. Ehtiyoj esa sabablarda namoyon bo'ladi. Inson tirik jon sifatida ovqat yeyish, uxlash, dam olib o'z kuchini tiklash, o'zini issiq-sovuqdan asrash ehtiyojlariga ega. Mazkur ehtiyojlar moddiy, ya'ni kiyim-kechak, oziq-ovqat, turur joy va boshqalar shaklida ifoda etiladi. Insonning moddiy ehtiyojlari bilan birga sotsial-ijtimoiy ehtiyojlari ham borki, bularga bilim olish, madaniy saviyani oshirish, malaka, mahoratga ega bo'lish va sog'lom hayot kechirib, uzoq umr ko'rish kiradi. Aytgan ehtiyojlar moddiy shaklga ega bo'lmagan har xil xizmatlar ko'rsatish orqali qondiriladi. Umuman:

Ehtiyoj odamlarni harakatga intiltiruvchi, qo'zg'atuvchi motivdir. Ehtiyoj qat'iyon tabaqalashgan bo'ladi. Ya'ni u kishilarning odati, didi va ruhiyatiga, yoshi va jinsiga, oilaviy ahvoli va millatiga, mehnat va yashash sharoitlariga ham bog'liq. Masalan, maktab o'quvchisi bilan olimning, yosh yigit bilan pensioner cholning, dehqon bilan shaxtyorning ehtiyoji bir xil emas. Hatto kishilarning jismoniy tuzilishi ham ehtiyojlarda farqlarni hosil qiladi. Aytaylik, gavdasi yirik, devqomat kishining ehtiyoji bilan jussasi kichik kishining ehtiyoji bir xil emas. Ko'rinib turibdiki, motivatsiya jarayoni qandaydir (bilib yoki bilmay orzu qilinayotgan) ehtiyojga bo'lgan yetishmovchilikdan yoki qoniqishning yetarli yoxud umuman yo'qligidan boshlanadi. So'ngra shu qoniqishga erishish uchun maqsad sari harakat qilinadi. Ehtiyojning qondirilish darajasi kishini kelajak sari intilishini belgilab beradi. Agar u muayyan narsadan qoniqish hosil qilsa, u holda keyingi motiv uni boshqa yuqoriroq ehtiyojga rag'batlantiradi.

Ehtiyoj cheksiz va turli-tumandir. Uni quyidagi belgilar bo'yicha guruhlash mumkin. (1-jadval).

1-jadval

Ehtiyojlar va ularning turlari

T/r	Ehtiyojni guruhlash belgilari	Ehtiyojlar turlari
1.	Ahamiyatiga qarab	a) birlamchi (quyi) ehtiyojlar → fiziologik ehtiyojlar, ya'ni: <ul style="list-style-type: none">• oziq-ovqat• kiyim-kechak• uy-joylarga bo'lgan ehtiyojlar• xavfsizlikka va sotsial himoyaga bo'lgan ehtiyojlar b) yuqori darajadagi ehtiyojlar → sotsial ehtiyojlar, ya'ni: <ul style="list-style-type: none">• hurmatga• muhabbatga• e'tiqodga va hokazolarga bo'lgan ehtiyojlar → ma'rifat va ma'naviyatga bo'lgan ehtiyojlar → o'zlikni anglashga bo'lgan ehtiyojlar

³ Русча-ўзбекча луғат. Т., “ЎзФА нашриёти”, 1953, 111-бет.

2.	Tabaqalanishiga qarab	<ul style="list-style-type: none"> • millati • tarixi • geografik joylanishi • jinsi va yoshi • sotsial mavqesi bo'yicha ehtiyojlar
3.	Tarixiyligiga qarab	<ul style="list-style-type: none"> • o'gkinchi • hozirga • bo'lg'usi ehtiyojlar
4.	Qoniqish darajasiga qarab	<ul style="list-style-type: none"> • to'la qoniqtirgan • qisman qoniqtirgan • umuman qoniqtirmagan ehtiyojlar
5.	Tarqalish darajasiga qarab	<ul style="list-style-type: none"> • geografik: umumiy, regional • sotsial: daromad bo'yicha tabaqalanish, umumiy, sotsial guruh
6.	Shakllanishiga	<ul style="list-style-type: none"> • asosiy • ikkilamchi • *egri, bilvosita ehtiyojlar
7.	Qaytalanishiga qarab	<ul style="list-style-type: none"> • bir martalik bo'lgan • vaqt-vaqti bilan, davriy, takrorlanib turadigan • doimiy bo'lgan ehtiyojlar
8.	Qo'llanilishiga qarab	<ul style="list-style-type: none"> • faqat bir soha • bir necha soha • barcha sohaga zarur bo'lgan ehtiyojlar
9.	Jamiyatning munosabatiga qarab	<ul style="list-style-type: none"> • salbiy • neytral, turg'un • ijobiy ehtiyojlar
10.	Iste'mol qilish usuliga qarab	<ul style="list-style-type: none"> • yakka • guruh • ijtimoiy iste'molga mo'ljallangan ehtiyojlar
11.	Yoshi va daromad darajasiga qarab	<ul style="list-style-type: none"> • elastikligi bo'sh bo'lgan ehtiyojlar • elastikligi yuqori bo'lgan ehtiyojlar (yuqori darajadagi ehtiyojlar)

Alohida shaxs va jamiyat nuqtai nazaridan ehtiyojlarni quyidagicha guruhlash mumkin (2-jadval).

2-jadval

Ehtiyojlar ro'yxati

T/r	Shaxs uchun	T/r	Jamiyat uchun
1.	Asosiy ehtiyojlar: <ul style="list-style-type: none"> • oziq-ovqat, kiyim-kechak va uy-joyga • dam olish va sog'liqqa 	1.	Asosiy ehtiyojlar: <ul style="list-style-type: none"> • mehnatga • xavfsizlikka • qo'shimcha mahsulotga • boshqarishga

<p>2. Ijtimoiy ehtiyojlar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ijodiy mehnatga • oila va muhabbatga • bilim va axborotga • toat-ibodatga, jasoratga • zurriyotni davom ettirishga • tartib va barqarorlikka • bo'sh vaqt va dam olishga • o'zlikni anglashga 	<p>2. Ijtimoiy ehtiyojlar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • barqarorlikka • ishonchga • mustaqil taraqqiyotga
<p>3. Rag'bat va talablar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • moddiy • sotsial • estetik 	<p>3. Rag'bat va talablar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zamonaviy ishlab chiqarishga • ma'naviy-ma'rifiy taraqqiyotga • rahm-shafqatga

Jahon amaliyotida motivatsiya vositasida unumli mehnatga chorlashning turli nazariyalari mavjud. Bular jumlasiga:

- “X” (*iks*) va “Y” (*igrik*) nazariyasi;
- *kutish nazariyasi*;
- *boisiy (gigienik) tozalanish nazariyasi*;
- *adolatlilik (haqqoniylik) nazariyasi*;
- *ehtiyojlar ustunligi nazariyasi*.

Ehtiyojlar ustunligi nazariyasi negizida kishilar ehtiyojlarida kiziqishlari orqali ularning mehnatlarini motivlashtirish yotadi.

Bu yerda,

1 - rahbar bo'ysunuvchilarga ehtiyoj va qiziqishlarni chetlab ta'sir ko'rsatadi (bu yerda qarorlarning bajarilishi hech kimni qiziqitirmaydi);

2 - qo'l ostidagilarga faqat rahbarning ehtiyoji va qiziqishini inobatga olingan holda ta'sir o'gkaziladi (bu yerda qarorlarning bajarilishi faqat rahbarning manfaatini ko'zlaydi);

3 - boshqarish o'zaro ta'sir ostida amalga oshiriladi. Bu yerda qarorning bajarilishiga har ikkala tomon manfaatdor;

4 - ta'sir qilish faqat bo'ysunuvchilarning ehtiyoji va qiziqishiga asoslanadi.

1, 2 va 4-yondoshuvlar rahbar bilan xodimlar o'rtasida **qarshi harakat**ga olib keladi. Natijada, rahbar va jamoa, rahbar va ayrim xodimlar ehtiyojlari o'rtasida nomuvofiqlikning paydo bo'lishiga sabab bo'ladi. Shu sababli rahbar motivlashtirishni faqat ehtiyoj va qiziqishlar yordamida amalga oshirishi lozim.

Ehtiyojlar ustunligi nazariyasi ham rahbarlardan boshqarishni faqat ehtiyoj va qiziqishlar vositasida, ya'ni 3-yondoshuv orqali amalga oshirishni talab qiladi. Chunki boshqa (1, 2 va 4) yondoshuvlar qarshi harakat bo'lib, xodimlar va jamoa bilan rahbariyat o'rtasida ixtiloflarga olib kelishi mumkin.

Motivlashtirish nazariyasiga asoslanib, uning turli modellari ishlab chiqilgan va amaliyotda qo'llanib kelinmoqda. Ularning asosiylari quyidagilardir:

- *oqilona (ratsional) model*;
- *insoniy munosabatlarni motivlashtirish modeli*;
- *kompleks motivlashtirish modeli*.

Bu yerda kishilarni motivlashtirish uchun moliyaviy dastak mukofot va jazo qo'llaniladi. Bu “shirin kulcha” va “qamchi” taktikasidir. Ba'zi hollarda bunday yondoshish to'g'ri bo'lar, ammo uning samarasi juda qisqa bo'ladi. Boshqa hollarda esa u kishilar o'rtasidagi munosabatga putur yetkazib uzoq muddatga zarar yetkazishi mumkin.

Bu modelning muallifi amerikalik ruhshunos Emerson Mayo bo'lib, uning negizida quyidagi g'oya yotadi.

Ichki omillar: shuhrat topish, ijroni yaxshilash va sotsial ehtiyojlarni qondirish ishdan qoniqishga olib keladi. Ishdan qoniqish esa mehnat unumdorligini oshiradi. Bunday yondoshuv eng muhim tashqi omilni, ya'ni ish haqini inobatga olmaydi. Go'yoki “mamnun (ehtiyoji

qondirilgan) kishi bu unumli (samarali ishlaydigan) kishi” emish. Bunday o‘ylash, albatta, noto‘g‘ri va soddaliqdir.

Bu model **Maslou** va **Xesberg** yondoshuvlariga asoslangan bo‘lib, uzoq muddatli motivatsiyani ta‘minlovchi omillar sifatida nafaqat ichki omillar, shuningdek, tashqi omillar ham muhim deb qaraladi.

2.2. Qanday qilib firmalar ishdan qoniqishi va motivatsiyani ta‘minlab beradilar?

Motivlashtirish strategiyasini tanlashda uchta yondoshuv mavjud:

1. Rag‘batlantirish va jazo strategiyasi: ya‘ni, kishilar mukofot olish uchun ishlaydilar:

- *kim ko‘p va yaxshi ishlasa, unga yaxshi haq to‘lanadi;*
- *kim undan ko‘p ishlasa, shunchalik ko‘p haq to‘lanadi;*
- *kim sifatsiz ishlasa, u jazolanadi.*

2. Ish orqali motivlashtirish: xodimga uni qoniqtiradigan ishni bersangiz bas, ijro etish sifati yuqori bo‘ladi.

3. Menejerlar bilan doimiy aloqada bo‘lish strategiyasi: bo‘ysunuvchilar bilan birga maqsadni aniqlab olish, unga **ijobiy aks aloqaga** imkon berish, hattoki u to‘g‘ri yoki noto‘g‘ri, yohud yanglishgan hollarda ham. Bu motivlashtirish modeli rahbar bilan xodim o‘rtasidagi munosabatni tahlil qilish va unga ustuvorlik berishga asoslanadi.

Motivlashtirishning quyidagi usullari qo‘llaniladi:

- *pulni rag‘batlantirish va mukofotlash sifatida ishlatish;*
- *jazolash;*
- *raqobatni kuchaytirish;*
- *ish orqali motivlashtirish;*
- *yutuqni tan olish va taqdirlash;*
- *xodimlarni o‘qitish va yuksaltirish;*
- *salbiy ta‘sirni cheklash va meyorlash;*
- *guruh mehnatini mukofotlash va rag‘batlantirish;*
- *xodimlarni boshqarish ishlariga jalb etish va h.k.*

Amerikalik ruhshunos Abraxam Maslou XX asrning 40-yillarida o‘zining ehtiyojlar ustunligi nazariyasini yaratib, kishilar o‘z motivlari jarayonida ehtiyoj va qiziqishning 5 turiga tayanadilar dedi. Birinchi o‘rindagi ehtiyojlar - bu bazis ehtiyojlar, ya‘ni yashashni ta‘minlash uchun zarur bo‘lgan ehtiyojlar. A. Maslouning fikricha, inson, eng avvalo ana shu bazis ehtiyojlarini qondirish uchun ishlaydi. Bazis ehtiyojlar, ya‘ni oziq-ovqatga, kiyim-kechakka, uy-joyga, uyquga bo‘lgan ehtiyoj qondirilsa, boshqa darajadaga ehtiyojlar ham asta-sekin ahamiyat kasb etib boradi. Masalan, xavfsizlikka, ya‘ni tinchlik, tartib, himoyaga bo‘lgan ehtiyoj ham birlamchi bosqichdagi ehtiyojning yangi darajasidagi zaruriyatdir. Biron ijtimoiy guruhda bo‘lish, boshqa kishilar bilan aloqaga kirishish ehtiyoji ierarxiyaning uchinchi bo‘g‘iniga kiradi. Bu guruhdagi ehtiyojlarni sotsial ehtiyojlar deb ham yuritiladi. Hurmatga bo‘lgan ehtiyoj ehtiyojlar piramidasining to‘rtinchi bo‘g‘inini tashkil qiladi. Bu ehtiyojlar kishining boshqalar tomonidan tan olinishiga bo‘lgan ehtiyoj, ya‘ni mavqe, nufuz, shon-shuhrat, muvaffaqiyat, diqqat-e‘tibor. O‘zligini isbotlash ehtiyoji, ya‘ni Maslou ierarxiyasidagi eng yuqori daraja yashirin imkoniyatlarning haqiqatga aylanishi, nimaga erishish mumkin bo‘lsa, shunga erishish. Bu ehtiyojlar shaxsning o‘ssishida o‘z aksini topadi. A. Maslou, odamlar - bu qonmagan ehtiyojlarini qondirishga intiluvchi “ochko‘z maxluq”lar, degan edi.

Birlamchi ehtiyojlar qondirilgach, boshqa zaruriyatlarni kishilarni yuqori darajadagi ehtiyojlarga qarab harakat qilishga majbur qiladi. Ho‘sh, bu ehtiyojlarni qondirish uchun rahbar qanday usul va yondoshuvlarni qo‘llashi kerak. Shularning ayrimlarini quyidagi jadvalda keltiramiz (3-jadval). Bu ehtiyojlarni hech qachon to‘la-to‘kis qondirish imkoniyati bo‘lmaydi. Shu sababli ehtiyojlarga asoslangan motivatsiya jarayoni cheksizdir.

Frederik Gersbergning motivatsiya nazariyasi boisiy tozalanish (motivatsionnaya gigiena) deb yuritilib, uning asosida qoniqish keltiruvchi mehnat ruhiy sog‘lom bo‘lishga ham hamkorlik ko‘rsatadi, degan fikr yotadi. U quyidagi ikki guruh omillarga e‘tiborni qaratadi

Yuqori darajadagi ehtiyojlarni qondirish usullari

T/r	Ehtiyojlar	Ehtiyojlarni qondirish usullari
1.	Ijtimoiy ehtiyojlar	<ul style="list-style-type: none"> • xodimlarga shunday ish beringki, ular bir-biri bilan aloqada bo'lish imkoni bo'lsin; • ish joylarida birdamlik ruhi, mushtaraklik tuyg'usini yarating; • qo'l ostidagilar bilan davriy kengashlarni o'gkazib turing; • noformal guruhlarini "tinchitish"ga harakat qilmang, (agar uning korxon mavqesiga ta'siri bo'lmasa); • xodimlarga korxon doirasidan tashqarida ham sotsial faollik qilishga imkon bering.
2.	Hurmatga bo'lgan ehtiyoj	<ul style="list-style-type: none"> • qo'l ostidagilarga mazmunliroq ishni taklif qiling; • xodimlarning erishgan yutuqlari bilan aks aloqani ta'minlang; • xodimlar yutuqlarini yuqori baholang va rag'batlantiring; • xodimlarni maqsadni aniqlashga va qaror qabul qilishga taklif qiling; • qo'l ostidagilarga vakolat va huquq bering; • qo'l ostidagilarni amal pillapoyalari sari ko'taring.
3.	O'zligini isbotlashga bo'lgan ehtiyojlar	<ul style="list-style-type: none"> • qo'l ostidagilarning o'z imkoniyatlaridan to'liq foydalanishi uchun ularning o'qishiga sharoit yaratib bering; • qo'l ostidagilarga murakkab va muhim ish bering, toki ular butun vujudini berib ishlasin; • qo'l ostidagilarning tashabbusini rivojlantiring va rag'batlantiring.

4-jadval

Ishdan qoniqish omillari

T/r	Boisiy omillar (qoniqmaslik manbalari)	T/r	Motivatsiya (yuqori qoniqtirish manbalari)
1.	Korxon va ma'muriyat siyosati	1.	Yutuqlarga erishish
2.	Mehnat sharoiti	2.	Xizmat pillapoyalari bo'yicha ko'tarilish
3.	Ish haqi	3.	Yuqori mas'uliyat
4.	Ishchilar bilan o'zaro munosabat	4.	Natijani tan olish va qo'llab-quvvatlash
5.	Mehnat xavfsizligi	5.	Ijodiy va xizmat doirasida o'sish imkoniyati
6.	Mehnat intizomini nazorat qilish darajasi		

Birinchi guruh omillar "gigienik omillar" deb ataladi. Agar ish joyi iflos, qorong'i, ko'rimsiz bo'lsa, bu mehnatga intilishni susaytiradi. Aksincha, ish joyi toza, ergonometrik nuqtai nazardan benuqson bo'lsa, mehnatga aniq yo'naltirilgan motivlar paydo bo'ladi. Bu yerda pul masalasi ham muhimdir. Ammo pulga inson qadr-qimmatining o'lchovi sifatida qarash ham xavflidir. Agar pulga intilish insonni butunlay egallab olsa, u ko'payishga moyillik tug'dirib, uni boshqalarga nisbatan buyukligini isbotlashga olib keladi. Natijada, kishilardan va jamoadan ajralib qoladi. Gersberg nazariyasi Maslou nazariyasiga zid emas, bil'aks uni to'ldiradi.

Kutish nazariyasi amerikalik ruhshunos **V. Vrum** tomonidan 1964 yilda ishlab chiqilgan. Uning mohiyati shundaki, motivatsiya nafaqat ehtiyojni qondirishga, shuningdek, maqsadga

erishish uchun tanlangan xohishga ham bog'liq. Kutish nazariyasida 3 ta muhim omilning o'zaro munosabati asosiy o'rinni tutadi:

- mehnat harajatlari (MH) bilan natija (N) o'rtasidagi farqni kutish (MH-N);
- natija (N) bilan rag'batlantirish (R) o'rtasidagi farqni kutish (N-R);
- rag'batlantirish qiymati (Q), ya'ni qoniqishning yoki qoniqmaslikning nisbiy ko'rsatkichi.

Har uchala omil o'rtasidagi bog'lanishni quyidagicha ifodalash mumkin:

$$\text{Motivatsiya (M)} = (\text{MH-N})(\text{N-R})\text{Q}.$$

Kutilgan narsa qanchalik qoniqishga olib kelsa, shunchalik motivatsiya kuchli bo'ladi. Bu degan so'z - ehtiyoj tushunchasidan tashqari rahbar murakkab, qiyin ishga, astoydil ishlaganga yaxshi haq to'lanadigan va rag'batlantirdigan vaziyatlarni yaratishi kerak. **Kutish nazariyasining** mohiyati ham shuni taqozo etadi. **Adolatlilik nazariyasiga** binoan kishilar o'zlari erishgan rag'bat darajasini shu tizimda band bo'lgan boshqa kishilar erishgan rag'bat darajasi bilan qiyosiy taqqoslaydi. **Dj. Adams** fikricha, harajat tarkibida nafaqat xodimning mazkur ishni bajarishga sarflagan mehnati, shu bilan birga uning shu korxonada ishlagan ish staji, malaka darajasi, yoshi, sotsial mavqesi kabilar ham inobatga olinadi.

Agar barcha baholashlar va taqqoslashlar natijasida adolatsizlikka yo'l qo'yilmaganligi ma'lum bo'lsa, u holda motivatsiya omillari ijobiy tomonga ishlaydi. O'zgalarga qanday yondoshilgan bo'lsa, unga ham xuddi shunday yondoshilsa, bu holda xodim kuchiga kuch qo'shib, mehnat qiladi va aksincha. Ya'ni agar xodim bu yerda adolatsizlikka yo'l qo'yilganini sezsa, rag'batlantirishda tengsizlik bo'lgan bo'lsa, u holda korxonada asabbuzarlik holati vujudga kelib, ixtiloflarning sodir bo'lishiga sabab bo'ladi. Adolat tarozisi buzilgan bo'ladi.

Kimki qo'ldan keladiganidan ortiqchasiga intilsa, u adolatdan mahrumdir.

Toki kishilar mehnatiga, qobiliyatiga, bilim-zakovatiga yarasha taqdirlanmas ekanlar, ular unumdorlikni, intensivlikni oshirishga harakat qilmaydilar. Korxonada hamjihatlik muhiti qaror topmaydi. Motivlashtirishda X (iks) va Y (igrik) nazariyalari ham alohida o'rinni tutadi. Bu nazariyalarning muallifi amerikalik ruhshunos **D. Mak Gregor** bo'lib, u boshqaruvchi va xodimlarning mehnatga bo'lgan munosabatini ifodalaydi.

X (iks) nazariyasi bo'yicha ishchilar ishlashni xohlamaydi, javobgarliqdan qochadi, ular tabiatan yalqov, ishyoqmas bo'ladilar. Shu bois ularni doimo turtib, majburlab, nazorat qilib, jazo bilan qo'rqitib turish kerak. Shundagina ular korxonaga uchun yaxshi ishlaydilar.

Y (igrik) nazariyasida kishilarga ishonib, qobiliyatlarini rivojlantirib, ular o'zlarining foydaliligi va muhimliklarini his qilishsa, ishdan qoniqish hosil qilishsa, shundagina korxonaga katta foyda keltirish mumkin deyiladi. Bu nazariya xodimning o'z mehnatidan qoniqish hosil qilishiga hamkorlik ko'rsatuvchi:

- *xizmatlarning tan olinishi;*
- *xizmatdagi o'sishi;*
- *malakasining oshishi;*
- *mas'uliyatning yuqoriligi* kabi omillarni motivatsiyaga da'vat etuvchi omillar deb talqin qiladi.

Bu nazariyaga binoan, boshqaruvchi ko'rsatma beribgina qolmay, har bir kishining qobiliyatini ishga yo'naltiradi. Ishning ko'zini bilgan rahbar o'z qo'l ostidagilariga vakolatlar va qabul qilingan qarorlarni bajarishda erkinlik beradi.

Umuman rahbar oldida quyidagi ikki maqsad turishi kerak:

• *motivatsiya vositalarini yaxshilash yo'li bilan qo'l ostidagilarning norozilik darajasini pasaytirib borish;*

• *xodimlarning tashabbussh uyg'otadigan motivatsiyaning kuchli vositalarini qo'llab, ularning ehtiyojlarini to'laroq qondirish.*

Motivatsiyaning ana shunday vosita (regulyator)larini quyidagi jadvalda keltiramiz (5-jadval).

Motivatsiya regulyatorlari

T/r	Motivatsiya regulyatorlari	Motivatsiya omillari
1.	Ishchi kuchi	<ul style="list-style-type: none"> • ixcham ish joyi • shovqinning past bo'lishi • ergonomika, dizayn holati • toza, ozodalik darajasi • oshxonaning mavjudligi va h.k.
2.	Rag'batlantirish	<ul style="list-style-type: none"> • yaxshi ish haqi • mehnatiga yarasha adolatli rag'batlantirish • mukofot, dividendlarni berib turish • sotsial sharoitlarni yaratish (uy-joy, bog'cha, tibbiy xizmat, tekin ovqatlanish, sport va madaniy hordiq).
3.	Xavfsizlik	<ul style="list-style-type: none"> • korxonaga zarurligingizni his etish • hurmat, kasbdoshlar va rahbarlar tomonidan tan olinishi • jamoaga bo'lgan yaxshi munosabat.
4.	Shaxsiy o'sish, yuksalish	<ul style="list-style-type: none"> • o'qish uchun imkoniyat • amalga ko'tarilish imkoniyati • mas'ullik va ta'sir kuchining o'sishi • tashabbus, o'zini ko'rsatish va sinash imkoniyati.
5.	Daxldorlik hissi	<ul style="list-style-type: none"> • ishingizning foydaliligini his etish • korxonada faoliyati, rejalari va istiqboli xaqida axborotlarga egaligingiz • rahbariyat tomonidan xodimlar fiqrini hisobga olinishi.
6.	Qiziqish va undash	<ul style="list-style-type: none"> • maroqli, qiziq, zavqli ish • mahoratni o'stirishni talab qiluvchi murakkab ish • yuksaluvchi mas'uliyat • raqobatga chorlovchi samara • maroqli va murakkab maqsad.

Muvaffaqiyatga intiluvchi rahbar ana shu regulyator va omillarga asoslanib, o'z ishonchi bilan boshqalarga yetakchi bo'lib, ular orqali xizmat ko'rsatadigan mijozlarni g'alabaga ishontiradi atrofiga istiqbolli xodimlarni yig'ib, ularning hurmatini qozonadi, qo'l ostidagilarni sevadi, ularning muammosini o'zining muammosi deb tushunadi, ishni yuqori darajada bajarishga tadbirkorlik bilan kirishadi.

Quyida nemis olimlari **V. Zigert** va **L. Langlarning** mehnatni tashkil qilish va uni motivlashtirish bo'yicha takliflarini keltiramiz:

- har bir harakat, ayniqsa mazkur harakatni bajarilishini talab qiluvchining harakati obdon o'ylangan bo'lishi kerak;
- kishilar o'z mehnatidan zavq olishi kerak, ishi uchun javob berishi lozim, natija uchun birga kurashishi darkor;
- har bir kishi o'z ish joyida o'zini nimaga qodir ekanligini ko'rsatgisi keladi;
- kishilarning o'z ishlarini takomillashtirish to'g'risidagi fikrlarini bilish lozim;
- kishilarni o'zligini anglashga imkon berish kerak;
- maqsadga erishishga o'z dahldorligini his etgan xodim yanada ko'proq kuch bilan ishlashga, o'zini ko'rsatishga harakat qiladi;
- yaxshi ishlaydigan kishilar ham moddiy, ham ma'naviy tomondan tan olinishga haqlidirlar;
- har bir xodimga barcha axborotlarga kira olish huquqi bo'lishi kerak, buning ustiga tez bo'lishi muhimdir;

- xodimlarning ish faoliyati yo‘nalishini o‘zgartirish to‘g‘risidagi qaror ularning ishtirokida, ularning tajribasi, bilimiga asoslangan holda qabul qilinishi kerak;
- o‘z-o‘zini ustidan nazorat bo‘lishi kerak;
- ish jarayonida xodimlar yangi bilimlarni o‘lana bilishi lozim;
- xodimlarning suvini siqib chiqarish emas, balki ularning tashabbuslarini qo‘llab-quvvatlash darkor;
- xodimlar o‘z mehnatlarining sifati to‘g‘risida axborotga ega bo‘lishlari lozim;
- har bir xodim o‘z-o‘ziga imkoniyat boricha xo‘jayin, boshliq bo‘lishi kerak;
- har bir kishi muvaffaqiyatga intiladi.

Amerikalik mutaxassislarning fikriga qaraganda, mana shu maslahatlar xodimlarning ijodiy kuch–quvvatini, tashabbusini oshiradi, ijodiy vaziyat, xayrihohlik vaziyatining vujudga kelishiga va pirovard natijada mehnat unumdorligining ortishiga yordam beradi.

Demotivlashtirish - bu motivlashtirishga teskari hapakat qilish, imkon boricha bilar-bilmas holda xodimlarning tashabbusini bo‘g‘ish, ular bilan hisoblashmaslik, ularni doimo qo‘rquv va ikkilanish holatida o‘zini tutishga majbur etish kabi nomaqbul xatti-harakatlar majmuasi.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

- 1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p.
- 2.Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

Қўшимча адабиётлар

41. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
42. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
43. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
44. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz
 www.gov.uz
 www.lex.uz
 www.mf.uz

12- Mavzu: Marketing

Reja:

Marketing asoslari

Mahsulot va xizmatlar samaradorligini rivojlantirish

Mahsulotga narx belgilash va etkazib berish

Rejani siljtitish

Real hayotga diqqat e'tiborni qaratish

“MJ Support Solution” 2 xil asosiy xizmatlarni taklif etadi. Biz iste'molchilarga kichik biznesni tashkil etishda maqsadli email orqali muloqat qilishiga yordam beramiz va xizmatni amalga oshirishni ta'minlaymiz deya tushuntiradi Malkolm o'z yangi xodimlariga.

“Yaxshi, men maqsadli emailni tushunaman. Men onlayn kitob sotuvchilardan email orqali men oldin sotib olgan kitoblarga asoslangan tavsiyalar berilgan reklama oldim. To'liq amalga oshiriladigan xizmat deganda nimani nazarda tutyapsiz?” deb so'radi Jenis. Malkolm “biz tarqatish strategiyasini yaratyapmiz. Onlayn ulgurji sotuvchilari o'z mahsulotlarni omborda saqlash uchun joyga / saqlashga bitim tuzadi va har kuni kechasi bu haqiagi ma'lumotlarni elektron nusxada bizga jo'natadi.” “Nima uchun sizning tashkilotingizda qo'ng'iroqlarni qabul qilish markaz bunday katta hajmda?” “Gap shundaki Jenis boshqa mijozlar uchun biz haqiqatan ham mijozlarga xizmat qilish bo'limi sifatida faoliyat yuritamiz.” “Aniqrog'i gap qanday mahsulot turlari haqida boryapti”, deb qiziqdi Jenis. “Keling men sizga omborni sizga ko'rsataman. U yerdagi narsalarni ko'rib hayron qolasiz.”

1 vazifa. Muhim marketing tushunchalarini aniqlash. Marketing tushunchasi

Marketing mijozlar uchun eng ko'zga ko'ringan biznes faoliyati turidir. U shuningdek biznesning eng mavhum tushunarsiz funktsiyasi bo'lishi ham mumkin. Marketing so'ziga tarif berishni so'rashganida, odamlar ko'pincha reklama yoki sotuv degan so'zlarni ishlatishadi. Bu ikkala atama ham muhim, boshqa faoliyatlar samarali marketingning bir qismidir. Amerikam marketing assosatsiyasi bu tarifning qanchalik murakkabligini ko'rsatib beradi.: “marketing bu faoliyat, tashkilotlar majmui va yaratish, muloqat qilish, i, shuningdek yetkazib berish, takliflarni almashish jarayoni va u iste'molchi, mijoz, sherik va butun jamiyat uchun ma'lum qiymatga ega.” Bu so'zlar murakkab, shu bilan birga har qanday biznesning o'ta muhim qismidir. Marketing o'z ichiga faoliyatning juda ko'p turlari va Aqsh iqtisodidagi ko'p bizneslarni oladi. Iste'molchi sifatida siz marketing faoliyatida juda ko'p ko'zga ko'rinasiz. Siz bu faoliyatning juda ko'pida ishtirok etasiz. Siz xizmatlar va mahsulotlarning reklamalarini ko'rasiz va eshitasiz. Siz yeyotgan ovqatingizning o'ramasidagi, o'zingiz va o'rtog'ingiz kiygan kiyimning brend nomini ko'rasiz. Siz kompaniya veb-saytida mahsulot tavsifini o'qiysiz. O'zingiz yoqtirgan chakana savdo magazinida sotuvchilar bilan muloqat qilasiz. Bular hammasi marketing namunalari.

Marketingda ko'p bo'lmasada uchrab turadigan muhim faoliyatlar mavjud. Bu o'z ichiga mahsulotlarni omborda saqlash, tarqatish markazlari, va mahsulotlarni sotilish yoki foydalanish joyiga olib borishdir. Kreditlarni ta'xis etish, yoki qabul qilish va onlayn xaridlarni tayinlash marketing faoliyatiga kiradi. Bizneschilar marketingni iste'molchilar ehtiyojlari haqida ma'lumotlar yig'ishda va shu ma'lumotlardan mahsulotni yaxshilash va yangi mahsulotlarni sotishdan oldin tekshirishda ishlatadi. Ko'pchilik marketing o'z maqsadini faqat yakuniy iste'molchilar qaratgan emas. Bizneschilar mahsulotlarni sotadi va boshqa bizneschilarga xizmat qiladi. Keyin ushbu biznesmenlar tovar va xizmatlardan o'zlarining shaxsiy bizneslarida foydalanishadi yoki yakuniy iste'molchilarga sotishadi. Ko'p vaqt va pul oxirgi iste'molchiga tovar va xizmatlar yetkazib beruvchi marketingdan ko'ra biznes-biznesga marketingida sarflanadi. Biznes marketingi

Barcha biznesmenlar o'z diqqat markazida bo'lmasada ayrim marketing faoliyatlarini amalga oshirishi lozim. Ko'plab bizneslar bevosita marketingga taaluqlidir. Marketing biznesi reklama agentliklari va tadqiqot firmalarini o'z ichiga oladi. Yuk mashinalari, temir yo'l va xavo tranzitlari kabi transport kompaniyalarimaxsulotlarni ishlab chiqaruvchilardan iste'molchilarga yetkazadi. Savdo flotlari va yuklarni yetkazib beruvchi kompaniyalar xujjatlar va yuklarni yetkazib berilishini ta'minlaydi. Moliyaviy xizmat kompaniyalari kredit kartochkalarini chiqaradi va boshqaradi. Ular biznesmenlarga xomashyo sotib olish uchun qarz berishi va mahsulotlarni

tayyor holatga keltirishni ta'minlaydi. Maxsulot ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar orasidagi bog'liqlikni ta'minlash uchun mahsulotlarni taqsimlash, saqlash va sotishda ulgurji va chakana savdogarlar ishtirok yetadi. Marketing faoliyati, bizneslar marketingi va marketing karyeralari Qo'shma Shtatlar iqtisodiyotining muhim bo'lagidir.

Marketing funksiyalari. Marketing faoliyati (rasmdagi) 7 ta funktsiyani o'z ichiga oladi. Har bir funktsiya har safar tovarlar va xizmatlar yaratilganda va sotilganda sodir bo'ladi.



Bizneschilar marketing xizmatlarining ko'pchiligini ta'minlaydi. Iste'molchilar ko'pincha xarid qilganlarida bir yoki bir necha marketing funktsiyalarida ishtirok etadi.

Jamoa bo'lib ishlash FT, Lauderdale kompaniyasi baliqchi kemalarni doklarda kutib oladi. Ular shu kuni tutilgan yangi baliqlarni sotib oladi. Guruhingizning har(qay) bir a'zosi kompaniya sotib olish va keyin restoran va supermarketlarga qayta sotish bilan nihoyasiga yetkazishi kerak bo'lgan marketingning qaysi faoliyati ekanligini aniqlay oladi. Mahsulot va xizmatlarni boshqarish bu iste'molchi ehtiyojini qondiradigan mahsulotlarni loyihalash, yaratish, saqlash, yaxshilash va mahsulot va xizmatlarni qo'lga kiritishdir. Mahsulot ishlab chiqaruvchilar yangi mahsulotlar yaratadi. Boshqa biznesmenlar ham mahsulotni qayta sotish uchun olganlarida mahsulot va xizmatlarni boshqarishga jalb etiladi. Xizmatlar xizmat ko'rsatish bizneslari ishchilari tomonidan yaratiladi va ta'minlanadi. Tarqatish iste'molchilar uchuntashkilotning mahsulotlari va xizmatlarini joylashtirish, olish va foydalanish eng yaxshi usullarini aniqlashtirishni o'z ichiga oladi. Mahsulotlarni ehtiyotkorlik bilan jo'natish, tutib turish va saqlash, mahsulotlarni samarali taqsimlash uchun muhimdir. otuv deb potentsial iste'molchilar extiyojini anglash va ularni extiyojini qondirish uchun bo'ladigan bevosita muloqatga aytiladi. Sotuv iste'molchi savdo uyiga tashrif buyurganda yoki sotuvchi potentsial iste'molchini turar manziliga borganda yuzma-yuz bo'lishi mumkin. Sotuv shuningdek telefon yoki muntazam xabar jo'natish yoki videokonferentsiya kabi boshqa texnologiyalardan foydalangan holda iste'molchi bilan bevosita mulokotda amalga oshirilishi mumkin.

Marketing axborot boshkaruvi deb qaror qabul qilish va marketing faoliyatlarini bajarilishi uchun marketing axborotlarini olish, boshkarish va foydalanishga aytiladi. Marketing axborot boshkaruvi marketing tadqiqotlari va tovarlar, iste'molchilar xamda raqobatchilar haqidagi ma'lumotlar bazasini yaratishni o'z ichiga oladi. Moliyaviy tahlillar bu marketing faoliyatlarini moliyalashtirish, jarayonlar uchun kerakli moliyani olish va iste'molchilarga tovar va xizmatlarni

sotib olishlari uchun moliyaviy yordam ko'rsatishni ta'minlashdir. Iste'molchilar haridlariga pul to'lash uchun manbaa va usullarga ega bo'lishlari kerak. Tadbirkorlar faoliyat yurutishlari uchun to'lovlarni o'z vaqtida kabul qilishlari kerak. Narxlash deb maxsulot va xizmat qiymatini baxolashga aytiladi. Iste'molchilar kizikayotgan maxsulot narxini oson bila olishlari zarur, bo'lmasa boshqa maxsulotni iste'mol qilishlari mumkin. Iste'molchilar sarf kilayotgan mablag'lariga mos qiymatda tovar olish istagidalar. Tovar narxi iste'molchilar sotib olishlari uchun arzonrok bo'lishi, lekin biznes foyda ko'rishi uchun kimmatrok bo'lishi kerak. Targ'ibot deb maxsulot va xizmat xakida iste'molchiga ma'lumot berishga aytiladi. Reklama va boshqa targ'ibot ishlari iste'molchilar maxsulotni sotib olishlarini oshirish uchun ishlatiladi. Reklama turli xil yo'llar bilan: televizor, gazetalar, jurnallar, radio, xabarlar va internet orkali amalga oshirish mumkin. Boshqa usullar musobaqalar maxsulotlar namoyish, homiylik va boshqa jamoatchilik bilan bog'liq fikrlarni o'z ichiga oladi. **Marketing etikasi** Ba'zi odamlar "marketing etikasi" atamasini oksimaron yoki atamalar qarama-qarshilik deb tushunishadi. Ko'p odamlar bozorchilar haqida past fikrda. Odamlar noqonuniy sotuvlar haqida qo'ng'iroqlar, yaroqsiz xatlar va spamlar olishadi. Ular mahsulot haqida to'liq axborot bermaydigan reklamalarni ko'radi. Ular faqatgina o'zining komission pulinigina o'ylaydigan sotuvchilar bilan to'qnash kelmoqda. Vaholanki bozorchilar jamiyatda juda muhim rol o'ynaydi. Ular yashash standartlarini ta'minlaydi. Ular yangi mahsulotlarni aniqlaydi. Ular mahsulotlarning iste'molchilarga qulay yo'llar bilan va arzon yetib borish yo'llarini topadi. Agar bozorchilar jamiyat bilan ishlamaganda edi, iste'molchilar tanlovi juda chegaralangan bo'lardi. Odobli bozorchilar Amerika Marketing Assosatsiyasi tomonidan tuzilgan standartlar to'plami orqali nazorat qilib boriladi. Bu standartlar bozorchilardan mazkur tartib va qonunlarga zarar yetkazishi yoki qat'iy yopishib olishi kerak emas. Bozorchilar yaroqli mahsulotlarni ishlab chiqarishi kerak, reklama maqsadli ravishda yolg'on va noto'g'ri bo'lishi kerak emas.

Bozorchilar haqqoniy, javobgarchilikni yaxshi his etgan, to'g'riso'z, boshqalarni hurmat qila oladigan, ochiq, va fuqorolar bilan hamkor bo'lishi kerak.

Tanqidiy fikrlash

1. Nima uchun odamlar bozorchilar haqida past fikrda ekanligi sababini tasvirlab bering.
2. Nima uchun bozorchilar jamiyatda muhim rol o'ynayotganini tasvirlab bering.
3. Bozorchilar rioya qilishi kerak bo'lgan odob ahloq standartlarini tasvirlab bering.

Marketing va marketingning 7 ta funksiyasini aniqlang

Marketing strategiyasi

Marketing biznes jarayonining juda muhim va qimmatli qismidir. Marketing faoliyatlari ko'pincha mahsulot yoki xizmat narhining 50 % i yoki undan ko'prog'ini tashkil etadi. Kompaniya foyda qilish uchun marketing diqqat bilan rejalashtirilgan bo'lishi kerak. U yaxshi ishlangan va past narxlarda bo'lishi shart. Odatda iste'molchilar ko'p xizmat va mahsulotlar tanloviga ega. Agar ular biror bir kompaniya taklifidan qoniqmasa, o'z talablariga javob beradigan raqobatchi kompaniyaga yuzlanadi. Diqqat bilan tashkil etilgan marketing istexmolchilar ehtiyojini tushunadi va uni qondirishga yordam beradi. Muvaffaqiyatli marni taklif etadi. Marketing bizneschilar va ite'molchilar o'rtasida qoniqarli ayirboshlash bilan yakunlanadi. Bizneschilar iste'molchilar extiyojini qondiradigan mahsulot va xizmatlarni taklif etadi. Iste'molchilar ushbu mahsulot va servislarga pul to'lab bizneschilarning yillik daromadi va foydasini ta'minlaydi.

Marketingni rejalashtirish

Marketingni rejalashtirish raqobatchilarga qaraganda, iste'molchilar ehtiyojini yaxshirok qondirishni ko'zlaydi. Va bu ko'proq sotuv va foyda bilan yakunlanadi. Kompaniyaning shu maqsadga erishish uchun marketingdan qanday foydalanishni aniqlash to'g'risidagi rejasi marketing strategiyasi deb ataladi. Marketing strategiyasini yaratish ikki bosqichli jarayondir. 1 bosqich, mo'ljallangan bozorni aniqlash. Mo'ljallangan bozor bu bir birinikiga o'xshash istak va extiyojlarga ega bo'lgan xaridorlarning maxsus guruhidir. Ko'p kompaniyalar o'z mahsulotlarini istak va hohishlari butunlay turlicha bo'lgan keng auditoriyaga sotishga xarakat qiladi. Kompaniya uchun extiyojlarning xammasiga javob berish oson emas. Natijada ko'p odamlar kompaniya mahsulotlarini xoxlamay qoladi yoki ular bilan qoniqmaydi. Mo'ljallangan bozorga e'tibor qaratish, iste'molchilarning maxsus guruhlari xoxlagan maxsulot va xizmatlarni yaratishni

osonlashtiradi. Marketing strategiyasining rivojlantirishning bosqichi marketing miksni yaratish. Marketing miks bu to'rtta bozor elementlari maxsulot, maxsulotni tarqatish, narx qo'yish va sotish kabi elementlar aralashmasidir. Muvaffaqiyatli marketing miks mo'ljallangan bozorni xoxish va extiejarini qondiradi. U shuningdek kompaniyani foyda bilan ta'minlaydi. Ikkinchi maqsad Marketing strategiyasi bosqichlarini aniqlang. Muvaffaqiyatli marketing strategiyasini yaratish. Ko'p biznesmenlar iste'molchilar nima xoxlashini bilamiz deb o'ylaydi. Ular dastavval mahsulotni ishlab chiqaradi keyin iste'molchilarga qanday sotishni rejalashtirishni boshlaydi. Marketingga bunday yondashuv odatda reklamaga urg'u berish potentsial istemolchilarning diqqatini topish uchun harakat qilish va ularni mahsulotni sotib olishga ishontirish bilan yakunlanadi. Agar mahsulot xaridorlarni jalb etmasa, businessmen narxlarni pasaytirishga majbur bo'ladi, natijada kam foyda olinadi, yoki yoqotishlar vujudga keladi. Iste'molchilar ehtiyojiga javob beradigan xizmatlar va maxsulotlar yaratish imkoniyatini oshirish va sotuvdan foyda qilish uchun kompaniya marketing orientatsiyasiga moslashadi. **Marketing yo'nalishi** marketing miksini rivojlantirishda mijozlarni extiyolariga e'tibor beriladi. Marketing yo'nalishi bilan tadbirkorlar mijozlar xohishidan o'zlarini bexabar deb xisoblaydilar. Ular mijozlarni va ularni xohishlarini bilish uchun tadqiqot qiladilar. Tadqiqot natijalari extiyolarni qondirish uchun mo'ljallangan marketing miksni rejalashtirishda qo'llaniladi. Sayoxat kemalarga ega bo'lgan korxonada kemada sayoxat qilish istagida bo'lgan odamlar haqida ma'lumot yig'adi. Yosh bolali oilalar, bo'ydoqlar va nafaqaxo'rlar odatda turli xil sayoxat taassurotlar xohlashadi. Ilk bora sayoxat tashkillashtirayotgan korxonalar tajribali korxonalaridan ko'ra boshqa ma'lumotlarga muhtoj bo'ladilar. Ovqatlar menyusi, ko'ngilhushliklar, sayoxat qilish vaqtlari, va to'lov turlari kabi barcha jihatlar ahamiyatli mijozlarni chaqirish uchun rejalashtirish zarur bo'ladi. Korxonada avval imkoniyatli mijozlarni xamda xohish ehtiyojlarni o'xshash va farqli tomonlarini o'rganadi. So'ng sayoxat uyushtirish uchun eng ma'qul va foydali bo'lgan maqsad bozorini tanlaydi. Korxonada maqsad bozori haqida to'plangan ma'lumotlardan foydalanib marketing miksni rivojlantiradi. Tayyor mahsulot maroqli va xordiqli sayohat bo'ladi. Sayoxat chog'ida kema ustidagi qiziqarli mashg'ulotlar va qirg'oq bo'yidagi shaxarlariga ekskursiyalar bo'ladi. Taqsimot sayohatchilarga kerak bo'ladigan barcha hujjatlarni, port shahriga iste'molchilarning yetib borishi va u yerdan ketishi, yuklarini olib yurishi va bu jarayonda iste'molchi uchun kafolatlangan samaralini xizmatni ta'minlaydi. Narxlash qarori mo'ljallangan mijozlar byudjetiga mos keluvchi tulovdagi sayoxatlarni taklif etadi. Reklama mijozlar qiziqishini uyg'otadigan va ularni kema sayoxatini ta'til uchun eng yaxshi tanlash ekaniga ishontiradigan ma'lumotlarni taqdim etadi. Sayyohlik kompaniyasi mo'ljallangan iste'molchilar kutgan va ularning maxsus ehtiyojlariga javob beradigan har bir marketing miks qarorlarini qabul qiladi. Qarorlar kruiz turli guruhdagi iste'molchilarga rejalashtirilgan bo'lsa turlicha bo'ladi.

Marketing strategiyasini rivojlantirishning 2 bosqichi qaysilar?

Iste'molchilarni tushunish

Samarali marketing iste'mochidan boshlanadi. Oxiri marta sotib olgan mahsulotingiz va uni nima uchun sotib olganingiz haqida o'ylang. Ehtimol umuman sizning ehtiyojingizga javob beradigan bir necha mahsulot bo'lgandir. Siz bu tanlov siz to'lagan pulga eng mos keladigan narsa ekanishga ishongandirsiz. Ko'p yangi bizneslar ularning egalari mahsulot haqida o'ylab, iste'molchi va uoarning ehtiyoji haqida o'ylamagani uchun barbod bo'ladi. agar mahsulot ehtiyojlariga javob bermagan mahsulot olgan iste'molchilar guruhini jalb qila olsa, unda u aniq muvaffaqiyat qozonish imkoniyatiga ga bo'ladi. agar iste'molchilar mahsulotga ehtiyoj sezmasa yoki boshqa yaxshiroq va arzonroq mahsulot borligiga ishonsa mahsulot muvaffaqiyat qozonmaydi. Bizneschilar mahsulotni ikki toifa iste'molchilar uchun yaratadi. Yakuniy iste'molchi, bu ko'pincha mahsulot yoki xizmatlarni o'zi uchun sotib oladigan odamlardir. Biznes iste'molchilar bu mahsulot yoki xizmatlarni biznes qilish yoki yoki boshqa mahsulotlarga qo'shishi yoki qayta sotish uchun sotib oladigan odamlar, kompaniyalar, va tashkilotlardir.

Iste'molchilarning qaror qabul qilishi

Xarid qilishdagi iste'molchilar amal qiladigan bosqichlarning muayyan ketma-ketligi iste'molchilarning qaror qabul qilish jarayoni deb nom olgan. Qarorlarning bosqichlari va ketma-ketligi ikkalasi ham barcha iste'molchilar uchun bir xildir. Jarayonni yakunlash uchun ketadigan

vaqt va har bir bosqichni yakunlash uchun foydalanilgan axborot har bir iste'molchi uchun har xil bo'ladi. Iste'molchilarning qaror qabul qilishining 5 ta bosqichi 10-2rasmda ko'rsatilgan.

Qaror qabul qilish ehtiyojlardan boshlanadi. Siz och qolgan yoki chanoqagan yoki o'rtoqlaringiz bilan kechqurungi ko'ngilochar tadbir rejalashtirgan bo'lishingiz mumkin. Ehtimol sizga yozda ishlashga ish kerakdir yoki siz biror kollejga bormoqchidirsiz. Agar ehtiyojningiz o'ta zarur bo'lsa, siz uni tezda qondirishga harakat qilasiz. Agar u unchalik muhim bo'lmasa, siz uni orqaga surishingiz yoki e'tiborga olmasligingiz mumkin. Agar ehtiyojningiz sizga tanish bo'lsa va siz uni oldinroq qondirgan bo'lsangiz, sizgako'pincha avvalgi tajribangizni qaror qabul qilishingizda yordam beradi. Agar bu yangi ehtiyoj bo'lsa, qaror qabul qilishda qiyinchilikka uchrashingiz mumkin, chunki avval bunga o'xshash narsani sinab ko'rmagansiz. Insonlar axborotni qaror qabul qilishda ishlatadilar. Siz do'stingiz yoki ishonchli kattalar bilan maslahatlashishingiz mumkin. Reklama, jurnal maqolasi, yoki internet sayti sizning e'tiboringizni jalb etishi mumkin, chunki u muhim ehtiyojningizga taalluqli axborotni yetkazib beradi. Siz o'zingiz ishongan va siz tushunadigan axboroti taqdim etadigan manbaalarni tanlaysiz. Bu axborotni qo'llagan holda siz ehtiyojlaringizga mos ko'ringan juda kam mahsulotlarni tanlaysiz. Tanlovlar qisqargani sayin siz ulardan qaysi biri yaxshiroq tanlov ekanligini yoki bahosi boshqalarinikidan yaxshiroq ekanligi, aniqlash uchun ularni solishtirasiz. Qo'lga kiritgan axborotlaringiz va ehtiyojning shoshilinchligi va muhimligiga ko'ra, siz qaror qabul qilasiz. Odatda siz uchun eng zo'r mahsulotni xarid qilish qarorini qabul qilasiz. Qoniqarli tanlovni topa olmaganingiz yoki o'sha vaqtda kerakli mablag'ingiz bo'lmagani sababli bu mahsulotni sotib olmaslik qarori bo'lishi ham mumkin. 2007 yilda to 2010 yilgacha 6 ta kompaniya kompaniyalar 10 ta eng zo'r kompaniyalar fortuna jurnallari ro'yxatiga kirish imkoniyatiga ega bo'ldi. Ular Apple, Microsoft, Google, Johnson & Johnson, Procter & Gamble va Toyota kompaniyalaridir. Keyin siz ko'proq ma'lumot olish uchun avvalgi bosqichga qaytib, boshqa tanlovlarni qarab chiqishingiz yoki axborot yig'ishingiz mumkin. Agar siz mahsulotni sotib olishga qaror qilsangiz, siz savdoni amalga oshirasiz va tanlagan mahsulotingizni ishlatasiz. Shu tajribaga asosan siz yaxshi qaror qabul qilganmisiz, yo'qmi bilib olasiz. Agar mahsulot sizga yoqqan bo'lsa, keyingi safar ehtiyoj tug'ilsa, ehtimol yana xuddi o'shanday qaror qabul qilaverasiz. Bu safar qarorni tezroq va osonroq qabul qilishingiz mumkin. Agar mahsulot kutganingizdek bo'lmagan bo'lsa, siz u mahsulotni yana sotib olishingiz ehtimoldan yiroqdir.

Xarid motivlari

Nega siz aniq bir do'kondan xarid qilasiz yoki nega biror brenddagi mahsulotni ikkinchisidan ustun qo'yasiz? Iste'molchilarning qaysi mahsulot yoki xizmatlarni sotib olishdagi qarorlari sabablari xarid motivlari deb nomlanadi. Iste'molchilarning motivlarini tushunish bizneslarga marketing-mixni rejalashtirishda yordam beradi. Ba'zi xaridlar hissiyotlar orqali boshqariladi. Hissiy xarid motivlari hissiyotlar, e'tiqodlar va munosabatlarga asoslangan xarid sabablaridir. Agar siz o'z oilangiz va mol-mulkingizni himoya qilish haqida qayg'urayotgan bo'lsangiz, siz uy xavfsizligi tizimini sotib olishingiz mumkin. Sovg'alar, va bayram va muhim sanalar uchun tabriknomalar xaridi muhabbat va yaqinlik hislari orqali kelib chiqadi. Oqilona xarid motivlari dalil va mantiq orqali boshqariladi. Siz eng arzon mashinani xohlashingiz mumkin, shunday ekan siz turli modellarning yoqilg'i ishlatilishi va ta'mirlash xarajatlarini e'tiborga olishingiz kerak. Borishingiz uchun kollej tanlayotganda, siz ta'lim xarajatlari va o'qishni rejalashtirayotgan mutahassisligingiz bo'yicha kollejning obro'-e'tiborini solishtirasiz.

Iste'molchi qaror qabul qilish jaryoni bosqichlari qaysilar?

Baholash

Asosiy tushunchalar

Eng yaxshi javobni toping

1. Marketingga eng yaxshi tarif bu :
 - a. Reklama va sotuv
 - b. Mahsulotlar ishlab chiqarish va xizmatlarni iste'molchilarga taqsimlash
 - c. Iste'molchilarni topish va sizning mahsulotingizni olishga ko'ndirish
 - d. Yuqoridagilarning hech biri to'g'ri emas.
2. Marketing strategiyasidagi ikkita bosqich:

- a. Mahsulotni ishlab chiqarish va uni iste'molchilarga reklama qilish.
 - b. Mo'ljallangan bozorni aniqlash va marketing miqsni rivojlantirish
 - c. Marketing tadqiqotlarni o'tkazish va mahsulot ishlab chiqarishni rejalashtirish
 - d. Mahsulotlarni narxlash va uni iste'molchilarga taqsimlash
3. Quyidagilardan qaysi biri to'g'ri xarid motividir?
- a. Sevgi
 - b. Qo'rquv
 - c. Iqtisod
 - d. O'z tasviri

Akademik bog'lanishlar qiling

4. **Marketing.** 7 ta marketing funksiyasini sanab o'ting. Biznes yo'naltirgichni yoki telefon kitobchasidan foydalaning, yakuniy iste'molchi va boshqa bizneslarga har bir xizmatni ta'minlashga maxsuslashtirilgan biznesni aniqlang. Biznes nima qilishi va u xizmat qiladigan iste'molchilar turini qisqacha tasvirlab bering.

5. **Texnik yozuv.** Oxirgi xaridingizdan bittasini tanglang. Kompyuter dasturidan foydalangan holda qaror qabul qilish jarayoni grafik yoki rasmini yarating va qanday qilib xarid qilish qarorini qabul qilishingiz bosqichini yakunlaysiz.

Samarali mahsulot va xizmatni tashkil etish

Maqsad

1. marketing tadqiqotlari muhimligini isbotlang.
2. mahsulot tarkibini isbotlang.
3. xizmatlar mahsulotlardan nimasi bilan farq qilishini tasvirlang.

Muhim atamalar

Marketing tadqiqotlari 239

Mahsulot 241

Xizmatlar 242

Nomoddiy 242

Ajralmas 243

Chidamsiz 243

Turli boqichli 243

Real xayotga diqqat e'tiborni qaratish

Eli va Tedra shlyapa tayyorlashdo'konini ochishi va uni onlaynda sotishdek yangi an'anani boshladi. Ular onlayn savdo bo'yicha boshqa kompaniyalar bilan raqobat bo'lishini bilishardi. "Biz tovarimiz boshqa kompaniyalar taklif qilgan maxsulotlardan ko'ra qanday afzalliklarga ega bo'lishi xaqida bir qarorga kelishimiz kerak"- dedi Tedra. "Mening fikrimcha biz maxsulotlarimizga yangi nom topishimiz kerak" Elini o'z fikri bor yedi: "Menimcha biz tovarimizni dizaynlashtirish yo'li va xaridorlarga taklif qiladigan xususiyatlar o'rtasidagi farqlarni topishimiz kerak. Biz shuningdek o'z dizaynimizda bir nechta o'ziga xos qulayliklar taklif qilishimiz mumkin." "Biz byurtma berish jarayonini o'ta qiyinlashtirishni xoxlamaymiz"- dedi Tedra javob tariqasida. "Biz xaridorlarga tanlovlarini saralashga yordam berishimiz kerak. Xaridorlar talablariga javob bera oladigan dizaynni topishga yordam berish uchun qo'shimcha xizmatlar taklif qilishimiz kerak. Extimol xaridorlar qanday tanlashi xaqida tadqiqot qilishimiz kerakdir"

1 maqsad. Marketing tadqiqotlari muhimligini isbotlang.

Maxsulotlar yaratish va ularni yaxshilash.

Tadbirkorlar yangi maxsulotlarni qanday yaratadi? Ko'p xolatlarda kompaniyalar reklamalarda yangi deb tanishtirilgan maxsulotlar aslida yangi emas. Maxsulotga ba'zi o'zgartirishlar kiritsa bu katta yangilik bo'lishi mumkin. Maxsulotlardagi kichik o'zgarishlar xam xaridorlarga foyda keltiradi. Tadbirkorlar xaridorlar e'tiborini tortish va ularni shu tovarni sotib olishga jalb qilish uchun ularni yangi maxsulot deb ataydilar. Xaridorlar oldin xech qachon ko'rmagan butunlay yangi tovarlar kamdan kamtaqdim qilinadi. Umringiz davomida qanday maxsulotni yangi deya taqdim kilinganini eslay olasiz? Internet, avtomobillardagi favqulotda ximoya yostiqlari, chakana savdo markazlaridagi chek apparati va va sun'iy yurak kabilar tanishtirilishidan oldin ularga

o'xshash uchramagan. Ular injenerlarning tadqiqotlari va olimlarning muhim masalalariga javob topishga bo'lgan urinishlari maxsulidir. Bugun siz foydalanayotgan ko'plab maxsulotlar mavjud tovarlarga katta yoki kichik o'zgarishlar kiritilgan xolatidir. Angi musiqa saqlaydigan va eshittiradigan, rasm va videolar oladigan, yoki kompyuter ilovalariga ega bo'lgan mobil telefon texnologiyalari oldingi rasmsiz telefonlar, mp3 pleyerlar va raqamli video kameralarning rivojlangan shaklidir. Shu va shu kabiko'plab tovarlardagi yangiliklar yangi texnologiyalarni rivojlantirish yoki joriy maxsulotlarni qayta dizaynlashtirish tufayli sodir bo'ladi. Olimlar va boshqa tadqiqotchilar maxsulotlarga tez-tez o'zgartirish va qo'shimchalar kiritadilar. Tovarlardagi ko'plab o'zgarishlarga xaridorlar taklifi yoki shu maxsulotlardan foydalanishdagi tajribasi sabab bo'ladi. Xaridorlar talab va takliflarni obdon o'rganib maxsulotlarga yechim topish marketing tadqiqotlari deyiladi.

Marketing tadqiqotlarini rejalashtirish

Tadqiqot jarayonlarining ko'p turlari marketing muammolarni yechish uchun qo'llanilishi mumkin. 12-3 rasmda har bir tadqiqot qaysi ilmiy muammoga tegishli ekani ko'rsatilgan.

Marketing tadqiqotlari bosqichlari	
1.	Marketingdagi muammoni aniqlash
2.	Holatni o'rganib chiqish
3.	Ma'lumot yig'ish etish jarayonini yaratish
4.	Axborotni yig'ish vatahlil qilish
5.	Echimni taklif

12-3 rasm. Nima uchun muammoni aniqlash marketing tadqiqotlarida birinchi bosqichdir?

Barcha marketing tadqiqotlar ta'limoti axborot yig'ish va tahlil etishni o'z ichiga oladi. Xaridorlar va raqobatchilar haqidagi ko'p ma'lumotlar biznesda yangi tadqiqotlar o'tkazmasdan ham olinishi mumkin. Boshqa maqsadda yig'ilgan mavjud axborotni tahlil qilish va joriy muammoni hal qilishda foydalanish ikkilamchi tadqiqot deyiladi. Joriy muammoni to'g'ridan to'g'ri hal etish uchun maxsus yig'ilgan axborot birlamchi tadqiqot deb ataladi.

Ilmiy tadqiqot turlari

Marketing tadqiqotlarining eng ko'p tarqalgan turlari xaridorlar bilan so'rov o'tkazishni o'z ichiga oladi. So'rovlar odamlarning diqqat bilan tuzilgan so'roqlar to'plamiga bergan javoblarini to'plashdir. So'rovlar odamlarga ko'pincha yemayl yoki internet orqali jo'natiladi. Ular o'uningdek telefon orqali ham o'tkazilishi mumkin. G'oyalar, tajriba va fikrlarni yig'ishning boshqa kamroq tashkillashtirilgan usuli bu guruhlariga qaratilgan usuldir. Bu tadqiqot usulida haridorlarning kichik guruhi guruh muhokamasila qatnashadi. Mo'ljallangan guruh yetakchisi guruh a'zolarining bir birlarining fikrlariga qo'shilish qo'shilmasliklarini aniqlashtirish va yangi g'oyalar yaratishi kerak. Mo'ljallanga guruh a'zolari berilgan mahsulotga o'z tajribalaridan kelib chiqqan holda muhokamada qatnashishi yoki yangi mahsulotga o'z fikrlarini bildirish yoki mahsulotni yaxshilash bo'yicha maslahatlar berishi mumkin. Xaridorlarni o'rganish marketing tadqiqotlarini foydali ma'lumotlar bilan ta'minlaydi. O'rganish iste'molchilar hatti harakatini ulardan so'rash orqali emas, balki yozib olish orqali yig'iladi. Magazin iste'molchilar mahsulotni qanday o'rganishiga qiziqishi mumkin masalan, buni ularga namoyish etish kerakmi yoki magazinda xarid qilib yurganda ular o'zi ko'rib qolishi orqalimi. Mahsulot ishlab yaratuvchi guruh iste'molchilar foydalangan mahsulot dizaynini yaxshilash orqali har qanday muammoni yechimini ko'rishi mumkin. Marketing tadqiqotlaridagi yakuniy metod tajriba sinovarni o'tkazish. Tajriba masalaga ikkita diqqat bilan tekshirilgan muqobillarni taqdim etadi, bu ulardan qaysi biri afzal yoki yaxshiroq natija berishini bilish uchun qilinadi. Marketing tajriba paketlarning ikki o'lchamini ko'rish uchun taqqoslashi mumkin, birinchi o'lcham sotuvda yaxshi natija ko'rsatadimi yoki boshqasimi. O'rganishlar 50 sentlik kuponlarning oziq ovqat magaziniga taklif etilganda non mahsulotlarini tanlagandagi ta'sirini aniqlab berishi mumkin.

Marketing tadqiqotlar ta'limi bosqichlarini sanab o'ting.

Net BOOKMARK

Izoh: Aqshning tsenzura byurosi ma'lumotlarni batafsil taqdim etadi, va bu biznesda marketingga taalluqli qarorlar qabul qilishga yordam beradi.

vebsaytga kirish Quyida ko'rsatilgan 10 bo'lim murojaatiga bosing. Amerika fakt faynder murojaatiga bosing va sizning uyushmangizga qo'yilgan tsenzura ma'lumotini joylashtiring. Ma'lumotlarni o'rganib chiqing, va uyushmangizdagi 15g'19 yoshli kishilar sonini joylashtiring, keyin 20-24 yoshlilarni, keyin arendatorlarni va xususiy uydagilarni joylashtiring. Shu ma'lumot bizneschilar tomonidan qanday foydalanilishi mumkin?

Mahsulotlarni rejalashtirish

Siz mahsulot sotib olishga qaror qilganingizda marketing miksning har bir qismi muhimdir. Mahsulot samarali taqsimot orqali olishga qulay bo'lishi kerak va imkoni bor va halol narxlarda bo'lishi kerak. Siz mahsulot haqida samarali reklama orqali bilib olgan bo'lishingiz kerak va u boshqalarga qaraganda sizning ehtiyojigizni qanday qilib yaxshiroq javob berayotganini bilishingiz kerak. Shunga qaramasdan, bir miks elementi boshqa uchtagiga qaraganda muhimroqdir. Agar mahsulot siz istagan mahsulot bo'lmasa boshqa mikslarning samaradorligi hech qanday ahamiyat kasb etmaydi. Biznes o'zining xar bir mahsulotini diqqat bilan boshqa raqobatchilar mahsulotiga qaraganda mo'ljallangan bozor ehtiyojlariga ko'proq javob berishiga ishonch hosil qilgan holda rejalashtirishi kerak.

Mahsulot qismlari

Mahsulot bu biznes iste'molchi ehtiyojini qondirish uchun taklif etgan hamma narsadir. Mahsulot bir necha qismlardan tashkil topadi. U mahsulotning oddiy shakli bo'lgan asosiy mahsulotdan boshlanadi. Asosiy mahsulot yakkayu yagona va noyob emas. U odatda bir necha turli kompaniyalardan olinishi mumkin. Asosiy mahsulotga kiritilgan qo'shimchalar va yaxshilashlar mahsulot xususiyati sifatida ma'lum. Uyali telefonning bir modeli uning ichiga qurilgan raqamli kamera, ovoz tanlash, veb brovzerni uning xususiyati sifatida taklif etadi. Iste'molchilarga xususiyatlar taklif etilganda, bu tanlovlar opsiyalardeb ataladi. Avtomobillar sotib olinganda avtopilot, motor o'lchami, qo'llanma yoki avtomat uzatgichlar opsiya sifatida taklif etiladi. Brend nomi kompaniya mahsulotining yagona aniqlashtiruvini ta'minlaydi. Kompaniyalar esda qoladigan va kishi e'tiborini o'ziga tortuvchi tasvirlarni yaratishga harakat qilishadi. Qadoqlash ham mahsulotning birqismi hisoblanadi. Qadoqlash mahsulot iste'mol qilinishidan oldin himyasi va xavfsizligini ta'minlaydi. U shuningdek mahsulot saqlovini ta'minlaydi va undan osonroq foydalanadi. Yanchilgan kofe uchun yangi konteyner iste'molchi uni osongina olishi uchun qulay bo'ladigan o'yiqlar bilan yasaladi. Ba'zi iste'molchilar original dumaloq konteynerlardan foydalanishga harakat qiladi. Qadoq iste'molchilarga xarid qilish uchun qaror qabul qilish va mahsulotdan foydalanish kerak bo'lgan axboroni olishning eng qulay usulidir. Iste'molchini kompaniya mahsulotiga ishonitirish kafolat berish orqali amalga oshiriladi. Agar mahsulot sinib qolsa yoki iste'molchi kutganiday bo'lib chiqmasa, kompaniya uni ta'mirlab, almashtirib yoki pulini to'lab beradi.

Mahsulotni rejalashtirish

Yangi mahsulotni rejalashtirish qimmat va ko'p vaqt talab etuvchi jarayon. Kompaniya yangi mahsulot yaratishi uchun millionlab dollar va yillar sarflashi ajablanarli hol emas. Ko'plab odamlar mahsulot haqida fikr berishga, uning qanday ishlab chiqarilishini va sotilishini aniqlashga, narxlarni tahlil qilishga va sotuvlarni bashorat qilishga jalb etiladi. Agar bu pul garovga qo'yilgan bo'lsa, kompaniya iste'molchi istagiga javob beradigan mahsulot yaratish bilan yakunlanadigan jarayonga muhtojdir va u kompaniyaga bir necha yil foyda keltirishi kerak. Rejalashtirish jarayoni bir necha bosqichlarni o'z ichiga oladi.

Yaratish fikr (g'oyasi). Yangi mahsulotni yaratish g'oyasi ijodiy jarayondir. G'oyalar olimlar ishlaridan, sotuvchilar va ishchilar maslahatlaridan kompaniyalar o'tkazadigan so'rovlardan va yo'naltirilgan guruhlardan keladi. Ko'p fikrlar mavjud mahsulotlarni yaxshilash haqidadir.

Fikrni tadqiq qilish. Kompaniyalar yangi mahsulotni yaratish haqidagi ko'plab fikrlarni qo'llab quvvatlaydi. Keyin ular qaysi mahsulot eng yaxshi muvafaqiyat qozonishi mumkinligini aniqlash uchun bu fikrlarni baxolashadi. Bu yangi mahsulotga talabormi yo'qmi ekanligini aniqlash uchun g'oyalar ko'rib chiqiladi. Boshqa kompaniyalar ham shunga o'xshash mahsulotni taklif

qilishadimi? Mahsulot ma'qul narxlarida ishlab chiqiladimi? Bu maxsulot qonuniy va xavfsizmi?Strategiyani yaratish.Agar maxsulot fikri natija beradigan bo'lib ko'rinsa, keyingi qadam to'liq bozor strategiyasini yaratishdir.Bunda maxsulot uchun mo'ljallangan bozor diqqatli bilan o'rganiladi.Bu yangi maxsulot uchun juda kuchli talab bo'lishi kerak. marketing miksi muqobili potentsial iste'molchilar bilan yaratiladi va tekshiriladi. Muqobillarning bahosi qay biri eng qimmat ekanini aniqlash uchun solishtiriladi.

Mahsulot ishlab chiqarish va moliyaviy rejalar.

Keyin, kompaniya ishlab chiqarish jarayonini yaratadi va va qulayliklar, jihozlar, maxsulotni ishlab chiqarish uchun kerak bo'ladigan odamlarni aniqlashtiradi. Mahsulot xarajatlari va marketing aniqlanadi va mahsulot muvaffaqiyat qozonishiga ishonch hosil qilingan moliyaviy reja tuziladi.

Cheklangan ishlab chiqarish va sinov marketinggi.

Agar yangi maxsulot g'oyasi rejalashtirish orqali amalga oshirilgan bo'lsa, kompaniya cheklangan miqdorda mahsulot ishlab chiqaradi va uni bozorda kam miqdorda sinab ko'radi.

Bu qadam kompaniyaga mahsulot to'liq mahsulotga katta mablag' sarflashdan oldin rejalashtirilganday ishlab chiqarilishi va sotilishiga ishonch hosil qilish imkonini beradi.

Keng ko'lamda mahsulot ishlab chiqarish. Agar oldin qo'yilgan har bir qadam muvaffaqiyat bilan yakunlansa, yangi mahsulot keng ko'lamda ishlab chiqariladi va sotiladi. Kompaniya moliyaviy loyihalar bajarilayotganiga ishonch hosil qilish uchun yana mahsulot ishlab chiqarilishi va sotilishi haqida ma'lumot yig'ishda davom etadi. Raqobatchilar ham kuzatib turiladi, chunki agar mahsulotingiz muvaffaqiyatli chiqsa, ehtimol ular ham raqobatlasha oladigan mahsulot chiqarar. Bir necha muvaffaqiyatsiz mahsulotlar tashlab yuborilishi lozim. To'liq tekshiruvdan o'tgan mahsulotlar rejalashtirish protsedurasidan o'tmagan yangi mahsulotga qaraganda muvaffaqiyatliroq bo'lish ehtimoli ko'proq. Mahsulotning tarkibiy qismlari qaysilar? Xizmatlar

Mahsulotlar kitoblar, qayiqalar, va gamburger kabi siz ko'ra va tekshira oladigan moddiy narsalardir. Marketing mahsulotlar uchun ham xizmatlar uchun ham qo'llaniladi, lekin xizmatlarni sotish qiyinroq. Xizmatlar ishlab chiqarilgann zahoti iste'mol qilinadigan faoliyatdir. Xizmatlar nomoddiy, bu ularning fizik shakli bo'lmaydi degani. Xizmatlar nomoddiy bo'lgani sababli xizmatni tekshirish va uning sizning ehtiyojingga javob beriyotgan yoki yo'qligini aniqlash qiyinroq. Sotuvchilar xizmatni bo'lajak iste'molchilar tushunadigan qilib ta'riflash yo'lini topishi kerak. Amarali xizmat bozori xuddi mahsulot bozori kabi bajarilgan. Ikki bosqichli bozor strategiyasidaxizmatlar sotuvchilari oldin xizmatlar uchun bozorni mo'ljallab oladi. Shundan keyin ular xaridorlarni jalb etuvchi marketing miksin yaratadi. Xizmatning o'ziga qo'shimcha qilib marketing miksi taqsimlash, narxlash, va xizmatni reklamasini o'z ichiga oladi. Xizmatlar tabiatini mahsulotlar tabiati bilan taqqoslash ularning sotilish usulini o'zgartirishni talab etadi. Xizmat ko'rsatish ko'p maxsulotlardek keyingchalik istemol qilish uchun saqlab qo'yilmaydi. Agarda kontsert zalida barcha o'rindiqlar to'lgan bo'lsa, boshqa birorta odam bu tamoshani eshitaolmaydi.Yana tasavvur qiling agar sartaroshning birorta mijozi bo'lmasa xizmat keraksiz bo'lib qoladi. Servis bu- ko'p bosqichlidir, buning ma'nosi ko'rsatilayotgan xizmatning tur va sifati xar xil bo'ladi. Chunki odatda odamlar servis kerak bo'lgandagina uni ta'minlaydi. Unda nazoratmaxsulotlardagiga qaraganda kam bo'ladi. ta'minlovchining moxirligi, tayyorgarligi va motivatsiyasi servis sifatiga ta'sir qiladi. Xizmat ko'rsatishlar **ajralmasdir**. Bu degani ular ishlab chiqarilishi bilan bir vaqtda iste'mol qilinadi. Shaxs yoki texnologiya ishlab chiqargan xizmat xaridorlarga kerak vaqt va kerak joyda ko'rsatilishi kerak. Marketologlar xaridorlardan qachon va qaerda xizmatga ehtiyoj tug'ilishini oldindan aniqlab, o'sha vaqt va o'sha joyda xizmatni amalga oshirishi kerak.Xizmatlar oniydir, bu degani xizmat kerak vaqtda talabiga mos kelishi zarur. Qaysi ma'noda xizmatlar mahsulotlardan farq qiladi.?

Baholash

Asosiy tushunchalar:

Eng to'g'ri javobni aniqlang?

1. **Rost yoki yolg'on.** Kampaniyalar taqdim etayotgan yangi mahsulotlarning ko'pchiligi butunlay yangi emas. Ular mavjud mahsulotning yaxshilanganidir.

2. **Rost yoki yolgʻon.** Marketing tadqiqotlarida birinchi qadam bu: Maʼlumotlar yigʻish jarayonini yaratishdir.

3. Xizmatlar talab boʻlgan joyda kerakli vaqtda talabga javob berishi kerak chunki u koʻp bosqichli oniy ajralmas nomoddiy

Akademik bogʻlanishlarni bajaring.

4. **Tanqidiy fikrlash.**

Internetga muvaffaqiyatsizlikka uchragan yangi mahsulot haqid maqola yoʻzib joylashtiring. Mumkin boʻlgan muvaffaqiyatsizlik sabablarini aniqlang va axborotni qayta koʻrib chiqing. Kompaniyaga oʻsha mahsulotning muvaffaqiyatsizlikka uchrash ehtimolligini kamaytirishi mumkin boʻlgan qisqacha xat yozing.

5. **Tadqiqot.** Sinfdozlaringiz muntazam ravishda foydalanadigan mahsulotni aniqlang? Oʻsha mahsulotning kuchli va kuchsiz tomonlari, mahsulotni yaxshilash yoʻllari haqida sinfdozlaringizning fikrlarini aniqlash uchun 5ta savoldan iborat savolnoma tayyorlang. Soʻrovnomanini kamida 10ta talabga bering. Natijalarni qisqa raport shaklida kamida bitta tablitsa, grafa yoki diagramma kiritgan holda taqdim eting.

Mahsulotlarni narxlash va taqsimlash

Maqsadlar:

1. Mahsulotning sotuv narxi qanday hisoblanishini muhokama qiling.

2. Taqsimlashning bevsita va bilvosita kanallarini farqlang.

Asosiy tushunchalar

Narx 245

Taqsimlash 246

Kanal aʼzolari 247

Chakana sotuvchi 247

Real hayotga diqqat eʼtiborni qaratish

Maks oʻzining yozgi ishini mahalliy kemachilar terminalida boshlayotgan edi. Uning yangi boshligʻi Jon uning vazifalarini tushuntirib berdi. “Biz koʻp kompaniyalarga onlaynda mahsulot xarid qilish uchun beradigan buyurtmalarini toʻldirishgi yordam beramiz. Agar mahsulot isteʼmolchi istagan vaqt va joyga mahsulotni yetkazib berilmasa, agar u tashish vaqtida zararlangan boʻlsa. Yoki tashish narxi xaridor hohlaganidan yuqoriroq boʻlsa bu kompaniyalar oʻzlarining kelgusi xaridorlarini yoʻqotadi.”

Maks: “Men mahsulotni onlayn orqali olayotganimda ularning tashilishini kuzatib tura olaman”, dedi. Jon : “ Biz hamma narsani kuzatib turamiz. Biz mahsulot omborda qancha qolib ketganligi, qancha vaqt olib turilgani, tasimot vatida necha mahsulotning necha foizi zararlangani va boshqa bir necha narsalar haqida maʼumotlar yozib boramiz. Biz shu izohlarimizga qarab muhokama qilishadi. Maqsad1. Mahsulotning sotuv narxi qanday hisoblanishini muhokama qiling.

Qiyamat va narx

Siz biror maxsulot xarid kilmokchi boʻlsangiz, nima toʻlashni kanday aniklaysiz? Siz har doim sotuvchi tomonidan belgilangan narxni toʻlaysizmi? Siz bir qancha kompaniyalarning narxini solishtirib, eng past narxni topishga urinasizmi? Siz aniq summani toʻlash uchun kancha pulingiz borligini hisoblaysizmi,? Sizni sotuvchi foyda olish, bu foyda past yoki yukori ekanligi haqida oʻylaysizmi? Xaridorlar, odatda eng past narxni toʻlashga harakat qilishadi, sotuvchilar esa imkoni boricha eng baland narxni olishga harakat qiladilar. Maxsulotga eng yaxshi narxni aniqlash (belgilash) bu eng qiyin marketing jarayonidir. Narx kelib chiqishining omillari. Koʻp omillar adolatli narx yechimi tomonga oʻtadi. Siz uchun maʼqul boʻlgan narx boshqa isteʼmolchilar uchun maʼqul kelmasligi mumkin. Extimol, bu narx sotuvchiga uchun maʼqul boʻlgan narxdan juda farq qilar. Maxsulotga toʻlangan narxga taʼsir qiluvchi umumiy va hususiy (maxsus) omillar mavjud.

Taʼminlash va talab. Isteʼmol uchun tayyor maxsulot narxi cheklangan maxsulotlar narxidan ancha past boʻladi.

Agar, maxsulotga talab yuqori boʻlsa, narx koʻtariladi.

Talab darajasi past maxsulotlar narxi nisbatan past boʻladi.

Kamyoblik. Agar maxsulotga yaqin, oʻxshash raqib mahsulot kam boʻlsa uning narxi oʻxshashi koʻp boʻlgan maxsulotdan balandroq boʻladi.

Davr.Qachonki maxsulot bozorga birinchi bor kiritilsa ularning narxi biroz balandroq bo'ladi.

Vaqt o'tishi bilan uning narxi asta sekin tusha boshlaydi.

Sezon – mavsum. Ko'p maxsulotlar yilning aynan bir vaqtida foydalaniladi. Qishda kiyim kechak, konditsionerlar va bayram bezaklari qisqa vaqt ichida sotuvda yuqori narxda bo'ladi, yilning qolgan paytida esa ular sotilmaydi.

Narxlar sotuvlar mavsumidan aynan sal avval va mavsum boshida ko'tariladi. Qolgan paytlarda esa pasayadi. **Murakkabligi** – juda murakkab texnik maxsulotlar albatta oddiy mahsulotlardan qimmatroq bo'ladi. Ko'p funktsiyalar va tanlovlarga ega bo'lgan maxsulot kimmatrok bo'ladi.

Qulayligi – Mijozlar odatda kulaylik uchun pul to'lashadi. Agar mahsulotni topish oson bo'lsa va sotuvchi mijoz yuqori sifatli xizmat ko'rsatadi, narx ko'tariladi. Mijozlar agar noqulay joylashgan, ulgurji savdo joylar va xizmat darajasi juda past joylarda xarid kilsa kam pul to'lashni mo'ljallashadi.

Maxsulotni narxlash

Narx bu xaridor tomonidan, maxsulot olish uchun sotuvchiga mahsulot yoki xizmat uchun beriladigan pul. Maxsulot narxi sotuvchidan xaridorga kelguncha o'zgarishi mumkin. Ishlab chikaruvchi odatda oxirgi xaridorga mahsulotni yetkazib beruvchi boshqa bizneslarga narx tayinlaydi. Narx – maxsulotni ishlab chikarishga ketgan xarajat, faoliyat xarajatlari xamda olinadigan foyda yigindisidan kelib chiqadi. 10-4 rasmda sotuv narxini hisoblash uchun formula keltirilgan. **Sotuv narxi** – xaridor tomonidan to'langan pul miqdori.

Maxsulot narxi – ishlab chikarishga ketgan yoki boshqa bizneslar tomonidan mahsulotga to'langan narx.

Faoliyat xarajatlari – mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan barcha xarajatlari. U o'z ichiga – oylik-maosh, mahsulotni saqlovchi va ko'rsatuvchi qurilmalar, kommunal xizmatlar, soliqlar va boshqalarni oladi.

Foyda – barcha soliq va xarajatlardan to'lab bo'lingandan keyin qolgan pul.

Yalpi foyda – narxni belgilashda juda muhim faktor. Yalpi foyda bu sotuv narxi va maxsulot narxi orasidagi farq. U qo'lingizdagi ishlab chiqarishga to'lanadigan va foydani ta'minlaydigan pul miqdorini ko'rsatadi.

Qo'shimcha narx. Yalpi foyda bilan bog'liq narxlash tushunchasi–qo'shimcha narxdir. Qo'shimcha narx sotish uchun mahsulot tannarxiga qo'shiladigan miqdordir. Qo'shimcha narx kutilayotgan yalpi foydaga teng. Qo'shimcha narx mahsulot tannarxi yoki mahsulot sotuv narxi foizida belgilanadi. Agar mahsulot 15\$ tursa va uning qo'shimcha narxi 100% bo'lsa, qo'shimcha narx 15\$ va mahsulot narxi 30\$ bo'ladi. O'sha 30\$li mahsulot sotuv narxida 50 % qo'shimcha narxga ega bo'ladi. Tannarx qo'shimcha narxi va sotuv qo'shimcha narxini hisoblash 10g'5 rasmdagi formulada ko'rsatilgan.

Pasaytirilgan narx. Bizneschilar har doim ham mahsulotni o'z belgilagan original narxlarda sota olmaydi. Agar mahsulotga talab loyihadagidek baland bo'lmasa, agar sotuv mavsumi tugab qolsa, yoki agar mahsulot ko'payib ketsa, bizneschilar narxlarni pasaytirishiga to'g'ri keladi. Pasaytirilgan narx original narxning kamaytirilishidir.

Qo'shimcha narx formulalari
Qo'shimcha narx
Tannarxga qo'shimcha narx
Mahsulot narxi + foiz qo'shimcha narx = tannarxga qo'shimcha narx
Sotuv narxiga qo'shimcha narx
Yalpi daromad + sotuv narxi = sotuv narxiga qo'shimcha foiz qo'shimcha narxi

10 – 5 rasm

Qo'shimcha narx va kutilgan yalpi daromad orasida qanday bog'liqlik bor?

Narxlar tushishi narxlardagi xato deb tushunilishi kerak, chunki u biznesning ishlab chiqarishga ketgan pulni qoplaydigan va foyda olishidan keladigan pulni kamaytiradi. Ammo asl sotuv narxlari mahsulot yangi bo'lganligi va talab katta bo'lgani uchun yuqori belgilangan bo'lishi

mumkin. Kichik narx pasayishlar sotilayotgan mahsulotning qolgan ko'p qismiga haliyam foyda keltirishiga olib keladi. Qolgan mahsulot mahsulot tannarxi va xarajatlarga to'lash uchun juda past narxlarda sotilishi mumkin. Mahsulot sotuv narxini hisoblash formulasi qanday.

2 maqsad Tarqatish kanallari.

1. Taqsimlashning bevsita va bilvosita kanallarini farqlang.

Hindiston yoki Yangi Zelandiyada chiqarilgan qandaydir shaxsiy mahsulotlaringiz bormi? Agar shunday bo'lsa, u sizning magaziningizga bir necha mamlakatlardan o'tib yetib kelguncha bo'lgan jarayon ehtimol murakkab va uzoq vaqt oluvchi jarayondir. Aksincha, siz fermaning mahsulotini xarid qilganmisiz? u yerda mahalliy ishlab chiqaruvchilar mevalar, sabzavotlar va boshqa uyda yetishtiradigan mahsulotlarni sotadi. Mahsulotlar yaqin masofaga olib boriladi va o'sha kunning o'zida ertalab yig'ib olingan bo'lishi mumkin. Ikkala holat ham taqsimot jarayonini tasvirlaydi.

Taqsimlash iste'molchi mahsulot yoki xizmatni topishi, olishi va foydalanishi uchun qo'llaniladigan eng yaxshi usullar va jarayonlarni aniqlashtirishni o'z ichiga oladi. Taqsimlash marketing miksning elementi sifatida mo'ljallangan bozorga mahsulot yoki xizmatni qulay qilish uchun ishlatiladigan joylashuv va metodlardir. Mahsulot jo'natiladigan marshrut va mahsulotni ishlab chiqaruvchidan yakuniy xaridorga yetkazilgungacha jalb etilgan bizneslar taqsimot kanali sifatida ma'lum.

Taqsimot Kanaliga Ehtiyoj

Oldingi iqtisodiy almashuvlarda odamlar mahsulot va xizmatlarni barter qilishgan. agar ikk odam bir biriga kerak bo'lgan narsaga ega bo'lsa, har bir mahsulot qancha miqdorda almashilishi kerakligiga kelishishgan va savdo qilingan. Masalan, bir idish olma 1 yard matoga almashtirilgan bo'lishi mumkin. Taqsimot jarayoni shunga ko'ra oddiy bo'lgan. Murakkab iqtisodiyotda almashuvlar ishlab chiqaruvchi va xaridor o'rtasida mavjud turli farqlarga ko'ra ancha murakkabdir.

• **Miqdordagi farqlar.**

Bizneslar ko'p xaridorlar uchun har bir mahsulotni katta miqdorda ishlab chiqaradi va sotadi. Har bir xaridorga ayni paytda juda kam miqdordag mahsulot kerak bo'ladi.

• **Assortimentdagi farqlar.** Bizneslar bir turdagi maxsus mahsulotni ishlab chiqaradi, xaridorlar esa turli mahsulotlar olishni istaydi.

• **Joylardaga farqlar**

Bugungi kun global iqtisodiyotida ishlab chiqaruvchi va xaridorlarni ko'pincha minglab mil masofalar ajratib turadi. Bizneslar o'z mahsulotini turli mamlakatlarga taqsimlashni hohlashlari mumkin. 246 bet oxiri

• **Vaktdagi farqlar**

Biznes bir vaqtning o'zida katta miqdorda mahsulotlarni ishlab chiqarish bilan samaradorlikka erishadi. Ba'zi bir qishloq xo'jaligi mahsulotlari yilning ma'lum bir vaqtidagina ishlab chiqarilishi mumkin. Iste'molchilar ularni mahsulotlar ishlab chiqarilgan vaqtda emas boshqa vaqt da sotib olishni istashlari mumkin.

Tarqatish kanallari bu farqlarni to'g'irlab turish uchun yaratiladi. Samarali tarqatish kanallari ishlab chiqarilgan mahsulotni katta xajmda oladi va xaridorlarga kerak miqdorga bo'lib chiqadi.

Kanal mijozlarga qulay joylarda mahsulotlarni taklif qilish uchun ishlab chiqaruvchilarda juda ko'p mahsulot to'playdi. Ular ishlab chiqarilgan joydan mahsulotlarni sotish mumkin bo'lgan joyga samarali eltadi. Tarqatish kanallari mahsulotni xaridorlar sotib olishni xoxlagan vaqtgacha saqlaydi. Kanallar va kanal a'zolari Tarqatish kanallarida qatnashuvchi bizneslar kanal a'zolari sifatida ma'lum. Barcha marketing funksiyalar va faoliyatlar kanal a'zolari yoki xaridorlar orqali amalga oshiriladi. Bizneslar tarqatish kanallariga kanal a'zolari ham yoki xaridorlar ham marketing faoliyatni amalga oshirishni istamaganida yoki biznes bu ishni ulardan yaxshiroq yoki arzon narxlarda amalga oshira olganda qo'shiladi. Kanallar ham bevosita ham bilvosita bo'lishi mumkin. Bevosita tarqatish kanalida mahsulot ishlab chiqaruvchidan to'g'ridan to'g'ri iste'molchiga boradi va hech qanday tashkilot bunga aralashmaydi. Bilvosita tarqatish kanali o'z ichiga ishlab chiqaruvchi va iste'molchi orasidagi bir yoki bir necha bizneslarni oladi. Bu boshqa bizneslar bir yoki bir necha marketing funksiyalarni bajaradi. Bilvosita tarqatish kanali ulgurji

savdoni o'z ichiga olishi mumkin. ulgurji savdogarlar ishlab chiqaruvchi va chakana savdogarlar o'rtasida turadi. Ular ishlab chiqaruvchilarning katta mahsulotlarini kichik partiyalarga bo'lib, ularni qayta qadoqlab, chakana savdogarlar va boshqa maishiy sotuvchilarga qayta tarqatadi. Nufuzli nom yoki mahsulotga egalik qilayotgan ulgurji savdogarlar merkant ulgurji savdogarlar deb ataladi. ulgurji savdogarlarning Nufuzga (nom) ega bo'lmagan boshqa turi agentlar yoki brokerlar deb ataladi.

Chakana savdo. Chakana savdogarlar iste'mol mahsulotlarini tarqatish kanalining ma'lum va muhim qismidir. Chakana savdogarlar bilvosita tarqatish kanalidagi eng so'nggi tashkilot. Chakana savdogarlar iste'molchilarga ular uchun qulay joylarda turli mahsulotlarni taklif etadi. Ular iste'molchilarga eng yaxshi mahsulotni tanlashga yordam beradi. Ular moliyaviy va yetkazib berish xizmatlarini ta'minlay oladi. Ular xattoki ta'mirlashlar va boshqa xizmatlarini taklif qilishi mumkin. Chakana savdogarlar ishlab chiqaruvchilarga mahsulotlarni saqlashda, ko'rsatish va reklama qilishda yordamlashadi va ko'pincha mahsulotga yakuniy xaridor sotib olishidan oldin pul to'laydi. Tekshirib ko'ring.

Taqsimlashning bevosita va bilvosita usullar o'rtasidagi farq nima?

Baxolash.

To'g'ri javobni aniqlang.

1. Quyidagi xolatlardan qaysi yuqori narxdan ko'ra pastroq narxda natija beradi.

- a) Yuqori xaridor talabi
- b) Yaroqli mahsulotlarning katta xajmi
- c) Raqobatga yaroqsiz mahsulotlar.
- d) Barchasi kam xarajatda foyda natija beradi

2. Firmalar mahsulotning maxsus turini ishlab chiqarishga asoslanganda,da taqsimlash usulida moslashish kerak.

- a) qavat belgilash
- b) joy
- c) xilma-xil
- d) xajm.

Akademik bog'lanish yaratadi

3 Matematika. Savdo majmua yoki Internet biznesning onlayn katalogiga tashrif buyuring 5 ta mahsulotni aniqlashtiring sotuvdagi va haqiqiy narxini aniqlab belgilang. Mahsulot, haqiqiy narx, sotuvdagi narxi yozilgan jadval tayyorlang.

Yozib olingan xajm va foizini xisoblang siz 5 mahsulotning haqiqiy yoki sotuv narxida sotilish xajmini aniqlang. Dollarda umumiy summa va haqiqiy narxining foizi ancha

4 Izlanish. 7 ta marketing funksiyasini yozing. Sizning ro'yxatingizda birinchi funksiyasida biznes yo'nalishi yoki biznes joylashtirishda Internetdan foydalaning. Biznesni tasimlashning bilvosita usulini tanlang. Buni har bir funktsiya bajaring.

Reklama rejasi.

Maqsad:

- 1. Marketingda muloqotning ahamiyatini tushuntirib berish.
- 2. Rivojlantirishning sodda turlarini ifodalash.

Kalit so'zlar:

Rivojlantirish 249

Foydali muloqot 250

Shaxsiy sotuvchilik 251

Reklama biznesi 252

Mol oldi-sotdi ishlari 253

Xaqiqiy xayotdagi analiz.

Reklama agenti Melodi yangi mijoziga Kallista Vitfordga agentlik servisini sotishga xarakat qilmoqda. Melodi: Mijoz muomalasiga ta'sir ko'rsatadigan eng kuchli marketing usuli bu uning mavqeini ko'tarishdir. Kallista: Shunaqami. Melodi: Xa u mijozlar e'tiborini jalb etadi va ularning nimaga muhtojligini eslatadi. Reklama esa ularning hissiyotlarini uyg'otadi va sotib olishga majbur qiladi. Kallista: Qanaqa qilib Reklama ta'sir ko'rsatadi? Reklamada odatda rasm til

va xatto ranglar va matn mavzusi, orqa bezaklar uchraydi. Bularning xammasi odamda xursandchilik zavq qo‘rquv yoki g‘amg‘inlik to‘yg‘ularini keltirib chiqaradi. Biz shunaqa reklama tayyorlimizki u klientlarda sizning maxsulotingizga nisbatan yaxshi tasurot qoldiradi.

Muloqot va rivojlantirish.

Maxsulot rivojlantirish xar xil biznes tashkilotlari davlat korxonalari politika kondidatlari tomonidan reklama ko‘rinishida sizga yetkaziladi. Xar kuni gazetalar televizion va radio dasturlari va pochta manzillari reklamalar bilan to‘lib ketadi. Avtobus panellarida taksida va jamoat joylarida va xattoki afisha ko‘rinishida reklamalar uchraydi. Ular sizdan xar doim nimadur sotib olishingizni va nimadur xaqida fikringizni o‘zgartirishingizni talab qiladi. Xar safar Internetga kirganizda xar xil reklamalarga o‘chraysiz. Biznes korxonalari ishonadiki maxsulotni reklama orqali rivojlantirish kuchli usul xisoblanadi, lekin xar doim foydalimi? Maxsulotni reklama orqali rivojlantirish to‘g‘ri foydalanganligini nima aniqlashtirib beradi? Maxsulotni reklama orqali rivojlantirish bu muloqotni bir turi xisoblanib malumot yetkazib berish ishontirish yoki yeslatish vazifasini beradi. Bu bilim ishonch Maxsulotga bo‘lgan fikrlarga tasir o‘tkazadi. Marketologlar foydali rivojlantirishni rejalashtirish uchun muloqot jarayonlarini tushinishlari lozim. Va ular shu orqali mijozlarga yeng foydali muloqot usulini to‘g‘ri malumot va tushintirish ko‘rinishida yetkazadi.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

1. L.R. Dabay and others/Principles of business/2012. 600p.
2. Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010. 694p.

Қўшимча адабиётлар

45. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
46. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
47. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
48. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz
www.gov.uz
www.lex.uz
www.mf.uz

13- Mavzu. Biznes va texnologiya

Reja:

1. **Kompyuter tizmlari.**
2. **Texnologiyalar biznes ilovasi**
3. **Boshqa texnologik nashrlar**

Jamiyatda kompyuterlarning o'рни.

Kompyuterlar hamma joyda bor. Bu elektron qurilmalar do'konlardagi buyurtmalar, test natijalari va sport statistikalari amalga oshiradi. Biznesda kompyuterlar ma'lumotlar almashinuvida foydalaniladi. Shuningdek, kompyuterlar binolarni loyihalashtirishda, transportlarni nazorat qilishda va tibbiy test natijalarini tekshirishda ishlatiladi. Deyarli har bir biznes faoliyatida kompyuterning biror turidan foydalaniladi. Istalgan kompaniya o'zining narxlarini nazorat qilishi, resurslarini boshqarishi va raqobatbardoshlikni ushlab turishi kerak. Siz kundalik cheklar, bitimlardagi millionlar, maktab hisobotlari haqida o'ylasangiz kompyuterlarning muhimligini tushunasiz. Har kun banklar, marketlar, zavodlar, ofislar, uylar va tashkilotlar computer tizimlaridan foydalanish ko'lamini ortib bormoqda. Menejerlar kompyuterlashgan muhitda rejali ish olib borish va qarorlar qabul qilishni o'rganishlari shart.

Kompyuter tizimi elementlari.

Video o'yinlar, aqlli telefonlar va avtomatlashgan tizimlarning barchasida 4ta asosiy komponentalar bor. Bular:

1. Ma'lumot kiritish qurilmasi.
2. Ma'lumot almashish qurilmasi.
3. Xotira va saqlash.
4. Ma'lumotlarni qayta ishlash.

Kompyuterning moddiy elementlari kompyuter qurilmalari hisoblanadi. Masalan, klaviatura, mikrofon, kamera, monitorlar, chiplar, printerlar va boshqalar. Kompyuter qurilmalari tezlik bilan o'zgarib, ko'payib bormoqda. Masalan, bugungi kunda ko'plab kompyuterlar ovoz, grafika, animatsiya va videolar bilan ishlay oladi. Smartfonlar ham ba'zi kompyuter funksiyalarini bajaradi. Hardwarening teskarisi bu dasturiy ta'minot (software) hisoblanadi. Biznesda dasturiy ta'minotning har xil turidan foydalaniladi. Bu matnli fayllar, elektron jadvallar, ma'lumotlar bazasi, taqdimot va aloqa tizimiga oid dasturlarni o'z ichiga oladi.

Kompyuter tarmog'ining umumlashgan tuzilmasi

Kompyuter tarmog'i kup mashinali assotsiatsiyaning oliy shakli sanaladi. Kompyuter tarmog'ining kup mashinali xisoblash kompleksidan asosiy farkini kursatamiz.

Birinchi fark - xajm, ulcham. Kup mashinali xisoblash kompleksi tarkibiga odatda bitta binoda joylashgan ikkita, kupi bilan uchta EHM kiradi. Hisoblash tarmog'i bir-biridan bir necha metr dan tortib un, yuz va xatto ming km uzokda joylashgan unlab, yuzlab EHMdan iborat bulishi mumkin.

Ikkinchi fark - vazifalarning EHMlar urtasida bulinishi. Agar kup mashinali xisoblash kompleksida ma'lumotlarni kayta ishlash, ularni uzatish va tizimni boshkarish bitta EHMda bajarilgan bulsa, xisoblash tarmog'ida bu vazifa turli EHMlar urtasida taksimlangan.

Uchinchi fark - tarmokda xisoblarni marshrutlashtirish vazifasini xal etish zarurligi. Tarmokda xar bir EHMdan boshkasiga EHMlarni bir-biri bilan bog'lovchi aloka kanallarining axvoliga karab uzatilishi mumkin. Hisoblash texnikasini, aloka apparaturalari va ma'lumotlarni uzatish kanallarini bitta kompleksga birlashtirish kup mashinali assotsiatsiyaning xar bir elementi tomonidan uziga xos talablar suraydi, shuningdek maxsus atamalarning shakllanishini talab kiladi.

Tarmok abonentlari - tarmokda axborotlarni yuzaga keltiruvchi yoki iste'mol kiluvchi ob'ektlar. Aloxida EHMlar, EHM komplekslari, terminallar, sanoat ishlari, rakamli dastur orkali boshkariladigan dastgoxlar va xokazo abonent bulishi mumkin. Har kandy abonent tarmog'i stansiya ulangan. **Stansiya** - axborot uzatish va kabul kilish bilan bog'lik vazifalarni bajaruvchi apparatura. Abonent va stansiya majmuini abonent tizimi deb atash kabul kilingan. Abonentlarning uzaro alokasini tashkil etish uchun uzatuvchi moddiy vosita kerak. Uzatuvchi moddiy muxit bu aloka tarmog'i yoki elektr signallari tarkatiladigan kenglik va ma'lumotlarni uzatish apparaturasi. Bunday yondashuv xar kandy kompyuter tarmog'ini abonentlar tizimi va

kommunikatsiya tarmog'ining majmui sifatida kurib chikishga imkon beradi. **Hisoblash tarmog'ining tasnifi** Abonent tizimining xududiy joylashuviga kura xisoblash tarmog'ini uchta asosiy sinfga bulish mumkin:

- global tarmoklar (WAN - Wide Area Network);
- mintakaviy tarmoklar (MAN - Memrorolitan Area Network);
- lokal tarmoklar (LAN - Local Area Network).

Global xisoblash tarmog'iturlimamlakatlarda, turlikit'alardajoylashganabonentlarnibirlashtiradi. Abonentlar urtasidagi uzaro aloka telefon tarmog'i, radio-aloka va yuldosh orkali aloka tizimi bazasida amalga oshiriladi. Global xisoblash tarmog'i barcha insoniyatning axborot resurslarini birlashtirish va ushbu resursga kirishni tashkil etish muammosini xal etadi.

Regional (mintakaviy) tarmoklar bir-biridan ma'lum bir masofada joylashgan abonentlarni bog'laydi. U aloxida mamlakatning katta shaxridagi, iktisodiy mintakadagi abonentlarni uz ichiga oladi. Mintakaviy xisoblash tarmog'ining abonentlari orasidagi masofa unlab, yuzlab km ni tashkil kiladi.

Lokal xisoblash tarmog'i uncha katta bulmagan xududda joylashgan abonentlarni birlashtiradi. Hozirda lokal xisoblash tarmog'i tarkalgan xududda anik chegara yuk. Odatda bunday tarmok anik bir joyga bog'langan. Lokal xisoblash tarmog'iga mansub sinfga aloxida korxonalar, firmalar, banklar, ofislar tarmog'i kiradi. Bunday tarmok 2-2,5 km xududni kamrab oladi. Global, mintakaviy (regional), lokal xisoblash tarmoklari kup tarmokli ierarxiyani tashkil etadi. Ular ulkan axborot tuplamini kayta ishlovchi kuchli iktisodiy vositani yaratib, cheksiz axborot resursiga kirish imkonini beradi. Lokal xisoblash tarmog'i mintakaviy tarmok tarkibiga komponent sifatida kirishi mumkin. Mintakaviy tarmok global tarmokka kirishi va nixoyat, global tarmok murakkab tuzilmani tashkil etishi mumkin.

Misol. INTERNET kompyuter tarmog'i mashxur global tarmok xisoblanadi. Uning tarkibiga kuppina erkin birlashgan tarmoklar kiradi. INTERNETga kiruvchi xar bir tarmok ichida anik aloka tuzilmasi va ma'lum boshkaruv tarkibi mavjud. INTERNET ichida ma'lum bir foydalanuvchi uchun turli tarmoklar urtasidagi birlashish tuzilmasi va usullari xech kanaka axamiyatga ega emas. Hozirdagi kunda xar kandy boshkaruv tizimining ajralmas unsuri bulib kolgan shaxsiy kompyuterlar lokal xisoblash tarmog'i yaratish borasida shov-shuvga sabab bulmokda. Bu xam uz navbatida zamonaviy axborot texnologiyasini ishlab chikish zaruriyatini keltirib chikardi. Shaxsiy kompyuterlar fan va texnika, ishlab chikarishning turli tarmoklarida kullash amaliyoti shuni kursatdiki, xisoblash texnikasini tatbik kilishda aloxida ShK emas, balki lokal xisoblash tarmoklari kuprok samara beradi. Har kandy kommunikatsiya tarmog'i albatta kuyidagi asosiy komponentlarni: uzatish (peredatchik), xabar, uzatish vositasi, kabul kilish (priyomnik)ni uz ichiga oladi.

Kompyuter tarmoqlari.

Biznes va maktablarda asosan kompyuter setlar orqali aloqa qilinadi. Internet dunyodagi eng yirik va mashhur kompyuter tarmog'i hisoblanadi. Internetdan asosan 2ta maqsadda foydalaniladi: pochta orqali ma'lumot almashish va WWWga kirish. Butun jahon o'rgimchak to'ri web deyiladi. Bu odamlarga xohlagan mavzuda ma'lumot olishga yordam beradi. Web matn, rasm, giperaloqa, grafika, animatsiya, video va audiolardan foydalanadi. U cheksiz ma'lumotlar omboridir. Global internet tarmog'i ma'lumot almashish, electron savdo qilish va millionlab odamlarni bir-biri bilan aloqa qilishini ta'minlab beradi. WWW shuningdek, biznes bitimlar tuzishda muhim asos sanaladi. Ba'zan intranet deb ataladigan mahalliy kompyuter tarmog'i tashkilotning xususiy kompyuter tarmog'idir. U ham internetnikidek aloqa standartlariga asoslanadi. Intranet internetning kichikroq versiyasi bo'lib, undan ishchi-xodimlar foydalanadi. Intranetning websayti oddiy websaytga o'xshaydi, lekin u xususiy va faqat ro'yxatdan o'tgan foydalanuvchilar kirishi mumkin. Internetdek intranet ham ma'lumotlar almashishda foydalaniladi. Intranet kompaniyalar uchun pul va vaqtni tejash uchun samarali vosita sanaladi. U tashkilotga yetarli foyda keltirishi mumkin.

Menejment information tizimlari.

Biznesda qaror qabul qilish uchun menejerlarga ma'lumotlar zarur. Menejment informatsion tizimlari tashkilotda informatsiyalar almashinuvini tartibga soladi. Kompyuter tizimlari va dasturiy ta'minotlar menejment informatsion tizimlarining asosiy qismlari hisoblanadi. Kompaniya keyingi uch oy ichidagi bo'lim budjetining daromad va xarajatlar haqidagi ma'lumotlarga muhtoj bo'lishi mumkin. Budjetdagi oldingi va kelajakdagi information ma'lumotlar keyingisini belgilashda yordam berish mumkin. Budjetlar kelajak uchun qarorlar qabul qilish va rejalar ishlab chiqishda samaralidir.

Menejment informatsion tizimlarining bo'limlari.

1. Moliyaviy informatsiya: budjetlar, sotuv hisobotlari va moliyaviy bayonotlar.
2. Ishlab chiqarilgan mahsulotlar miqdori va uskunalar haqidagi informatsiyalar: ishlab chiqarishga oid xulosalar, uskuna va ta'minotlar ro'yxati, tugatilgan mahsulotlar bayonoti.
3. Marketing vasavdo haqidagi informatsiyalar: xaridorlar ehtiyojlari haqidagi ma'lumotlar, joriy iqtisodiy vaziyatlar va raqobatchilarning harakatlari.
4. Inson resurslari haqidagi informatsiyalar: oylik maoshlar, ishchilar foydasi va ishchilarning o'sishi.

Ma'lumot omborlari.

Menejment information tizimlari ma'lumotlari bir necha manbalardan olinadi. Tashqi ma'lumotlar ombori bu tashkilot tashqarisidagi informatsiyalardir. Moliya institutlari, hukumat agentliklari va xaridorlar tashqi ma'lumotlar omboriga misol bo'ladi. Buning aksi esa, ichki ma'lumotlar ombori bo'lib, u tashkilot ichidagi informatsiyalardir. Ichki ma'lumotlar bazasi buxgalteriya hisobotlari, uskunalar haqidagi ma'lumotlar va kompaniya savdo hajmini o'z ichiga oladi. Ma'lumotlarni olib turish oson bo'lishi mumkin, lekin ularni o'zgarishini o'rganib borish menejment information tizimining asosiy maqsadi hisoblanadi.

Xizmatlar ko'rsatishda texnologiya.

AQShdagi ishchilarning 60%dan ko'prog'i xizmat ko'rsatish sohalarda ishlaydi. Bu tashkilotlarda kompyuterlardan foydalanish keng ko'lamda olib boriladi.

Jamoat xizmatlari.

Hukumat agentliklari hisobotlarni saqlash uchun kompyuterlardan foydalanadi. Masalan, AQShdagi federal tashkilotlar harbiylar va ishchilar haqidagi ma'lumotlarni maxfiy saqlaydi. Agentliklar har doim kompyuterlardan foydalanish hajmini kengaytirib bormoqda. Tibbiy ma'lumotlar insonlar hayotini saqlab qolish uchun sekundlar ichida topiladi. Jinoyatdan saqlanish uchun, jinoyatdan keyingi ma'lumotlarni boshqa bo'limlarga ma'lumotlar ichida jo'natish mumkin. Qachonki kimdir mamlakatning boshqa joyiga ko'chib o'tsa, bo'limlar yoki agentliklar bu haqida osonlik bilan ma'lumot almashishi mumkin.

Ta'lim.

Kompyuterlar muhim o'qitish quroliga aylanib bo'lgan. Kompyuterlar ishchilarning mutaxassisligin ma'lum darajada tekshirish imkonini yaratadi. Ofis ishchilari o'zlarining kundalik ishlari mobaynida matnli dasturiy ta'minotlardan foydalanishadi. Shu bilan bir vaqtda ular grammatika, punktuatsiya, talaffuz qilish va hujjatlardan foydalanishadi. Uchuvchilar o'zlarining uchish malakalarini oshirish maqsadida kompyuterlashgan tasvirlardan foydalanishadi. Kompyuter o'quv qo'llanmasi(KO'Q) deb, insonlar o'z faoliyatlarida malakalarini oshirish yoki o'rganishda kompyuterlardan foydalanishlarga aytiladi. KO'Q bilan talabalar o'z ehtiyojlari uchun ishlashiga xizmat qiladi. Shuningdek, talabalarining universitet binosiga borishlariga ham to'g'ri kelmaydi. Talabalar markaziy mashg'ulot markazlariga bog'langan kompyuter tarmog'i sistemalaridan uylarida foydalana olishadi. Ish joylarida kompyuter va axborot texnologiyalarini o'rganishga bo'lgan talab oshib bormoqda. Kompyuterni bilib siz dunyo biznesida yaxshigina maosh to'lanadigan ishlar bilan raqobatlasha olasiz.

Sog'liqni saqlash

Kompyuter shifoxonalarda va tibbiyot fakultetlarida keng ko'lamda foydalaniladi. Davolash jarayonida be'morning sog'lig'ining o'zgarishi ekranda ko'rinib turadi. Professor shifokorlar shaharni tark etmasdan qishloqdagi kasal be'morlarni ko'ra oladilar. Video konferensiya binolarida telemeditsinadan foydalanib, turli mintaqalardagi eng yaxshi mahalliy

shifokorlar diagnostika qo'ya olishadi. Texnologiyaning bu turi endigina iqtisodiy rivojlanayotgan hududlarda sog'liqni saqlashni kengaytirishda yordam beradi.

Moliyaviy xizmatlar

Tolovlarni online to'lash, qarzlaringiz haqida ma'lumotni tekshirish, aloqalar va yetkazib berishni yo'llash moliyaviy harakatlarning kompyuterlashganiga bir nechtagina namunalar. Electron buyurtma berish va boshqa moliyaviy xizmatlar haridorlarga odatiy buyurtma berish vaqtlari orasida biznes qilish imkonini beradi. Xalqqa, bizneslarga va ishchilarga maosh to'lash, global va xususiy kompyuter tarmog'i orqali yetkaziladi. Ko'p odamlar kredit kara va chek varaqalari bilan yaqin do'st. siz aqlli kartalarning mavjudligidan xabardor emasdirez. Bu silicon chipli plastik kartochkalardan axborot yetkazishda foydalaniladi. Kartadagi chip to'lovlarining tarixi, joriy mavjud hisobingizni sifatida ma'lumotlarni yetkazadi. U hattoki kutilmagan vaziyatlarda tibbiy ma'lumotlarni ham yetkazishi mumkin. Kartochka sayohat va boshqa joylar uchun shaxsiy ro'yxatni saqlovchi sifatida xizmat qiladi. Qo'shimcha qilib aytganda, aqlli karta mashinangizni kalitlarsiz qo'zg'atish yoki qulflashda, ish joyingizga kirishga ruxsat berilmaganda, Tovar xarid qilayotganingizda ayirboshlashda foydalanilishi mumkin. Mobil telefonlar va boshqa simsiz texnologiyalardan foydalanish ba'zan "m-commerce"(qo'l telefonlari uchun m) deb ataladi. Turli hil qo'lda ko'tarib yuriladigan qurilmalar e-commerce faoliyatining sifatli namlari va kengayganlaridir. Bir zumda xabar yuborish, savdo qilish, buyurtma berish, musiqa va sport videolarini online sotib olish oddiy hol. Dunyo aholisining 70% ga yaqini yaqin kelajakda simsiz texnologiyalardan foydalanadi.

E-COMMERCE

Siz hiyobon orqali ishga borasiz. Siz kiyim savdo majmuasidan o'tayotganingizda, sizning qo'l telefoningizda 1ta xabar ko'rindi. Hozir bahor uchun maxsus suvkurtkalar \$34,95. Bu taklif qilingan yordam e-commerce va simsiz aloqaning ajoyib qobiliyatining eng tez namunalaridan biri.

E-commerce internet va boshqa texnologiyalardan foydalanib biznes kelishuvini tartibga solishi dalil qilib ko'rsatadi. Bu online biznes faoliyatlari tuzilmalar soxasidan keladi. Kompaniyaning deyarli har bir soxasi e-commerce ga moslashtiriladi. Judayam oddiy e-commerce faoliyatlari o'z ichiga oladi:

- Maxsulot haqidagi axborotni ta'minlash;
- Kompaniyaga ko'maklashish;
- Online savdo qilish;
- Bozor tadqiqotlarini nazorat qilish;
- To'lovlar qilish;
- Takliflarni va vazifalarni olish;
- Kemalarga yuk ortishni kuzatish.

e-commerce turlari

e-commerce kompaniyalarga geografik, moliyaviy va siyosiy cheklashlarning kelgusi limiti imkoniyatlarini ochadi. Bu online iqtisodiy faoliyatlar 2ta sotish va 2ta sotib olish xizmatlari bilan 4ta asosiy modelni qamrab olgan: biznes(B), xaridor (C). Birinchi va eng taniqli model bu business-to-consumer(biznes va xaridor), ya'ni B2C. Turli geografik bozorlardagi mahsulotlarning keng ko'lamda sotilishini B2Cning o'sishi hosil qiladi. Amazon.com va Dell kabi online kompaniyalar buning namunalaridir. Ikkinchi e-commerce modeli bu Business-to-Business, ya'ni B2B. Bu online ayirboshlashlar e-commerce ning eng kata va eng tez o'sadigan qismi hisoblanadi. Ular internet xizmatlarining 90%idan ko'prog'ini tushuntiradi. Misollar Ford va General Motors ularning talablarini online tarzda sotib olishi. Consumer-to-Business, ya'ni C2B e-commerce ning 3-modeli. C2Bda xaridorlar biznesga narx takliflari orqali online xizmatlarni keltirib chiqaradi. Online kompaniya Priceline bu kategoriyaning eng birinchi kompaniyasidir. Priceline sotuvchilarga mehmonxona va aeroport biletlariga o'xshash mahsulotlar va xizmatlar uchun narx qo'yishga ruxsat beradi. Havo yo'llari va mehmonxonalar shunda taklifga rozi bo'lishga qaror qabul qilishadi. Garchi C2B faoliyati hozirgi vaqtda e-commerce ning asosiy qismi bo'lmasa ham, u yangi texnologiyalar va xaridorlar tashabbuslarini kengaytira oladi. Oxirgisi, Consumer-to-Consumer (C2C) e-commerce ning 4-modeli hisoblanadi. Iste'molchilar orasida ayirboshlash va

auksionlar, sotish va sotib olish ko'payib bormoqda. Online tizimlar orasida kelishuvlarning tezligi va osonligi C2C ga katta yordam beradi. Bunga online eBay kompaniyasi misol bo'ladi.

Global e-Commerce

Internetga asoslangan kompyuter tizimlari ma'lumotlarni bir tildan boshqasiga tarjima qilishga, kompyuterdan uzoqlashmasdan dunyo bo'ylab biznes olib borishga imkon yaratadi. Zarur ma'lumotlarni uzatish bitta tugmani bosish bilan kompyuteringizda amalga oshadi. Rivojlangan global biznes jahon bozori va xalqaro aloqalarda muhim ahamiyatga ega. Import va eksport kompyuter orqali amalga oshirilishi mumkin. Tovarlar eng yaqin joydan vaqt va pulni tejash maqsadida kemadan jo'natiladi. Masalan, siz Italiyadan kompyuterda foydalanib, kompaniyaga narsa buyurtma berishingiz mumkin. Qachonki italyalik sotuvchilar sizning buyurtmangizni qabul qilsa, u ko'rib chiqiladi va keying kuni siz mahsulotni qabul qilasiz. Siz italiyaliklarga haq to'laysiz. Keyinroq, Italiyan kompaniyasi o'zining hisob raqamini aytadi va kompyuterlashgan bank tizimi orqali siz pul o'tkazasiz. Birgalikda biznes qilishning yana bir usuli videokonferensiya hisoblanadi. Bu tizim turli geografik joylarda bo'lgan odamlarga yuzma-yuz gaplashishiga imkon yaratadi. Bunda ko'pincha tijorat taqdimotlari, mashg'ulotlar va boshqa suhbat turlaridan foydalaniladi. Masalan, Perudagi marketolog yoki sotuvchilar Limadagi o'z ofislarini tark etmasdan turib Ispaniya, JAR, Pokiston, va AQShdagi xaridorlariga taqdimot qila oladi.

Ish joyining texnologiyasi.

Kompyuterlar deyarli barcha biznes sharoitlarida mavjud. Ular ish tezligi va unumdorligini oshishiga yordam beradi. Kompyuterlarni neft konlarida, omborxonalarda, savdo markazlarida, kasalxonalarda, ofis va fabrikalarda uchratish mumkin.

Robotlar

Siz ko'rgan ilm-fanda kinolardagi robotlar va kompyuter tizimlarining ko'pchiligi bizning koinotdan tashqarida yoki kelajakda. Real hayotda robotlar dasturlashgan mexanik qurilmalar ko'plab fabrikalardagi kabi kundalik ishlarni bajarishni taqozo qiladi. Robotlardan foydalaniladigan takrorlanuvchi ishlaradan biriga misol yig'ish konveyri hisoblanadi. Oldingi robotlar avtomobilga bolt qotirish kabi oddiy ishlarni amalga oshirar edi xolos. Bugungi kunda, robotlar ko'rish, eshitish, hid bilish va his qilish qobiliyatlariga ega. Robotlarning kuniga 24 soat ishlash imkoniyatiga ega. Bu kompyuterlashgan ishchilar koinot, suvosti yoki yerosti kabi xavfli sharoitlarda ishlashi mumkin. Uy robotlaridan foydalanish pol artadigan, o't o'radigan robotlar yoki ko'ngilxushlik sabab o'sib bormoqda.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

- 1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p.
- 2.Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

9. Қўшимча адабиётлар

49. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
50. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
51. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
52. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz
www.gov.uz
www.lex.uz

14 -Mavzu: Moliyaviy menejment

- 1.Moliyaviy reja: mohiyati, vazifalari va bosqichlari.
- 2.Moliyaviy rejalashtirishning turlari.
- 3.Korxonada budjeti va sarmoyalarni budjetlashtirish.
- 4.Moliyaviy prognozlashtirish.
- 5.Moliyaviy rejalashtirish prinsiplari va usullari
- 6.Daromadlar va xarajatlar balansi.
- 7.Korxonada biznes rejasining tarkibiy qismlari.

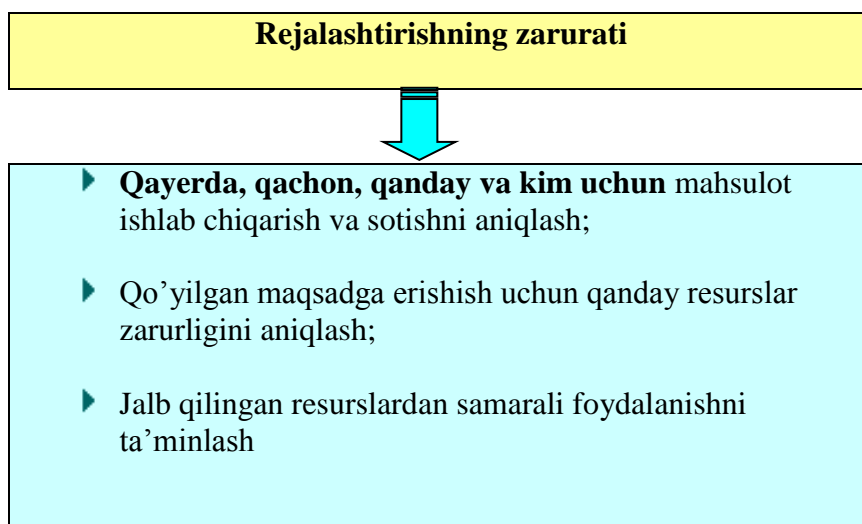
Moliyani boshqarishni shakllantiruvchi tashkiliy - tuzilmaviy apparatga moliyaviy apparat deyiladi. Moliya tizimining barcha soha va bo'g'inlarida, maqsad qilingan natijaga erishish uchun moliyaviy boshqaruv subyektlaridan o'z yo'nalishlari bo'yicha samarali foydalaniladi. Biroq, ular uchun moliyaviy boshqaruvning umumiy uslub va qoidalari mavjuddir. Jumladan, moliyani boshqarishda bir nechta umumiy xususiyatga ega bo'lgan funksional elementlar mavjud:

1. Rejalashtirish;
2. Operativ boshqarish;
3. Nazorat.

Moliyani boshqarish funksional elementlari ichida asosiy o'rinni rejalashtirish tashkil qiladi. Chunki aynan rejalashtirishda subyekt har tomonlama o'zining moliyaviy holatini baholay oladi, ya'ni moliyaviy resurslarning qanday holatdali, qanday ko'rsatkichlar moliyaviy resurslardan ustuvor ahamiyatga molik bo'lgan yo'nalishlarda foydalanilishi va h.k.

Rejalashtirish – miqdoriy va sifat xarakteridagi maqsadni belgilashning ishlab chiqish va qabul qilish hamda unga erishishning eng samarali yo'lini aniqlash jarayonidir.

Moliyaviy rejalashtirishning obyekti bo'lib xo'jalik subyektlari va davlatning moliyaviy faoliyati hisoblanadi. Har bir xo'jalik subyekti moliyaviy rejasini tuzadi, ya'ni bu alohida muassasaning smeta xarajatlaridan tortib to davlatning yig'ma moliya balansigacha qamrab oladigan muhim jarayondir. Har qanday moliya rejasida ma'lum bir davrga mo'ljallangan hamda moliya va kredit tizimi bilan bog'lik bo'lgan daromadlar va xarajatlar aniqlanadi. Umuman olganda moliya tizimining barcha soha va bo'g'inlarida, faoliyatidan kelib chiqib, moliyaviy rejalar tuziladi. Masalan: tijorat asosida faoliyat ko'rsatadigan xo'jalik subyektlari daromadlar va xarajatlar balansi, notijorat asosida faoliyat ko'rsatadigan muassasalar esa smeta xarajatlari ko'rinishida moliyaviy reja tuzadilar.



Moliyaviy rejalashtirishning aniq vazifalarini moliya siyosati aniqlab beradi. Ular tarkibiga quyidagilar kiradi: rejali topshiriqlarni bajarish uchun zarur bo'lgan moliyaviy resurslar miqdori va ularning manbalari; xarajatlarni iqtisod qilish va daromad rezervlarini oshirishni aniqlash; markazlashgan va markazlashmagan fondlar o'rtasidagi taqsimlashlarni optimal yo'llarini qidirib topish va boshqalar. Bozor iqtisodiyoti moliyaviy rejalashtirishni rad etmaydi. Ammo, bozor

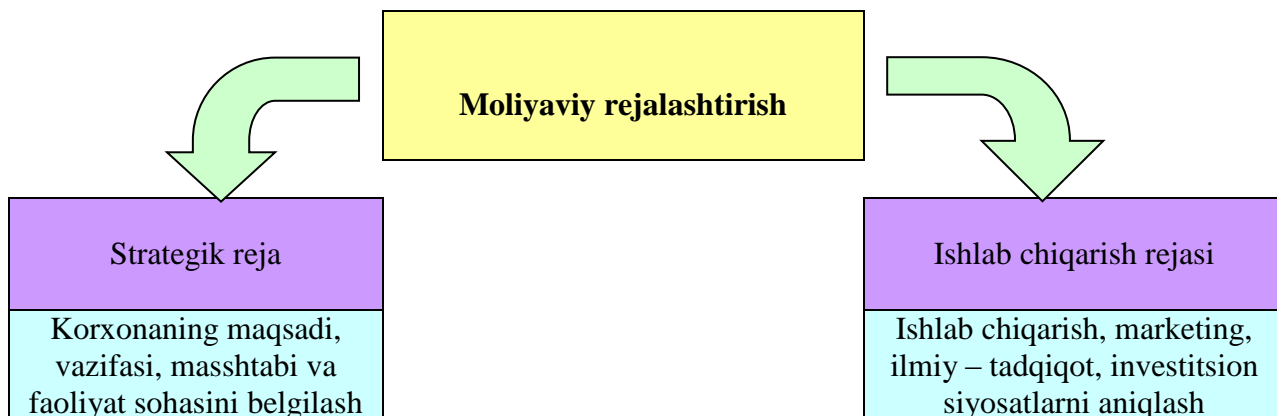
munosabatlari rejali iqtisodiyotga qaraganda rejalashtirishni egiluvchan, ya'ni davr talabiga moslab o'zgartirib boradi. Boshqarishning mohiyatini shakllantiruvchi qator yondashuvlar bizga ma'lum bo'lib boshqarish tizimi elementlari sifatida rejalashtirish, operativ boshqarish va nazorat tizimlarini yuqorida ko'rib o'tdik. Masalan, P.Durker boshqarishning umumiy funksiyalari ketma ketligini: rejalashtirish, nazorat, tashkil qilish, kommunikatsiya, motivatsiya kabi elementlarini keltiradi. Moliyaviy rejalashtirish bir nechta uslublarga tayangan holda amalga oshiriladi. Shulardan asosiylari bo'lib quyidagilar hisoblanadi:

1. Ekstrapolyatsiya usuli;
2. Normativ usuli;
3. Matematik modellashtirish usuli.

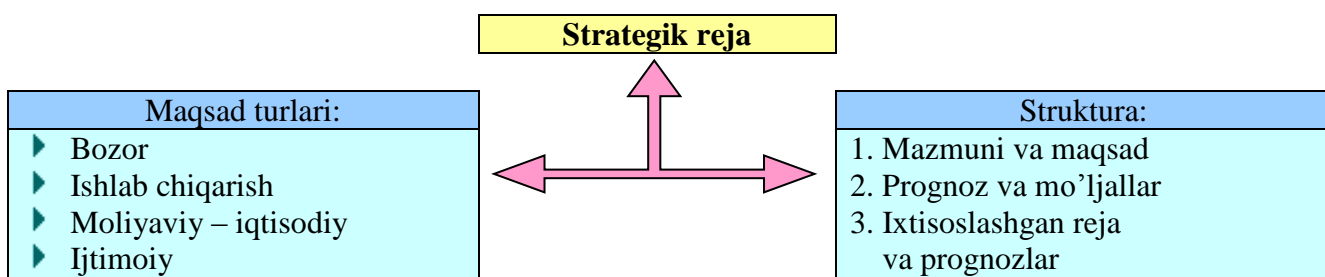
Ekstrapolyatsiya usulining mohiyati shundaki, o'tgan hisobot davrining moliyaviy natijalaridan xulosa chiqarib kelgusi hisobot yili uchun moliyaviy rejani tuzishni ko'zda tutadi. Moliyaviy ko'rsatkichlarning prognoz va rejali hisob kitoblari turli usullardan foydalanishga asoslanadi. Ekstrapolyatsiya usuli moliyaviy ko'rsatkichlar va ularning dinamik o'zgarishlariga asoslanadi. Moliyaviy ko'rsatkichlar hisobot yilidagi ko'rsatkichlar asosida amalga oshiriladi.

Normativ usulda, belgilangan norma va normativlardan foydalanish ko'zda tutiladi. Masalan: byudjet muassasalarida 1-sinfda nechta bola o'qishi lozim, sanatoriyada qancha joy bo'lishi kerak va h.k. *Matematik modellashtirish* usulida real iqtisodi va ijtimoiy jarayonlarni takrorlovchi moliyaviy modellar tuzish orqali amalga oshiriladi. Moliyaviy resurslarni manbalarini ulardan foydalanish bilan muvofiqlashtirish asosidagi rejalashtirish jarayoni balans usuli hisoblanadi. Moliyaviy reja va unig turlari. Rejalashtirish miqdoriy va sifat tavsifidagi maqsadlarni ishlab chiqish va qabul qilish hamda ularga erishishning samarali yo'llarini aniqlash jarayonlarini o'zida aks ettiradi. «Maqsadlar daraxti» shaklida ishlab chiqilgan maqsadlar boshqarishning mazkur darajasida muhim hisoblangan ko'rsatkichlar tizimida hisob-kitoblar imkoniyati bo'yicha tavsiyalanadi. Rejalashtirish jarayonidagi boshqaruv qarorlari moliyaviy axborotlarni tahlil qilish natijalari asosida qabul qilinadi. Makro va mikro darajada moliyaviy rejalashtirishning zarurligini bir qancha sabablari mavjud bo'lib, bizning fikrimizcha, kelajakdagi faoliyat va natijalarning mavhumligi, rejaning yo'naltiruvchanlik rolini mavjudligi, iqtisodiy shart sharoitlarning optimallashtirilishi hisoblanadi. O'zbekiston Respublikasidagi hozirgi iqtisodiy vaziyat davlat va korxonalar moliyasidagi rejalashtirish jarayonlarida ma'lum mukammalashuvlar amalga oshirish zaruratini keltirib chiqaradi. Rejalashtirish jarayonida yuqorida keltirilgan har qaysi usullardan foydalaniladi. Masalan, budjetni rejalashtirish jarayonida bir vaqtning o'zida ekstrapolyatsiya usulidan ham foydalaniladi va shuningdek byudjet xarajatlari va daromadlarini rejalashtirishda ularning balansligi ta'minlanishi lozim. Shuning uchun xarajatlar va daromadlarning farqlarini qoplash maqsadida defitsitni moliyalashtirish manbalari ham rejalashtiriladi. Moliya tizimining barcha bo'g'inlari o'ziga xos moliyaviy rejaga egadir. Tijorat asosida faoliyat yurituvchi korxonalarda moliyaviy reja daromad va xarajatlar balansi shaklida shakllantiriladi. Moliyaviy reja korxonaning daromad va xarajatlarini bog'lovchi oldindan qo'yilgan moliyaviy maqsadlarga erishish usullarini tavsiflovchi hujjatdir. Moliyaviy rejalashtirish jarayonida korxonaning moliyaviy maqsadlari aniqlanadi, korxonaning joriy moliyaviy holatiga o'rnatilgan maqsadlarning muvofiq kelish darajasi o'rnatiladi, o'rnatilgan maqsadlarga erishishga yo'naltirilgan faoliyat ketma ketligi shakllantiriladi. Moliyaviy reja moliya tizimining barcha bo'g'inlariga xosdir. Chunonchi, davlat moliyasi darajasida davlatning asosiy daromadlari va xarajatlari balansi sifatida budjet loyihasi ishlab chiqiladi va tasdiqlanadi.

Xo'jalik sub'ektlari darajasida daromadlar va xarajatlar balansi shaklida moliyaviy reja tuziladi. Moliyaviy rejalashtirish asosida strategik va ishlab chiqarish rejaları yotadi.

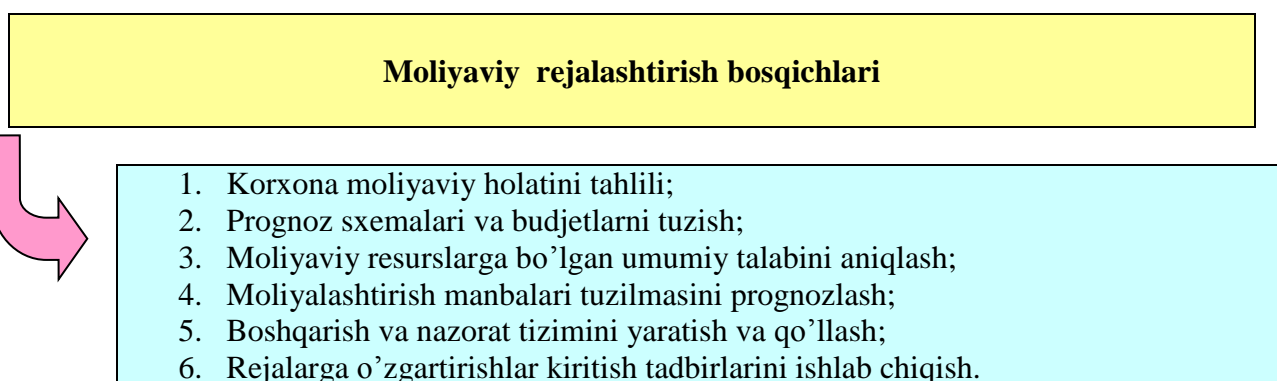


Strategik rejada korxonaning faoliyat sohasini maqsadlari, vazifalari, masshtablarini shakllantirishni ko'zda tutiladi. Ishlab chiqarish rejasi strategik reja asosida tuziladi va ishlab chiqarish, marketing, ilmiy-tadqiqot va investitsion siyosatni ko'zda tutadi.



Moliyaviy reja o'zida korxonaning moliyaviy maqsadlariga erishish uslublarini tavsiflovchi va uning daromad va xarajatlari bog'lovchi hujjatni o'zida aks ettiradi. Moliyaviy rejalashtirish jarayonida: a) korxonaning moliyaviy maqsadlari belgilanadi; b) mazkur moliyaviy maqsadlarga korxonaning joriy moliyaviy holatini muvofiq kelish darajasi aniqlanadi; v) o'rnatilgan maqsadlarga erishishga yo'naltirilgan harakatlar, tadbirlar ketma ketligi shakllantiriladi.

Moliyaviy reja – bu korxonaning moliyaviy maqsadlariga erishish usullarini xarakterlovchi hamda uning daromad va xarajatlari o'zaro bog'lovchi hujjatdir.



2. Moliyaviy rejalashtirishning turlari.

Moliyaviy rejaning 2 asosiy turi mavjud bulib ular **qisqa va uzoq muddatli moliyaviy reja** hisoblanadi. Qisqa muddatli moliyaviy rejaning maqsadi moliyaviy barqarorlik nuqtai nazaridan korxonaning kengayish sur'atini aniqlash hisoblanadi. Uzoq muddatli moliyaviy rejaning maqsadi korxonaning doimiy to'lov qobiliyatini ta'minlash hisoblanadi.

Moliyaviy rejalashtirish jarayonining quyidagi bosqichlari ajratiladi:

- A) korxonaning moliyaviy holati tahlil qilinadi;
- B) taqvimiy smeta va budjet tuziladi;
- V) korxonaning kelgusida moliyaviy resurslarga umumiy ehtiyoji aniqlanadi;
- G) moliyalashtirish manbalarining strukturalari bashorat qilinadi;

D) nazorat va boshqarishning muvofiq keluvchi tiimi tuziladi;

E) rejaga o'zgartirishlar kiritish tartiblari ishlab chiqiladi.

Amaliyot nuqtai nazaridan moliyaviy rejaning bir qancha quyidagi variantlari tavsiya qilinadi: optimistik, yuqori ehtimollikdagi rejalar, pessimistik .

Umumiy ko'rinishda moliyaviy reja quyidagi mazmundagi hujjatlarni o'z ichiga oladi:

1. Investitsion siyosat: asosiy fondlarni moliyalashtirish siyosati, nomoddiy aktivlarni moliyalashtirish siyosati, uzoq muddatli qo'yilmalarga nisbatan siyosat.

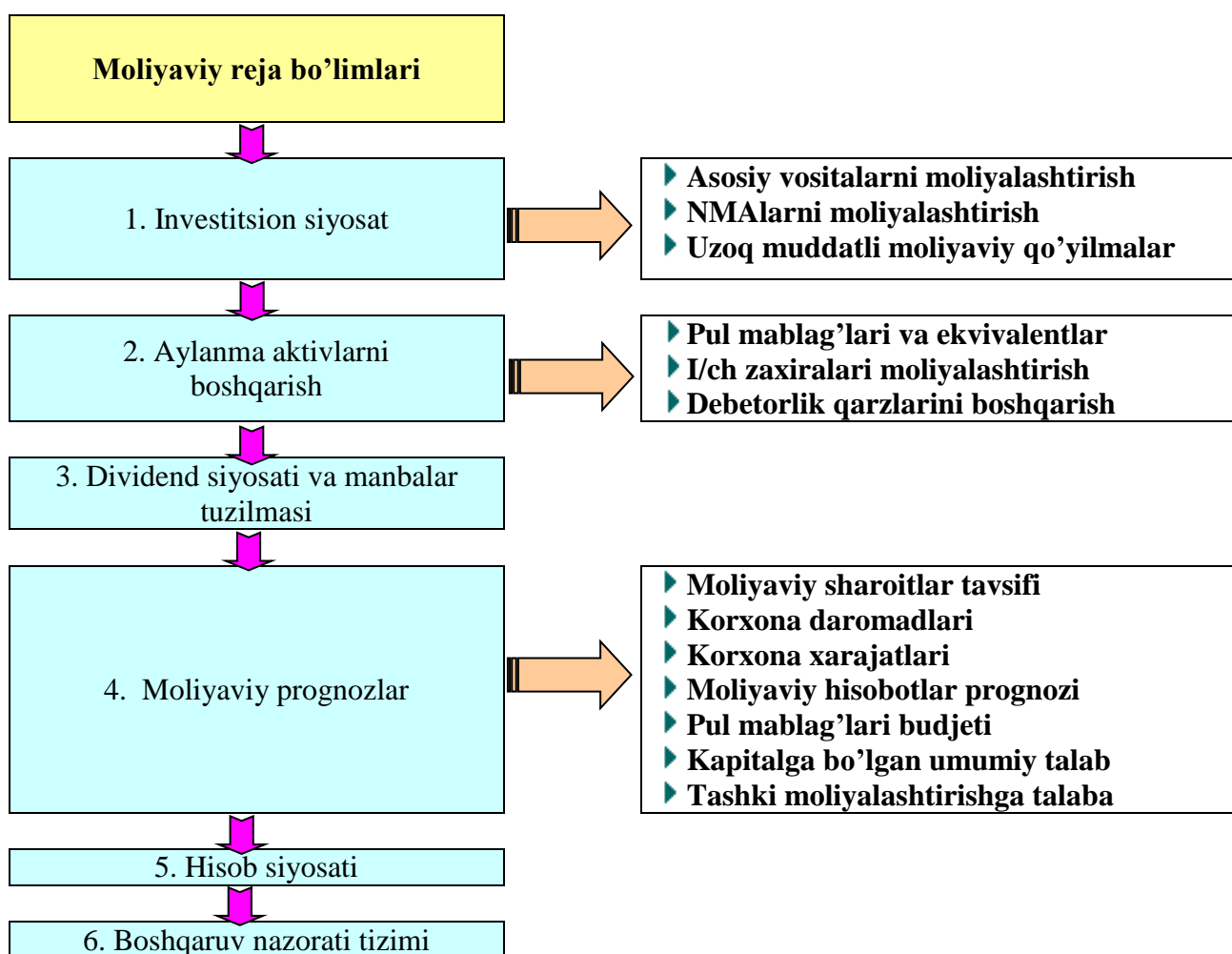
2. Aylanma kapitalni boshqarish: pul mablag'lar va unga tenglashtirilgan mablag'larni boshqarish, ishlab chiqarish zaxiralarini boshqarish, kontragentlarga nisbatan siyosat va debitorlik qarzlarni boshqarish.

3. Divident siyosati va moliyaviy resurslar manbalari strukturasi.

4. Moliyaviy prognozashtirish: moliyaviy shartlarning tavsifi, korxonalar daromadi va xarajati, moliyaviy hisobotlar prognozlari, pul mablag'lari budjeti, kapitalga umumiy ehtiyoj, tashqi moliyalashtirishga ehtiyoj.

5. Hisob siyosati.

6. Moliyaviy nazorat tizimlari.



Ma'lumki moliyaviy reja yetarli darajada murakkab bo'lib korxonalar investitsiya faoliyatiga ta'sir etuvchi barcha moliyaviy ishlab chiqarish tavsifidagi omillarni kompleks qamrab oladi. Moliyaviy rejalashtirishda prognozashtirish muhim rol o'ynaydi. Moliyaviy menejer realizatsiya hajmini, mahsulot tannarxini moliyalashtirish manbalari, pul oqimlari miqdorini prognozashtirishi zarur. Prognozashtirishning 2 asosiy usuli hozirgi paytda samarali hisoblanadi. Ular: ekspert baholash usuli, situatsion tahlil va prognozashtirish usullari.

4. Moliyaviy prognozlashtirish.

Situatsion tahlil va prognozlashtirish usuli asosida qattiq yoki funksional determinatsiyalashgan bog'liqlikni o'rganishga mo'ljallangan model yotadi. Bu modeldan foydalanish va unga turli omillar prognoz ko'rsatkichlarini qo'yish bilan masalan, realizatsiyadan tushum, aktivlarning aylanuvchanligi, moliyaviy bog'liklik darajasi kabi ko'rsatkichlar orqali samaradorlikning asosiy ko'rsatkichlaridan biri- xususiy kapital retabelligi ko'rsatkichining prognoz ko'rsatkichlarini aniqlash mumkin. Rejalashtirilayotgan loyiha bo'yicha mumkin bo'lgan natijalarning prognozi quyidagi formula orqali amalga oshiriladi:

$$\sum_{K=1}^n P_k = 1; \quad (1)$$

(1) formula orqali asosiy mezonlar aniqlanadi (masalan, kutilayotgan foydani maksimalashtrish)

$$E(R) = \sum_{K=1}^n R_k * P_k \rightarrow \max; \quad (2)$$

Mazkur formula orqali korxonaga uchun ma'lum mezonlar asosida samarali muqobil variantlar tanlab olinishi mumkin. Mazkur formulalar asosida «Azat» xususiy ishlab chiqarish firmasi tomonidan amalga oshiriladigan investitsiya loyihasining ma'lum mezonlarini ko'rib chiqamiz. Korxonaga qo'shimcha ishlab chiqarish vositalarini jalb qilish uchun 2 alternativ variantga ega. Buning uchun M1 stanokni yoki M2 stanokni sotib olish bo'yicha moliyaviy qaror qabul qilish masalasi oldinga tashlandi. M2 stanok mahsulot birligiga kam chiqim va daromad ko'proq keltiradi.

jadval.

Ko'rsatkichlar	Doimiy xarajatlar	Mahsulot birligiga operatsion daromad
M1 stanok	15 000	20
M2 stanok	21 000	24

Qarorlar daraxti yordamida quyidagi hisob kitoblar amalga oshiriladi.

Moliyaviy menedjer stanoklar vositasida ishlab chiqariladigan yillik tovarlarga bo'lgan talabni o'rganadi va yillik mahsulot ishlab chiqarish ehtimolligi quyidagicha aniqlanadi:

X1 = 1200 birlik miqdorda 0,4 ehtimollik bilan;

X2 = 2000 birlik miqdorda 0,6 ehtimollik bilan;

A ₁ M ₁	0,4 1200	20x1200-15000 = 90000 ming s.
	0,6 2000	20x2000-15000 = 25000 ming s.
A ₂ M ₂	0,4 1200	24x1200-21000 = 7800 ming s.
	0,6 2000	24x2000-21000 = 2700 ming s.

Yuqorida keltirilgan chizma ma'lumotlari asosida har bir loyiha bo'yicha kutiladigan matematik daromadni hisoblashimiz mumkin:

$$Ye(R1) = 9000 * 0,4 + 25000 * 0,6 = 18600 \text{ ming sum};$$

$$Ye(R2) = 7800 * 0,4 + 27000 * 0,6 = 19320 \text{ ming sum}.$$

Demak M2 stanokni sotib olish bo'yicha ko'zlangan variant iqtisodiy jihatidan samaraliroq hisoblanadi. Mazkur usul menejerlarning turli sohalarida foydali hisoblanadi. Masalan, boshqarish hisobida kapital qo'yilmalar budjetini tuzishda va xususan, qimmatli qog'ozlar bozorini tahlil qilishda samara beradi.

Tijorat korxonalarida faoliyatning asosiy maqsadlaridan biri foyda hisoblanishi bilan rejalashtirish jarayonida ham rejali foydani aniqlash muhim hisoblanadi. Hozirgi sharoitda O'zbekiston Respublikasi mahsulot ishlab chiqarishni rejalashtirishda assortiment hisob kitob

usulidan keng foyalaniladi. Realizatsiyadan tushum va foydani rejalashtirish assortiment hisob kitob usulida aniqlanishining quyidagi ma'lumot asosida ko'rib chiqamiz.

Assortiment hisob kitob usulida tovar realizatsiyasidan tushgan tushum va foydani aniqlanishi.

Maxsulotning nomi	Realizatsiya xajmi. donalar da	1 donasining ulgurji narxi. sum	Ulgurji narxlardagi realizatsiya xajmi ming sum	Bitta maxsulotning rejali tannarxi, sum	Realizatsiya kilingan maxsulot tannarxi, ming sum	Rejalashtirilgan realizatsiyadan foyda, ming sum.
1- maxsulot turi	150000	130	19500	95	18050	1450
2- maxsulot turi	40000	300	12000	220	8800	3200
3- maxsulot turi	200000	215	43000	160	32000	11000
Jami	-	-	74500	-	58850	15650

Manba: «A» kichik i-ch korxonasining ma'lumotlari asosida tayyorlandi.

S mahsulot ishlab chiqarish va uni bozorlarda sotish miqdori va narxlari realizatsiyadan tushum, mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari va foydani rejalashtirish uchun asos hisoblanadi.

Yuqoridagi realizatsiyadan tushum, xarajatlar va foydani rejalashtirish usuli aksariyat hollarda to'g'ridan to'g'ri hisoblash deb ham ataladi. Tahlil qilinayotgan korxonada rejalashtirilayotgan 3 turdagi mahsulot bo'yicha tushum bozor prognozlari asosida 74500 ming sumni tashkil qiladi. Mahsulot tannarxiga kiritiladigan xarajatlar esa 58850 ming sum miqdorda rejalashtirilgan. Umuman kuzatishlar natijasida 3 turdagi mahsulotlar asosida tashkil qilinadigan ishlab chiqarish prognoz ko'rsatkichlari 2 va 3 turdagi mahsulot ko'proq foyda olish imkoniyatlari mavjudligini ko'rsatmokda. 2 turdagi mahsulot ishlab chiqarish biriligining kamligiga asosiy sabab bozordagi talabni qondirish imkoniyatlari hisobga olingan. Albatta mazkur faoliyat turi korxonaga uchun sezilarli moliyaviy resurslarni jalb qilishni talab qiladi. Loyihalar bo'yicha investitsiya resurslarini jalb qilish va ularni ishlab chiqarish jarayoni uchun avanslangan kapitalga aylantirishda mablag'lar manbalari moliyaviy resurslarni shakllantirishga bog'liq bo'ladi. Ayni vaqtda bunday moliyaviy resurslarni jalb qilishning qator moliyaviy instrumentlari mavjudki ular yordamida qarz mablag'larni korxonalar manfaatlarini uchun boshqarish imkoniyatlari shakllantirilmoqda. Moliyaviy taxminlashtirish yakunida erkin pul oqimi (EPO) miqdori ham aniqlanadi:

$$ЭПО = \text{foyda va solik tulanayotgan foyda} * (1 - \text{solik stekasi}) - \text{operatsion kapitalni sof investitsiyalar}$$

EPO – mazkur yilda yaratilgan pul oqimidan qo'shimcha kapital xarajatlar va ishchi kapital ehtiyojlari ayirmasi ekanligini unutmaslik zarur.

Ko'pchilik korxonalar o'zlarining mablag'ga bo'lgan ehtiyojlarini balans hisobotlarini loyihalab aniqlasalarda, koeffitsientlar o'zgartirish holda quyidagi formuladan foydalanish mumkin:

$$\text{Qo'shimcha mablag'ga extiyoj} = \text{Aktivlarning o'sishiga talab} - \text{Passivlarning spontan o'sishi} - \text{Taksimlanmagan foydaning o'sishi}$$

$$KME = (A^* / S_0) \Delta S - (L^* / S_0) \Delta S - M S_1 (RR)$$

Bu yerda:

A* - sotuv hajmi o'ssa, o'sishi lozim bo'lgan aktivlar

S₀ - hisobot yilidagi tushum

ΔS – tushum hajmining o'sishi: S₁- S₀

S₁ - kelasi yilga rejalashtirilgan tushum

L* - spontan o'suvchi passivlar

M – foyda marjasi, 1 so'mga to'g'ri keluvchi, imtiyozli aksiyalar bo'yicha dividendlardan so'ng qolgan sof foyda

RR – taqsimlanmaganlik koeffitsienti: foydaning qanday ulushi taqsimlanmasdan (oddiy aksiya egalariga) qolayotganini ko'rsatadi.

7. Korxonada biznes rejasining tarkibiy qismlari.

Biznes reja – bu ayrim loyihalarni maksadga muvofiqligini asoslab beruvchi, muxim ko'rsatkichlarni konsentratsiyalangan shaklda aks ettiruvchi, korxonada faoliyatining kutilayotgan yangi yo'nalishi mohiyatini aniq va ko'rgazmali qilib ifodalab beruvchi hujjatdir

Biznes rejaning namunaviy tuzilmasi

Titul varag'i

1. Kirish qismi;
2. Tanlangan biznes sohasini xususiyati va holati;
3. Kutilayotgan biznes (loyiha) ning mohiyati;
4. Bozor kvotasi va uning hajmini aniqlash;
5. Asosiy faoliyat rejasini;
6. Marketing rejasini;
7. Boshqarish (tashkiliy reja);
8. Tadbirkorlik tavakkalchiligini baholash va uni sug'urtalash;
9. Biznes-rejani moliyaviy bo'limi;
10. Moliyalashtirish strategiyasi.

Biznes-rejani moliyaviy bo'limi

- ▶ Biznes rejaning amalga oshirish uchun zarur bo'lgan investitsiyani hajmi va muddatini aniqlash;
- ▶ Rejalashtirilayotgan foydani yillar (kvartallar) bo'yicha hisoblash
- ▶ Taqdim qilingan biznes-reja variantini foydaliligini aniqlash va prognozlash;
- ▶ Prognoz hisobotlarni tuzish.

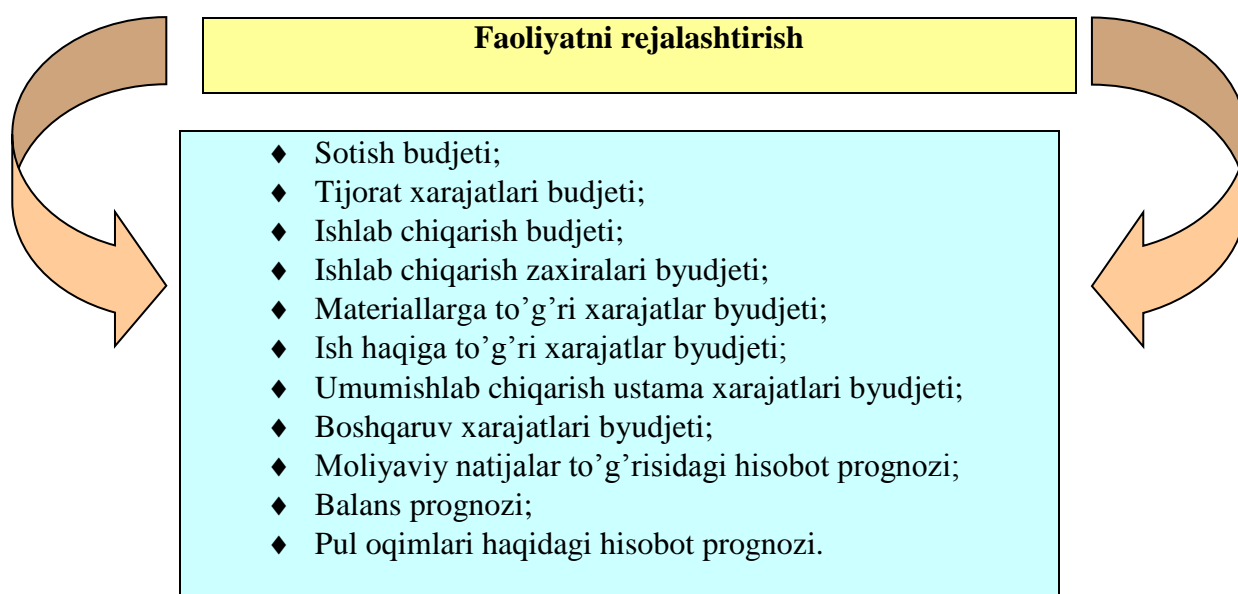
Moliyalashtirish strategiyasi

- ▶ Biznes rejaning amalga oshirishga kerakli mablag';
- ▶ Moliyalashtirish manbai, shakli va dinamikasi;
- ▶ Qo'yilmani qoplash muddati.

Byudjetlashtirish moliyaviy rejalashtirish instrumentidir

«Reja» va «budjet» tushunchalari orasidagi tafovut

Belgilar	Reja	Byudjet
Ko'rsatkichlar va muljallar	Har qanday, sh.j. miqdoriy bo'lmaganlar ham	Asosan qiymat
Rejalashtirish gorizonti	Rejani ahamiyatiga kura	Asosan 1 yilgacha
Ahamiyati	Erishiladigan maqsadni va unga erishish usullarini shakllantirish	a) tanlangan maqsadga erishish variantni resurs ta'minotini detallashtirish; b) rejani bajarilishini joriy nazorat vositasi



Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

- 1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p.
- 2.Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

10. Қўшимча адабиётлар

53. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
54. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
55. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
56. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz
www.gov.uz
www.lex.uz
www.mf.uz

15- Mavzu. Ishlab chiqarish va biznes faoliyati

Reja:

1. **Ishlab chiqarish turlari.**
2. **Ishlab chiqarish rejasi**
3. **Biznesni boshqarish va rejalashtirish**

Iqtisodiy faoliyati, ishlab chiqarish.

Iqtisodiy faoliyatni ishlab chiqarish bilan boshlanadi. Iste'molchilar o'z ehtiyojlarini va istaklarini qondirish uchun mahsulot va xizmatlardan foydalanish kerak. Kompaniyalar mahsulot va xizmatlari katta rol o'ynaydi. Bu ular ishlab chiqarish va qilinadigan ish operatsiyalari, ularni ishlatish kompaniya mahsulotlari, uchun mahsulot va xizmatlarni o'z ichiga oladi. Ular, shuningdek, qayta-sotish o'z mijozlariga ega bolishi ularni talablarni qondirishi lozimdir.

Ishlab chiqaruvchilar ahamiyati. Ishlab chiqaruvchilar ishlab chiqarilgan mahsulotlarni o'rnini va toifalarini va mahsulotlar turini kengaytirishdan biznesda o'z o'rnini tasvirlash mumkin. Biznes va iste'molchilar tomonidan foydalaniladigan mahsulotlar uchun turkumga bo'linib, tabiiy resurslar, qishloq xo'jaligi mahsulotlari va mahsulotlarni qayta ishlash. Tabiiy resurslar tabiatda tomonidan taqdim etilgan xomashyo hisoblanadi. Qishloq xo'jalik mahsulotlari fermerlar tomonidan yetishtirilgan ekinlar va hayvonlarning borligidir. Qayta ishlangan mahsulotlar, ularning qiymati va foydali oshirish tarzda tahrirlangan qilingan mahsulotlar ham bor. BU yerda to'rt ishlab chiqarish omili uchun mas'ul bo'lgan korxonalar turlari: ishlab chiqaruvchilar, konchilar, dehqonlar va ishlab chiqaradi. Ishlab boshqa biznes yoki iste'molchilarga sotish uchun mahsulot ishlab chiqariladi. Assimilyatsiya kabi suv, yog', ko'mir va o'ltin yerdan tabiiy resurslarni olinib idora qilinadi va foydalaniladi. Fermerlar keyin sotilgan mahsulotlarni, qayta ishlanadi ekinlari va chorvachilik, yetishtirish uchun yer va boshqa resurslariga moyilik qiladi. Ishlab chiqaruvchilar boshqa ishlab chiqaruvchilar bilan iste'molchilar va boshqa biznes uchun mahsulotni sotish foydaga aylantirish uchun foydalaniladi. Mahsulot shakli va tur yoki nav olish. Ishlab chiqarish shakllarini, ishlab chiqarish va ishlov berish, qayta ishlash va ishlab chiqarishni takomillashtirish, optimizatsiya bo'ladi. Qazib olish va yetishtirish, tabiiy manbalardan olingan, mahsulotlar yoki tabiiy resurslaridan foydalanish. Ishlab chiqarish va ishlov berish, zarur tabiiy resurslar va dala ekinlari, chorvachilik, baliq va boshqa qishloq xo'jalik mahsulotlari mavjud ta'minoti bor bunga ishonch hosil qiling. Bu ishlab chiqarish eng asosiy shaklidir. Qayta ishlash o'zgaruvchan va boshqa mahsulot shakllarini takomillashtirish o'z ichiga oladi. Ular tabiatda sodir yoki fermada o'sgan kabi bir necha mahsulotlar aynan ishlatiladi. Ular ishlatiladigan oldin eng ayrim tarzda qayta ishlov berish. Ulardan iste'mol yoki boshqa mahsulotlar ishlab chiqarishda foydalanish mumkin bo'lgan oldin ishlov berilinishi suv bilan tozalanishi, suzilgan va qayta ishlanishi lozim. O'rmon kesish va yog'och ishi tashkil qilingandan beri yoki qog'oz boshqa materiallarni qayta ishlashga ega bo'ladi. Yerga chuqur havzalarida olinayotkan neft, keyingi ishlash rejasida mashinalarga benzin, isitish neftni qayta ishlashga yuboriladi va bu ish neftga asoslangan. Ular bunday plastmassa, kosmetika, meditsina va oziq-ovqat kabi boshqa mahsulotlar ishlab chiqarishda ishlatiladi. Ekinlar va chorvachilik yaxshi ishlashi uchun o'simliklar fermerlar tomonidan tiriltiriladi. Ular, tekshirilgan qadoqlangan va boshqa mahsulotlar bilan supermarketlar uchun jo'natildi yoki qayta va birlashtiriladi. Bu sizga bir restoranda uyda yoki tartibda pishirib oziq-ovqat, turli xil taomlarni beradi. Ishlab chiqarishda xom ashyo va tayyor mahsulotga aylantiriladi va mahsulotlarni birlashtiradi. Yoki boshqa kompaniyalar yoki oxirgi foydalanuvchilar ushbu tayyor mahsulotlardan foydalanishadi. Kerakli vositalari va materiallar bilan bir paytda duradgor ko'ngilochar markazi qurish, ishlab chiqarishning kabi oddiy bo'lishi mumkin. Bu, shuningdek, hozirgi kunda tez suratlarda binolarni konstruksiyasi temir tizimi kompyuter yoki kompleksi uchun bir jipslashgan loyihalari kabi murakkab bo'lishi mumkin. Ishlab chiqarish, bu shakllarining har bir biznes va iste'molchilar tomonidan talab barcha tovarlar va xizmatlarni qondirish kerak bo'ladi. Ularning har biri yaxshi o'rgatilgan, o'qitilgan va ko'pincha yuqori malakali kadrlar bilan bir qatorda, maxsus asbob va uskunalar, talab qilinadi. Aniqlash uchun talablar va ishlarni loyihalashtirish va sun'iy olmos yaratish uchun zarur asbob uskunalar, yoki rejalashtirish va kosmosga Yer atmosferasida dan boshlanadigan mumkin kichik kosmik kemalarini, qurish qobiliyatini va, okean ostida 1-mil pastlika neft nasos tushunish qiyin. Lekin

ular avtomobil yostiqchalari konveyer o'rnatish yoki qayta ishlangan va taqsimlash shifoxona va dorixonalar uchun qadoqlangan qanday retsept dorilar, tekshiruvchi shaxs joriy qobiliyatiga ishlab chiqarish jamoasi tajriba ko'ra hayot sifati uchun hech qanday qo'shimcha muhim ahamiyatga ega.

Ishlab chiqarish

Ishlab chiqaruvchilar boshqa kompaniyalardan mahsulot yoki xom ashyo olish. Ularni birlashtirish va ularning mijozlaridan foydalanish mumkin bo'lgan, deb bir shaklga ularni o'zgartirish mumkin. A ishlab chiqaruvchilar bardoshli sifatli yoki qish sport chang'isi uchun mahsulotlari qismlar ko'p qilish steo-plastic va boshqa materiallarni foydalanishingiz mumkin. Boshqa siz mikroto'lqinli isitish vositasidan foydalanip tanavul qilayotkan taomlaringiz mumkin muzlatilgan ovqatni yaratishda fermer xo'jaligi go'sht, sabzavotlar va meva sotib olishingiz mumkin. Uchinchi o'rmon o'tin olip va yog'och va ta'mirlash kompaniyasi bilan kontrakt uni qayta ishlash. yangi turar-joy maydoni uchun bir uy qurishda materiallar sotib qurilish kompaniyasi.

Ishlab chiqarish jarayoni.

Qoida tariqasida, bir necha ishlab chiqaruvchilar iste'molchilarga yoki boshqa tadbirkorlik sub'ektlari tomonidan sotib olinadigan mahsulot ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan faoliyat qismidir. Haqiqiy hayotga mos tasvirlanadigan jinsni o'ylab ko'ring. Braziliyada tekstil zavodlari. Paragvay xo'jaligida paxta etishtirilgan sotib qachon maxsulot ishlab chiqarish boshlanadi. U bo'yoqlar, ortiqcha oro bermay to'qima kompaniyasi xom ashyo olinip Canadaga ketiladi. Bu kompaniyasi yuborilgan ip, ichiga paxta tolasi uchun ishlatiladigan manba, shu jumladan, mato turli jarayonlar oz ichiga qamrap oladi. Nyu-Yorkda kiyim ishlab chiqaruvchi kompaniya. Daniyadan bilan va boshqa zarur materiallarni sotib oladi. Mato tugashidan avval kesma qismlari uchun chakana savdo uchun jo'natilishidan oldin kanalizatsiya quvurlari jinsi to'plash bo'ladi. Butun jarayon A,Q.SH.firmasida yakunlanishiga qaramay, tobora bu dunyo bo'ylab ishlab chiqarishni o'z ichiga oladi. Ular, ishlab chiqarilgan qayta va sotish uchun tayyorlanadi, deb xom materiallar va mahsulotlar tez-tez, uzoq masofani bosib. birgalikda mehnat, har bir ishlab chiqaruvchi iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirish mahsulotlari shaklida xom ashyo o'zgartirish noyob jarayonlari olip keladi.

Turlari va ishlab chiqarish.

Ishlab chiqarish korxonasi o'z mahsulotlarini keng yo'lga qo'yishda qilinishi kerakli yo'llarini bir qator ishlab chiqishi lozimdir. Zarur mahsulotlar va mahsulotlar xususiyatlari soni ishlab chiqarilishi tartib turini belgilab beradi. Mashtabli ishlab chiqarish. Uzluksiz, samarali qoida yordamida bir xil mahsulot, bir qator yig'ish jarayoni talab qiladi, bu ommaviy ishlab chiqarish hisoblanadi. Mashtabli ishlab chiqarish ba'zan takrorlanip ishlab chiqarishning eng muhim turi deyiladi. Avtomobil yig'ish yoki ichimlik turlari, o'simliklar ko'pincha ishlab chiqarish, bu turini foydalanilip kelinadi. Mashtab borasida ishlab chiqaruvchi biznes juda katta miqdorda va kam xarajatli mahsulot bilan foydadan yutishga imkon beradi. Ommaviy ishlab chiqarish, xodimlar, turli muammolarga ega bo'lishi kuzatiladi. Ular mahsulot tashkilotiga a'zo bo'lishlari shart .Bu sifatini saqlab qolip o'quv pastdir bo'lish imkonini beradi, deb, ular, maxsus asbob va uskunalar foydalaning. Bundan tashqari, bir xildagi ish va ishchiga zerikish olib kelishi mumkin. Kompaniyani ommaviy ishlab chiqarishni foydalanish fabrikalarda mehnat sharoitlariga yaxshilash yo'llarini sinovdan o'tkaziladi. Mexanizatsiyalashgan uskunalar va kompyuterlar endi bilan yordam yoki ko'p yig'ish liniyasi tartiblarini amalga oshirish. Eksportga ishlab chiqarish. Muayyan va noyob mahsulot qurilish odati foydalanib, har bir mijozning ehtiyojlarini qondirish uchun. Eksport ishlab chiqaruvchi konsert zaliga kengaytirish Limos tortib mahsulotlari muayyan dizayn standartlarga javob qilish. Har bir mijoz juda turli ehtiyojlarini yoki kimdir xususiyashtirish talab qilishi mumkin, muayyan foydalanish uchun mahsulot hosil qiladi qachon. rejalashtirish va mahsulot ishlab chiqish uchun mijoz bilan yaqindan ishlash yordamida maxsus ishlab chiqarish biznesni yo'lga qoysa bo'ladi. Bu maxsus materiallar yoki noyob montaj jarayonini talab qilishi mumkin. Bunday binolar, ko'priklar yoki obodonlashtirish kabi mahsulotlari bilan, qurilish, yangi joyda har doim bo'lib o'tadi. Bunday noyob mahsulot kosmik dasturi uchun noyob vositasi rivojlantirish yoki professional sportchi uchun maxsus yugurish poyabzal, dizayn va o'rnatish kabi boshqa vaziyatlarda, ishlab chiqaruvchining saytida bo'ladi.

Ba'zan, dizaynerlar, toolmakers va kollektorlar kichik jamoa yuqori ixtisoslashgan maxsus jalb qilingan. Bunday musiqa asbobini yoki poyga avtomobil sifatida, xususan, bu jamoa mijozlar bilan yaqindan hamkorlik qiladi, va har bir noyob mahsulot yaratish. Materiallarni qayta ishlash. xom ashyo formasini o'zgartirish, ular iste'mol yoki boshqa mahsulotlar ishlab chiqarish uchun foydalanish mumkin materiallarning qayta ishlash hisoblanadi. Moy' kompaniyalari benzin va boshqa neft mahsulotlari ishlab chiqarish uchun neft takomillashtirish. uchun, yorma va hayvon ozuqa ichiga don tegirmon ishlash. Raqamli muharrirlari filmlari.CDs va boshqa multimedia taqdimot turli audio va tasvir fayllari aylantirish.Ikki toifada ishlash materiallari bor. Mavsumiy ishlash bo'lsa, xomashyo doimiy maxsus mo'ljallangan asbob-uskunalar bo'yicha o'tkaziladi. Bu inson iste'moli uchun yoki yana ishlab chiqarish uchun foydalanish mumkin, ularning o'ziga xos mahsulot o'zgarishiga olib keladi. Xom sut sut kukuni ishlab chiqarish uchun katta Quritish mashinalari talab qilinadi. Sut va don quruq, keyin qoramol yoki don uchun ozuqa ishlab chiqarishda foydalanish uchun uni amalga oshirish qiyin masaladir.

Intervalgacha davolash mahsulot o'zgarishlar aniq sonini olish uchun qisqa ishlab chiqarish, ichburug foydalanadi. Uskuna yoki materiallari kerakli o'zgarishlarni ta'minlash uchun har safar qayta jihozlash uchun. Printerda chop etish va noyob dizayn broshyura yig'ishda maxsus tartibini yoki statsionar bajarilishi uchun bir lahzalik jarayonini foydalanadi. Beyker maxsus nonini qilish uchun oldin bug'doy non aralashtirish va pishirish uchun asbob-uskunalar ishga soladi.

2 ishlab chiqarish rejalashtirish. Ishlab chiqarish va sport

Ishlab chiqarish va ishlab chiqarish jarayonlari juda murakkab jarayonlardir. Ular tadbirlar va biznesda diqqat rejalashtirish va muvofiqlashtirish kerak resurslari, bir qator o'z ichiga oladi. Kompaniya mahsulotni ishlab chiqishi uchun avvalo, faol ishlab chiqarishni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan vositalarni va uskunalar bo'lishi kerak. Kompaniya ishlab chiqarish uchun zarur materiallarni olish kerak. U zarur ko'nikmalar bilan etarli odamlarni yollash kerak. U tayyor mahsulot sifatini tekshirish va ular amalga qadar ularni saqlash kerak. Keyin mijozlarga mahsulotlarni tarqatish va ular zaruriyatlarini qondirish kerak.

Mahsulot ishlab chiqish.

Har qanday ishlab chiqarish rejalashtirish bilan sodir bo'lishdan oldin, kompaniya ishlab chiqaradigan mahsulotlarni faollashtirish uchun qaror qabul qiladi. Hamda ish har yili bir xil mahsulot sotish bilan tayanib bo'lmaydi. Mijozlar ehtiyojlari o'zgartirish va raqobat, yangi mahsulotlar ishlab chiqilishi kerak. Mahsulot tadqiqot va mahsulot dizayn - Mahsulot rejalashtirish ikki bosqichda o'z ichiga oladi. Kompaniyaning izlagan mahsulot, yangi mahsulot g'oyalar ochib, ularning resurslari katta miqdorda tejashga. Misol uchun, 2008 yilda A.Q.SH. biznesmenlar tadqiqotlar ortiq \$ 330 milliard sarflangan, ko'p olimlar va muhandislar tadqiqot va rivojlantirish ishlari ustida ish hamma vaqt o'z vaqtini bag'ishlashgan. Ularning maqsadlari mijozlari ehtiyojlarini qondirish va kompaniya va uning raqobatchilar tomonidan takliflar kiritip, joriy mahsulotlarini yaxshilash, yangi mahsulotlar ishlab chiqish uchun yetarlicha talabga ega bo'lishlari lozim. Kompaniyasi yangi mahsulotlar g'oyalar kashf tadqiqot ikki xil amalga oshiriladi. Mavjud mahsulotlar Amaliy tadqiqot dizayn yaxshilash yoki mahsulotlarning yangi foydalanishni rivojlantirish. avtomobil ishlab chiqaruvchi uchun ish muhandislik dvigatellari samaradorligini oshirish yoki yo'lovchilarning xavfsizligini oshirish joriy loyihalarni ko'rib chiqamiz. Pure tadqiqot shunday, muammolarga yangi yechim topish maqsadida, yodda ma'lum bir mahsulot holda amalga tadqiqot hisoblanadi. Masalan, yangi olimlar dorivor mahsulotlar ishlab chiqaruvchilar va immun tizimi kasalliklarini o'rganish uchun ish. Ularning maqsadi davolash va dori usullarini oshkor bo'ladi. Mahsulot dizayni. olimlar bir yangi mahsulot g'oyasini ishlab chiqish bo'lsa, korxonalar, ular sotish va foyda mumkin mahsulot bu fikrni o'girib kerak. Dizayn muhandislar modellar yaratish va eng yaxshi dizayni bilan kelib, ularni sinash. Ular mahsulot foydali va mustahkam qilish materiallar tanlang. Build va sinov muhandislari modeli Axir ish materiallari va yakuniy mahsulot uchun zarur qismlar belgilaydi. Moliyaviy mutaxassislar mahsulot ishlab chiqarish xarajatlarini hisoblash. Ular mijozlar ma'lumot olish va qiymati va narxi haqida ma'lumot solishtirish qiladi, korxonalar mahsulot qor sotilishi mumkin yoki yo'qligini aniqlash mumkin.Ishlab chiqarish rejalashtirish. Kompaniya ishlab chiqaradigan va yangi mahsulot yangi fikr va zamonaviy talablarga sinovlarga javob berishi. Bu mahsulotni yaxshi

so'tish mumkin, deb xulosa chiqarishsa, kompaniya keyingi ishlab chiqarish uchun rejalar ishlab chiqilgan. Ishlab chiqarish rejalashtirish uchun faoliyatini o'z ichiga oladi. Birinchidan, kompaniya ishlab chiqarish jarayonini ishlab chiqadi. Keyin u amaliyotga kirib oladi. Va nihoyat, kompaniya kerakli maxsulotni tanlaydi va ishlab chiqarish xodimlari uni amalga oshiradi tayyorlaydi. Ishlab chiqarish jarayoni. mahsulot ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan tadbirlar, uskunalar va resurslar ishlab chiqarish jarayonining bir qismidir. Ish ommaviy ishlab chiqarishni foydalanib hosil qilish uchun bo'lsa, u yig'ish liniyasi tashkilmasi kerak. Individual ishlab chiqarish materiallari va har bir mahsulotni modernizatsiya qilish uchun zarur bo'ladi yig'ish tartib o'zgarishlarni aniqlash shaxs talab qiladi. Ishlab chiqarish resurslari. Bundan tashqari, ish buyruqlari yoki qurilish mashinalari, uskunalar va boshqa uskunalar ishlab chiqarish jarayonining har bir bosqichi uchun majburiy. Ko'pincha, yangi mahsulotlar uskunalar sozlash uchun da'vat qilinadi. Biznesda oz ishini topish va zarur ishlab chiqarish faoliyatini amalga oshirish uchun etarli joy tashkil qilinishi kerak. Bu xodimlari samarali va xavfsiz ish bajarish imkonini beradi. Ba'zi hollarda, korxonalar sotib olish yoki yangi bino qurish lozim. Boshqa vaziyatlarda esa, bunday xolatlarda eski ishlab chiqarish, mavjud ob'ektlarni rekonstruksiya mumkin. rejalashtirish yana bir qadam xom ashyo, mahsulot ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan ehtiyot qismlar va sarf manbalarini aniqlash uchun emas. Ko'pincha ishlab chiqarish kompaniyasi barcha zarur resurslarga ega bo'ladi. U etkazib beruvchilar aniqlash va etarli va uzluksizligi to'g'ri bahoga mavjud bo'lgan bitimlar kiradi kerak bo'ladi. Kompaniya u zarur buyumlar va materiallar ba'zi ishlab chiqarish mumkin qaror qabul qilishi mumkin. Xodimlar nihoyat, kompaniya rejalashtirish xodimlari qaratilgan. U barcha ishlab chiqarish faoliyatini bajarish uchun zarur bo'lgan ishchilar sonini taxmin qilmoqda. Har bir xodim uchun zarur ko'nikmalarini belgilaydi. Ular zarur qobiliyat bor bo'lsa kompaniyasi kompaniya xodimlarining etmay bo'lsa ko'rish uchun tekshirish va bo'ladi. Agar yo'q bo'lsa, u ishga va yangi ishchi o'rgatish kerak. Yana bir variant emas, balki o'z mutaxassis va zavodlar orqali ko'ra, ishlab chiqarish faoliyatining ba'zi yoki barcha amalga oshirish uchun zarur qobiliyat va xodimlari bilan alohida kompaniya topish. Inventarizatsiyadan boshqarish. inventarizatsiya materiallar, sarf materiallari va tayyor mahsulotlar kompaniyalari batafsil ekspozitsiyasi qilishi talablariga javob bo'ladi. Inventarizatsiyadan boshqarish ishlab chiqarish va mahsulot uchun zarur barcha resurslar bilan ta'minlash qo'llab-quvvatlaydi. Inventarizatsiyadan boshqarish muhim sanoat faoliyati hisoblanadi. Eng mahsulotlari juda ko'p turli detallar va sarf yordamida o'rnatilgan qilinadi. qilish uchun zarur elementlarning har bir mahsulot yig'ish uchun zarur bo'lgan vaqt va imkon mavjud bo'lishi kerak. Element tomondan bo'lmasa, montaj jarayoni to'xtatiladi kerak. Ko'proq biznes ortiqcha baho berish har qanday ta'minotni qisqa vaqt uchun foydalanishingiz mumkin bo'lgan, agar aksincha, inventarizatsiya va saqlash xarajatlari kamaytirish ham yuqori bo'ladi. Inventarizatsiyadan yetkazib berish rekord va ishlab chiqarish ishlatiladigan barcha resurslari narxini saqlab. Ular o'z vaqtida va to'g'ri miqdorda va narxlar bu etkazib berish tartibi bilan yetkazib berish uchun ishlaydi. Biznes buyumlar va materiallar saqlash uchun etarli joy qo'llab-quvvatlaydi. ehtiyot qismlar va materiallar oson va xavfsiz binosida ko'chib bo'lishi mumkin, shunday qilib xavfsizligi tashqari, kosmik ajratish kerak. ish to'liq mahsulot yig'ish va tekshirish so'ng, u do'kondan mol harakat yoki mijozlar ularni tarqatish. Korxonalar bu mijozlar buyurtmalarini amalga oshirish mumkin, deb ta'minlash, tayyor mahsulot, to'g'ri anjomlari kerak. Mahsulotlar mavjud vositalaridan, talablarga mos ravishda o'tkazib yuborish mumkin. Ishga bo'lgan talabni qondirish uchun etarli inventarizatsiyadan bo'lishi kerak bo'lsa-da, u juda ko'p inventarizatsiya ega bo'lishi shartli emasdir. Ortiqcha inventarizatsiya qilish ham juda qimmat sarflarga olip keladi, sotilishi muqarar mahsulotlar eskirgan bo'lishi mumkin. Ishlab chiqarish tartibi. Ishlab chiqarish o'simliklarda eng katta o'zgarishlardan biri ishlatiladigan tartib bilan ishlab chiqarish hisoblanadi. Eski o'simliklar o'z shakli chiziq bo'ylab ish stantsiyalarda joylashgan xodimlari bilan uzoq o'rnatish bosqichlari ko'rsatadi. Xodimlari vositalari va har qanday buyumlar yetkazib berish bilan o'rab olingan, ular mahsulot yig'ini ularning bir qismini bajarish kerak. Mahsulotlar chiziq dastgohlarning maxsus joyi bo'ylab asta-sekin ko'chib, va qo'shimcha vaqt bilan bu tartibli harakat bilan ishlab chiqariladi, muammo tug'ilganida yoki ta'mirlash uskunalar tuzatish bajarish uchun zarur bo'lgan vaqtlarda, chunki bunday zavod mashtabli ishlarda asbob-uskunalarining no sozligi tez-tez ishni to'xtadi. Bugungi kunda, montaj juda keng farq qiladi.

Xodimlarni tez-tez ishga birlashtirishga ko'plab tartibliy amalga, guruhlarda ishlash. Har bir xodim ba'zi asbob-uskunalarini yig'ish tartiblarini amalga oshirish imkoniyatiga ega bo'lish uchun ta'lim beriladi. Sarf materiallari va ehtiyot qismlar konveyer lentasi birga ko'chiriladi yoki robot-nazorat yuk mashinalari, ular ish uchun zaruriydir. Ko'pchilik muayyan mijozlar ehtiyojlarini qondirish uchun bunday mahsulotlar, ular uchun yig'ilgan, deb buyurtma asosida tayyorlangan etiladi. Ishlab chiqarish jarayonini nazorat va ishlab chiqarish ma'lumotlarni taqdim kompyuter, qarab rahbarlari, jamoa rahbarlari va xodimlari. Boshqa xodimlar tez suratlarda uskunalarini ta'mirlash yoki muammolarni hal qilish uchun yordam berish uchun aralashishlar zarur . Mahsulotlar montaj jarayonida tez harakat keltirilip. Bir necha nuqtalarida mahsulotlari sifati uchun uskunalar tekshiruv monitoringidan va ish montaj tugallangach, mahsulotlar, qadoqlangan markalangan va mijozlarga bevosita jo'natish uchun yuklash platforma ko'chiriladi . Ish joyini tashkil etish. Ishlab chiqarish jarayonining turli qanday uyushgan ish maydoni bo'lmasin. Mashtabli ish jarayonida ishlab chiqarishni, odatda, katta binolarda bo'lishi talab qiladi. Yig'ish liniyasi, uskunalar, asboblari, xodimlar, ish stantsiyalari uchun joy, shuningdek, montaj va tayyor mahsulot uchun zarur bo'lgan qismlarni saqlash uchun katta joy bo'lishi kerak. Kompaniya bunday san'at asarlari sifatida kichik mahsulotlari, xususiylashtirish tamirlansa, ixchamlashtirsa ko'pincha har bir xodim uchun ko'proq ish maydoniga ega bo'ladi. Ular har bir mahsulot yig'ish uchun zarur bo'lgan turli xil buyumlar va materiallar oson foydalanish imkoniyatiga ega bo'ladi. Har bir tuzilgan mahsulot ishlab chiqarish rejalashtirilgan bo'linib, tez-tez, bir xodim maqsadida uchun zarur materiallarni to'plash uchun tayinlanadi. Katta buyurtma , avtomobil g'ildirak bo'lsa, xodimlar qismlar saqlanadigan xonada, ishlashni davom ettirishlari mumkin. So'ngra xodimlar mahsulot ishlab chiqarishning yakunlanishda boshqa xodimlarning dala ishlari uchun yuk mashinasini harakat qiladi. Mijozning joylashgan mahsulotlari muammolarni turli xal qilish yo'llarini beradi uning o'rniga qurilish-montaj ishlari tez suratlarda amalga oshiriladi. Uy qurishda, landshaft dizayni, va telefon tizimi o'rnatish ba'zi misollar bilan keltirsa bo'ladi. Bunday ihlarda xodimlardan, asbob- uskunalarini va materiallari mijozning joyiga ko'chirib o'tishlari kerak. Transportda, xavfsizlikni saqlash va asosiy masalalarga aylangan. Qurilishda rahbarlar tomonidan inventarizatsiyadan va menejerlariga zarur materiallari va materiallar tashish uchun mas'ul kishilar bilan muloqot qilish imkoniyatiga ega bo'lishi kerak. Ko'pincha kompaniya vaqti-vaqti bilan tashrif buyurgan ofis va ish kompaniya internet saytlar ishlaydi umumiy loyiha menejerlari bor. Boshqa ish joyida rahbarlar turli lavozimlarda joylashgan. Ular bino nazorat va loyiha menejeri bilan doimiy aloqa mavjud. Ishlab chiqarishni ko'paytirish. ular borayotgan xarajatlar, jahon bozorida raqobat kuchayib borayotganligi, shuningdek mijozlar o'sib ko'payib borayotgan maxalda ehtiyojlarni qondirish va yengil ish sifatida ishlab chiqarish sohasida bugun muammolarga duch kelishlari mumkin. Muammolarni tezroq suratlarda hal etish, tez suratlarda ishlab chiqarish zarurligini, sifatini yaxshilash va xarajatlarini kamaytirishni o'z ichiga oladi. Korxonalar, ishlab chiqarish jarayonlarini takomillashtirish e'tiborni Tovar sifatiga xodimlar malakasiga ko'proq ta'lim berish va yaxshilash kerak. Ishlab chiqarish jarayonlari bir qator iborat. Ishlab chiqarish tugatilishigacha bir jarayon, boshqa quyidagicha. Bu muammo jarayonida bor edi, agar, rahbarlari va xodimlari muammoni aniqlash uchun sinash va uni tuzatish uchun harakat qiladi, o'tgan hisoblanadi. Bu juda ko'p vaqt talab etadi va bu ishlab chiqarish, ishchilar jarayonlariga ta'sir qiladi. Ishni Yaxshilash muammolar oldindan topiliniq faqat ish keyin qilingan. Ishlab chiqarish hozir ishlab chiqarish jarayonlari imkon qadar samarali yakunlanishini ishonch hosil qilish uchun bir yo'li sifatida shakllarga ega bo'lishi lozim. Uzluksiz jarayon ishlab chiqarishni yaxshilashda (aniq) xatoga yo'l qo'ymaslik, va chiqindilarni kamaytirish faoliyatini oshiradi. Balki muammo yuzaga uchun kutish ortiqchadek tuyuladi, jarayonlar doimo kamchiliklarini va ishlab chiqarish xatolarni kamaytirish yo'llarini topish maqsadida qayta ko'rib chiqiladi. CPI tashkilotlari ish sifatini yaxshilash bilan o'z maqsadlariga erishish yordam berish uchun mo'ljallangan. CPI barcha ishlar bilan bog'liq jarayonlar o'z ichiga olip. Bu xodimlarni va rahbarlarni ish jarayonida jalb etishda boshqa korxonalar va hatto o'z mijozlar o'z ichiga oladi. Bu jarayonda ishtirok etgan barcha faoliyatini ro'yxati bilan boshlanadi. Ishlab chiqarish standartlari ishlab chiqilgan. Eng standartlari testlardan o'tip, hattoki raqobatchilar tomonidan ishlatiladigan eng yaxshi amaliyoti asoslanadi. O'lchov vositalari tanlanadi va o'lchovlari faoliyat etilgan

standartlarga javob beradigan aniqlash uchun amalga oshiriladi. Ushbu natijalar asosida, odamlar, har bir tartibini yanada takomillashtirish standartlariga javob va oshib yo'llarini izlashga jalb. Ular, shuningdek, faoliyati, asbob-uskunalar va resurslar o'zgarishlar umumiy jarayonini takomillashtirish yo'llarini izlaydi.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

- 1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p.
- 2.Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

11. Қўшимча адабиётлар

57. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
58. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
59. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
60. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz
www.gov.uz
www.lex.uz
www.mf.uz

16- Mavzu: Risk menejmenti

1.Menejment tavakkalchiligini ko`rib chiqish.

2. Xorijda sug`urtalanuvchi tavakkalchiliklar.

3. Xorijda sug`urtalanmaydigan tavakkalchiliklar.

Risklarni Analiz qilish

Istemolchilar va bizneslar tavakkalchiliklarga qarshi himoyalash uchun sug`urtalaydi.Sug`urta qilingan odam jarohar olganda,sog`liqni saqlash kerak bo`lganda yoki iqtisodiy zarar yetganda,sig`urta kompaniyalari bir qismini yoki hammasini to`lab beradi.Sug`urta kompaniyalari sug`urta pulini narxlarini qoplash kerakligini aniqlashni ro`yxatga olishga suyanadi.Ro`yxatga olishlarni aniqlash tavakkalchilik miqdori sug`urta kompaniyalari yuz tutadi va

Ular hatto kompaniyaning maksimum xarajatlarini qaytishini hisoblab chiqishadi.

Garchi ro`yxatga olish iqtisodning barcha sohalarida,ko`pgina ishlar moliyaviy xizmat bizneslarida ishlaydi.Ko`pgina kotiblar sug`urta kompaniyalari va konsultatsion firmalarda ishlashadi.Kotiblarga korparatsiyalar va davlat va federal hukumatlar ham ish berishadi.Bilim va mahoratlarni ko`rsatib berish uchun ishchilar,hamkasblar va mijoz,kotiblar qator professional imtihonlarni to`ldirishadi.1988-yildan, "Ish Miqdorini Taqvim" kotiblik ishini Amerikadagi beshta ishdan biri sifatida hisoblab chiqdi. Tavakkalchilik analizida ish faoliyati qulayliklarini tahlil qilish : Tavakkalchilik analizida ish faoliyati haqida ko`proq ma`lumot olish uchun kutubxona va internet resurslaridan foydalaning.Yuqoridagi ish haqidagi sarlavhalardan birini tanlang va quyidagi savollarga javob bering :1.Ish muhitini qanday tasovvur qilasiz?Oddiy ish kunida sodir bo`lishi mumkin bo`lgan misollarni qanram olgan narsalar haqida aytib o`ting.

2.Bu ish faoliyati sizni qiziqtirdimi?O`zingizni bu ishga tayyorkash uchun nimalar qilasiz?

Risk menejmentini ko`rib chiqish Madsad:-Biznesda uchrachi mumkin bo`lgan risklarni aniqlash. -Bizneslar riskni hal qilish yo`llarini tasvirlang. Haqiqiy hayotga nazar Jamie mobil telefon kioskalari bo`ylab yuribdi,u ikkita muhim qarorga duch keldi.U o`zi xohlagandek xususiyatlarga ega mobil qurilmani topdi.Bu u kutgan narxdan biroz qimmat edi,lekin unda yetarlicha pul bor.Oylik rejada u xohlagan xizmatlar bor.Savdogar Jamiega agar xizmatlarni taminlovchi bilan ikki yillik shartnoma tuzsa,u telefon narxidan \$100 ni saqlab qoladi.Agar u bu vaqt davomida shartnomani bekor qilsa,u kompaniyaga \$200 to`laydi.Xizmatlarni taminlovchi yangi kompaniya va ularning xizmatlari unga yoqishiga yoki telefon ikki yil davomida yetarlicha ishlashiga Jamiening ishonchi komil emas. Qo`shimcha qilib aytganda, sotuvchi qo`shimcha oylik \$4.95 ga Jamiega himoya rejasini, agar Jamie telefoniga zarar yetsa yoki yo`qolsa qayta almashtirishni taklif etdi.Jamie hechqachon telefonini yo`qotmagan,lekin u telefonini yo`qotgan bir qancha do`stlarini biladi.U telefonini almashtira olmasligini biladi. Jamie aylanib yurganida,u kontrakt va qutqaruv rejasi haqida o`ylab yurdi.U yakuniy qarorga kelishdan oldin,narx qarshiligidagi risk haqida o`ylab chiqishi kerak. Riskni aniqlash.Har kuni siz riskka duk kelasiz.Risk bu yo`qotish ehtimolligini orttirish.Siz ko`p turdagi risk va yoqotishlar ehtimolligiga duch kelasiz.Ularning bir qanchasi siz uchun juda muhim va uzoq ta`sir qilishi mumkin.Jiddiy kasallik yoki falokatlar ziyon yetkazuvchi risk sizning hayotingizga jiddiy ta`sir ko`rsatadi.To`fon,tornado yoki yong`in uy,bizneslarni va hatto butun jamiyatga zarar yetishi yoki vayron bo`lishidan tark etilishi mumkin. Boshqa risklar noqulay lekin kam ta`sir ko`rsatadi.Agar siz yo`l-harakatida qolib ketsangiz,siz uchrashuvaga kech qolishingiz riski paydo bo`ladi.Qachonki yangi mahsulot sotib olsangiz,siz uning narxi ikki haftadan keyin tushib ketishi mumkinligi bo`yicha risk qilasiz.Agar hatto siz juda e`tiborli bo`lsangiz ham barcha yo`qotishlar va risklardan qocha olmaysiz.Hamon,shaxslar va bizneslar risklardan xabardor bo`lishi va yo`qotishlar ehtimolligini kamaytirishi kerak, ayniqsa bular uchun risklar jismoniy va moliyaviy zarar yetkazadi.

Risk turlari:

Risklarni ko`rishning turli yo`llarni mavjud.Risk turlarini aniqlash unga qanday reja tuzishga yordam beradi.Risk uchun reja tuzish,agar u sodir bo`lsa,uning sodir bo`lishi va kamayishining ta`sirini kamaytiradi. Iqtisodiy va noiqtisodiy risklar.Iqtisodiy risk moliyaviy yo`qotish natijasini ko`rsadi.Iqtisodiy riskni uch turi mavjud.Shaxsiy(shaxsga oid) risk shaxsiy yo`qotish sog`liq va shaxsiy tinchlik natijasida yuzaga keladi.Mulk riski pulni,transport va binolarni o`z ichiga qamrab

olganda shaxs va bizneslarning mulklarini boshqarishdan iborat. Javobgarlik riski sizning harakatingiz tufayli boshqa insonlarga yoki ularning mulklariga zarar yetkazishga oloqadordir.

Noiqtisodiy risklar noqulay natija ko'rsatishi mumkin, lekin moliyaviy zarar yetmaydi. Yo'l-transport hodisasi iqtisodiy riskdir. U xarajatlardan tibbiy yordam, avtomobil tuzatish va baland sug'urta narxlari kabilarni keltirib chiqaradi. Do'stingiz bilan maktabda talent shousiga qatnashishga qaror qilganingiz noiqtisodiy riskdir. Agar shou yaxshi o'tmasa, siz o'zingizni noqulay yoki xijolatli ahvolda qolasiz, lekin siz moliyaviy zarar ko'rmasiz. Sof va taxminiy risklar. Sof risk yo'qotish imkoniyatini ko'rsatadi, lekin yutish uchun imkoniyat yo'q. Shavqatsiz ob-havo sof riskka misol bo'ladi. To'fon bizneslarga zarar yetkazmay o'tishi mumkin. Qattiq sovuq-to'fon bizneslarning yopilishi va narxlarni tushishiga olib keladi. Shamol va yomg'ir binolarga zarar yetkazgani tamirlash narxlari tufayli qo'shimcha xarajatlarni keltirib chiqaradi. Taxminiy risklar ham yutish ham yo'qotishga bo'lgan imkoniyatni ta'minlaydi. Yangi biznesga pul tikishni taxmin qiling. Agar bu muvofiqiyatli bo'lsa, siz yaxshi foyda ko'rasiz. Boshqa tomondan, agar bu biznes muvafaqiyatsizlikka uchrasa, siz kiritgan barcha pulni yutqazasiz. Boshqariladigan va boshqarilmaydigan risklar. Boshqariladigan risk siz tomoningizdan qilingan harakatni kamaytiradi yoki bartaraf etadi. O'g'irlikni oldini olish uchun bizneslar qo'riqlash tizimlarini, qo'riqchilarni yollash va poyezd ishchilari ziyrakligini oshirish ehtimoliy muammolarni kamaytiradi. Boshqarilmaydigan risk sizing ish-harakatlaringizni kamaytira olmaydi. To'satdan boshlangan qattiq yomg'ir va uzoq davom etgan quruqchilik fermerlar hosiliga ta'sir ko'rsatadi va zararni kamaytirish kamchilikni tashkil etadi. Ishonchli va ishonchsiz risklar. Insonlar o'zini riskning yomon ta'sirlaridan himoya qilish yo'llarini qidiradi. Himoya qilishning oddiy usuli sug'urtalash. Sug'urta katta ehtimoliy moliyaviy yo'qotishni aniq emasligi, aniq kichik to'lovlarni almashtiradi. Agar ko'p sonli insonlar berilgan riskka duch kelsa va ehtimoliy yo'qotish narxlari oldindan aytib beriladi, bu ishonchli risk deyiladi. Agar risk odatdagidek bo'lmasa yoki zarar ko'rilayotgan qiymatni oldindan aytib berib bo'lmasa, bu ishonchsiz risk deyiladi.

Riskni hal qilish. Faraz qiling siz va sizning 9 ta do'stingiz, har biringizni yangi golf komplekt klubingiz bor. Har bir komplekt \$600 dollar atrofida qiymatga ega. Siz "Golf Friends Association" (GFA) shakllaridagi qarorlarni qabul qilasiz. GFA ning madsadi klublardan biri o'g'irlanganda katta moliyaviy riskni kamaytirishdan iborat. Himoyani ta'minlash uchun har bir a'zo o'g'irlangan klub qaytarish uchun pulni teng bo'lishishga rozi bo'lishi kerak. Siz va barcha qaytarish narxiga \$600ga rozi. Shuning uchun har bir guruh a'zosi \$60 dan pulni klub sug'urta fondini qaytarish uchun ajratishadi. Agar siz GFA ning a'zosi bo'lmasangiz va sizning klubingiz o'g'irlatilgan bo'lsa, siz umumiy \$600 ni yangi klub ochish uchun to'laysiz. A'zo bo'lganingizda klubni qaytarish uchun \$60 to'laysiz. 14-1-jadval a'zo va a'zo emaslarining narxlarini ko'rsatib beradi. Sug'urta fondini teng taqsimlash har bir a'zo uchun biroz iqtisodiy zarar yetkazadi. Bu yo'lda, guruh a'zolari risk iqtisodiy yo'qotishni bo'lishib bir-biriga yordam beradi. Har bir kishi riskka duch keladi. Ko'pgina risklar, agar yo'qotishlar qattiq bo'lsa moliyaviy zarar yoki ehtimoliy falokat natijasida yuzaga keladi. Yakkar shaxslar va bizneslar ular duch keladigan risklarni va ehtimoliy yo'qotishlarni qanday hal qilish kerakligini aniqlashi lozim. 2-jadval risklarni hal qilishni to'rtta usulini ko'rsatadi: oldini olish, ko'cherish, sug'urta va taxmin qilish.

<i>Bir turdagi golf klubini qayta tashkil qilish narxi</i>	
Umumiy narx ÷ Odamlar soni = Har bir kishi uchun narx	
GFA a'zolari	\$600 ÷ 10 = \$60
A'zosi yo'qlar	\$600 ÷ 1 = \$600

Riskdan qochish.

Sizning fikringiz va rejangiz bilan riskka uchramasligingiz mumkin. Agar sizda yangi biznes boshlash uchun yetarlicha malaka va tajribaga ega emasligingizga ishonsangiz, siz ishni yakka boshlashga qaror qilmang. Agar qor bo'roni bo'lishi e'lon qilingan bo'lsa, siz mashinangiz bilan sodir bo'lishi mumkin bo'lgan hodisadan qochib mashina haydamaqlikni tanlaysiz. Agar bozor yangi mahsulotni narxini qoplaydigan talab yo'q deb hisoblasa, bizneslar bu mahsulotni ishlab chiqarmaydi. Riskdan qochishdan maqsad qaror qabul qiluvchilar qo'rqinchli bo'lgan risklarning

qarorlarini bilishi kerak. Ular o'zlarining qarorlarining narxlarini va ehtimoliy mukofotlarni aniqlashi lozim. Agar yo'qotishlar yuzaga keladigan bo'lsa, ular yo'qotishlar hajmini taxminan hisoblab chiqishi kerak. Agar bo'lishi mumkin bo'lgan risk yoki yo'qotishlar miqdori juda katta bo'lsa, ular bundan chiqib katish uchun qaror qabul qiladi. Bunday himoya qilishlar hech qachon yo'qolmaydi.

Riskni ko'chirish.

Bazida harakalar katta moliyaviy risklarga olib keladi. Agar bizneslar riskni aniqlashni imkoni bo'lmasa, ular uni o'tkazib yuborishi mumkin. Qachonki riskni o'tkazib yuborilganda kimdir riskni taxmin qiladi. Agar kompaniya istemol kreditlari va istemolchilar uchun kreditlar taklif qilsa va ularning to'lovlarini to'lay olmasa, kompaniya zarardan qocha olmaydi. Bu vaziyatda, kompaniya bankka yoki kredit beruvchi kompaniyalarga kredit taklif qilish bilan vaziyatdan chiqib ketadi. Bu bizneslar allaqachon o'zlarining kredit operatsiyalariga ega. Ular kredit istemolchilar bilan samarali ishlay olishadi. Ular hatto kredit yo'qotishlarini ham boshqara olishadi. Bank va kredit kompaniyalari kredit narxlarini qabul qila oladi, ular kompaniya tomonidan kredit uchun to'lanadigan pullardan foyda olishadi va istemolchilar to'lovlarini yoqtirishadi. Kompaniyalar mahsulot zararidagi riskni boshqa a'zo kanallaridagi omborlardan foydalanib va mahsulotlarni taqsimlash orqali o'tkazib yuboriladi. Ishlab chiqaruvchi muhim yoki muvofaqiyatsiz o'rganish jarayonidagi riskni tajribali firmalar bilan hamkorlikda o'tkazish mumkin. Izlanishlar olib borish narxi boshqa allaqachon tajribali mutaxassislariga ega bo'lgan kompaniya tomonidan taqsimlanadi. Agar tadqiqot muvofaqiyatli bo'lsa, ishlab chiqaruvchi mahsulot ishlab chiqaradi va sotadi. Bu keyinchalik sheriklar bilan foydani baham ko'rishadi.

Riskni sug'urtalash

Agar bizneslar bir turdagi boshqalar ham duch keladigan risklarga duch kelsa va yo'qotishlar hajmi asosli taxmin qilinganda, sug'urta qilish ehtimoli katta. Bu o'rinda oldin ko'rib chiqqan "GolFriends Association"ni tasovvur qilsak bo'ladi, har bir klub egasi assotsatsiyaga kichik miqdorda pul berish orqali o'g'irlashning oldini olishdi. Bizneslar xuddi shu usulda o'zlarining bino, jihoz va ishlab chiqarishlarini boshqa bizneslardan yong'in sug'urtasini sotib olishi bilan duch kelishi mumkin bo'lgan risklarni oldini olishadi. Bir qancha bizneslar yong'in tufayli aniq vaqt davomida yo'qotishlarga ega bo'lishi mumkin. Yong'in tarixiga asoslanib bizneslar va ekspertlar bir necha bizneslar uchun umumiy talofatni bir qancha vaqt mobaynida baholab chiqishadi.

2-rasm.

Riskni hal qilishning to'rtta ehtimoliy yo'li	
Usul	Xarakter
Qochish	To'liq riskli vaziyatni tanlamang
O'tkazib yuborish	Boshqa tugallangan biznes vaziyatini toping
Sug'urtalash	Barcha yo'qotishlarga to'lash uchun sug'urta qiling.
Taxmin qilish	Barcha majburiyat bilan harakarni tugating.

Riskni taxmin qilish.

Bir qancha kompaniyalar aniq risklarni taxmin qilamiz deb o'ylashadi. Bu shuni bildiradiki, agar ular yo'qotishdan jabrlansa, ular natija bilan ishlashadi. Odatda, Agar bizneslar riskni taxmin qilishga qaror qilishsa bu ular uchun jiddiy zara yetkazmaydi. Kompaniyalar mavjud bo'lgan fond ixtiyoriy moliyaviy zararni qoplashiga ishonadi.

Juda katta bizneslar sug'urta qilish o'rniga har oy kichik miqdordan pul ajratishni maqul ko'radi. Sug'urtalangan risklar.

Maqsad:

1. Muhim sug'urta konsepsiyalarini tan olish.
2. Bir nechta turdagi biznes sug'urtalarini tasavvur qiling.

Haqiqiy hayotga nazar

Samuyel umumiy qiymatli ishlab chiqaruvchi biznesi o't-o'chiruvchi mashina qarab yurgan edi. U o'zining sug'urta agentini ko'rib qoldi.

“Yong`in uchun juda afsusdaman,Sameyel” dedi Jeyk. “Omadni qarangi binoga keladigan yirik zararni oldini olishga erishishdi.” “Ha,o`t-o`chiruv boshlig`I aytdi,” javob berdi Samuyel.Garchi eng katta zararni chekish va suv bo`lsa ham,barcha mol-mulk ro`yhati almashtiriladi va bir nechta jihozlar ta`mirlanishi kerak.Bu albatta biznesni qayta boshlash uchun bir necha hafta talab etadi.”

“Biz tez ish boshlash uchun sug`urta talabnomasini jo`natamiz.”Jeyk vada berdi. “Bilaman senga pul kerak ertaga senga birinchi sug`urta chekini jo`nataman.” “Menga biroz zararni qoplashga ishontirganingdan xursandman,Jayk.Qayta oyoqqa turib olgunimizcha ishchilarimga to`lab turishni xohlagandim.

Sug`urta olish.

Ko`p insonlarva bizneslar katta iqtisodiy yo`qotishlarni qoplay olishmaydi.Biroq,Ular moliyaviy yo`qotishlardan qiynaymaslik uchun hiyoyani taminlash uchun sug`urta qilishlari mumkin.Sug`urta ularga riskni boshqa shaxslar va bizneslar bilan baham ko`rish imkonini beradi.U xotirjamlik olib keladi.Halokat,shikast yoki boshqa yo`qotishlar vaqtida qanday qilib yo`qotishlarni qoplashga e`tiborini qaratadi.

Sug`urta asoslari.

Sug`urta kompaniyalari iqtisodiy yo`qotishlarga qarshi himoya rejalarini taminlab beradi.Kompaniya sug`urtalovchi deb ataladi,aniq bir riskni olib tashlash va yo`qotishlar uchun to`lashalarni qo`llab quvvatlaydi,agar bunday muammolar paydo bo`lsa.Shaxslar va bizneslar uchun sug`urtalovchi risk borligini taxmin qilsa sug`urta qilinadi.Sug`urta ko`rsatmasi yoki kompaniya imzolagan yozma kontraktatni ko`rsatish bilan riskdan olib o`tiladi.Shaxs yoki kompaniya yo`riqnomaning yo`riqnoma yurituvchidan olishadi.Sug`urta dasturi sug`urta kompaniyasi va dastur yurituvchisi rozi bo`lgan holatlarda tasdiqlanadi.Dastur yurituvchilar miqdori sug`urta pulini sug`urta qoplanishiga to`lahsga majbur.Dastur yurituvchi oylik,kvartalniy,har olti oyda yoki yilda bir marta to`lovlarni amalga ochiradi.Yagona talab sug`urta dasturi qoplaydigan dastur yurituvchisi yo`qotishlar uchun to`lash talab qilinadi.

Sug`urta kompaniyalari.

Qo`shimcha qilib aytganda dastur yurituvchilar uchun moliyaviy himoya taklif qilish,sug`urta kompaniyalari investitsiya kompaniyalari hisoblanadi.Sug`urta puli dastur yurituvchisi tomonidan sug`urta kompaniyalari to`lagan puldan fond tashkil qilish uchun yig`iladi.Sug`urta pulini qoplash mobaynida bu qo`shimcha miqdorlar bu investimtlardan foyda ko`rish uchun topiladi. Sug`urta himoyasi bir necha yo`llar bilan qo`lga kiritiladi.Yakka shaxslar sug`urta kompaniyalaridan bevosita sotib olishadi.Ishchilar sug`urta bilan xizmat foydasini taminlash uchun taminlanadi.Professional tashkilotlar va boshqa guruhlar sug`urta qoplamini a`zolarga taklif qilishadi.Bizneslar tez-tez iste`mochilarga taluqli risklardan himoya qilish uchun sug`urtalarni taklif qilishadi.Kredit kartalari ishlarilganda,istemolchilar kredit sug`urtasini xohlashadi.Kemalar orqali biznes qiladiganlar transport sug`urtasi taklif etiladi.Qo`riqlash kompaniyalari o`g`irlik uchun sug`urtani taminlaydi. Ko`pgina odamlar sug`urtani sug`urta agentligidan sug`urtalashadi.Sug`urta agenti sug`urta kompaniyasi va sotish sug`urta siyosatini yakka shaxslarga va bizneslarga tamishtiradi.Sug`urta agentining asosiy ishi har bir mijozga mulk turi va himoya miqdoridan iqtisodiy yo`qotishlardan tanlashda yordam berishdan iborat.Ko`pgina mijozlar sug`urta turini tanlashda agentdan sug`urta kompaniyasi haqida ma`lumot olishadi.Asosan ikki turdagi sug`urta agenti mavjud.Biri katta kompaniyalar va savdolar uchun kompaniyalar tomonidan yozilgan sug`urta ishlarini bajarishadi.Boshqasi mustaqil agent turli kompaniyalar uchun savdolarini amalga oshiradi.Sug`urtalarini bevosita sug`urta kompaniyalaridan yoki internet orqali ham sotib olishingiz mumkin. Ko`pgina odamlar sug`urta kompaniyalari ni sug`urta puli miqdori va turiga qarab tanlashadi.Har doim sug`urtani sotib olishda,kompaniya tomonidan taklif etiladigan sifatlar va narxlar taqqoslanadi.Yana bir asosiy faktorlardan biri yo`qotishlar sodir bo`lganda xizmat bilan taminlanishdir.Qachonki yo`qotishdan aziyat chekilganida,siyosiy boshqaruvchi sug`urta kompaniyasiga suyanib talab etilayotgan yordamini ko`rsatadi.Bu holdan kompaniya bilan aloqa qilish oson bo`ladi.Ularning javobi tez bo`ladi.Jarayon kerakli narsalar aytilgandan so`ng oson va tushunarli foydalaniladi.Yo`qotishlar uchun to`liq qoplanish Qo`ldan keladigan darajada tezlikda qoplanadi.

Sug`urta yo`qotishlari.

Ham iste`molchi,ham bizneslar har qanday iqtisodiy yo`qotishlar uchun sug`urta qilishadi.Skripkachi barmoqlarini sug`urta qilishi mumkin.Yozuvchi o`zinging qo`lyozmalarini sug`urta qiladi.Bizneslar yong`indan keladigan mulkiy yo`qotishlar,mahsulotlardan ko`riladigan zarar va ishchilarini sug`urta qiladi. Har qanday turdagi himoya sug`urtalari istemolchiolarni transport,mulk,so`g`liq va hayot himoyasida muhim.Bizneslar o`zlarining transport va mulklarni ham sug`urta qilishadi.Ularga hatto javobgarlik sug`urtasi ham muhim.Javobgarlik sug`urtasi insonlar jarohat olganda yoki mahsulotdan,xizmat, yoki biznes harakatdan kelib chiqqan mulk qarshi qilinadi.

Biznes sug`urta	
Asosiy bo`limlar	Misollar
Idora xodimlari	Tibbiy sug`urta Guruh sug`urta Nogironlik sug`urta Ishchilarning kompensatsiyasi Hayotiy sug`urta
Mulk	Tijotriy mulkka oid sug`urta Transport sug`urta
Biznes operatsiyalar	Iqtisodiy to`squinlik sug`urtasi Javobgarlik sug`urtasi

Biznes sug`urta

Kompaniyalar moliyaviy resurslardan yerga,binoga,jihozlarni yangi;ashga va tadqiqotlarga pul kiritish uchun foydalanadi.Agar bizneslar bu turdagi resurslardan zarar ko`rsa,ular bularni qayta almashtirishga va tiklashda qiyinchiliklarga duch keladi.Bizneslar o`zlarining qarzlari uchun ko`p turdagi sug`urta olishi mumkin.

Shaxsiy sug`urtalash

Sog`liq va menejer va ishchilar biznes uchun muhim.Agar ishchilar kasal yoki jarohat olsa,ular ishga yaroqsiz bo`li qolishadi.Sog`liqni saqlash xarajatlari juda yuqori.Xarajatlar kompaniya yoki ishchilar tomonidan to`lab berilishi kerak.Agar ishda halokat sodir bo`lsa,ishchi tuzalib ketgunicha kompaniyalar uning sog`liqni saqlashdagi xarajatlarini qoplab berishi kerak.Bizneslar ishchilarga bir necha turdagi sug`urtalarni tavakkalchilikdagi narxlardan himoyalani uchun sotib olishadi yoki ruxsat berishadi.

Tibbiy sug`urtasi.Ko`pgina bizneslar tibbiy sug`urtalarini,qaysiki shaxslarni katta tibbiy xarajatlardan saqlab qoladigan, tavsiya etishadi.Tibbiy sug`urta tibbiy yordam to`lovlari xuddi davolanish yoki davolanishga ketadigan naxrlar bilan taminlab beradi.Bizneslar guruh bilan tibbiy sug`urta qilishni tez-tez tavsiya qilishadi.Guruh sug`urtasi bilan,biznes ishchilar va ularga aloqadorlar bir turdagi himoya bilan qoplanadi.Guruh sug`urtasi siyosati ko`p miqdordagi insonlarni qamrab oladi, va barchasiga alohida pul to`lashadi.Shuning uchun,agar har bir shaxs boshqa sug`urtadan foydalansa,sug`urta narxi past bo`ladi.Bir qancha kompaniyalar ishchilarning tibbiy sug`urtasi uchun umumiy narxda pul to`lashadi.Ko`pginasi foiz bilan to`lab borishadi.**Nogironlik sug`urtasi.**Nogironlik sug`urtasi ish vaqtida jiddiy kasal yoki jarohat olgan vaqtda ishchi ishga yaroqsiz bo`lganda to`lanadi.To`lov narxi odatda ishchi oyligining 50-70 foizini tashkil etadi.Maxsus turdagi nogironlik sug`urtasi ish kompensatsiyasiga o`xshash.Ish kompensatsiyasi ishi mobaynida jarohat olgan ishiga qonun tomonidan to`lanadiga sug`urta tizimi hisoblanadi.Har bir bizneslar to`lovlarni ishchilarga asoslanib sug`urta fondidan to`lanadi.**Hayotiy sug`urta.** Ko`pgina bizneslar ham hayotiy sug`urtani,qaysiki o`lim sodir bo`lganida to`lanadigsan, tavsiya etishadi.To`lov insonlarga pul oluvchi kabi ma`lum.Pul qabul qilib oluvchi odatda sug`urtalanganning oila a`zosi bo`ladi.Kompaniyalar tez-tez ularning muhim omadi bo`lgan boshqaruvchilar yoki ishchilarni sug`urta qilishadi.Bizneslar kichik miqdordagi hayotiy sug`urtalarni taklif qilishadi yoki ishchuilarga past narxdagi hayotiy sug`urtalarni qilishga ruxsat berishadi.

Mulk sug`urtasi.

Bizneslar tavakkalchilikdan kelib chiqqan qarzlarni qoplash uchun sug`urta qilishadi. Bizneslar o`zlarining barcha bino, yangiliklari va ishlatilayotgan jihozlarini himoya qilishni xohlashadi. Ularning avtomobillari va boshqa transportlarini ham sug`urta qilishadi.

Tijoriy mulkka oid sug`urta. Bir qancha bizneslarda bir yoki ko`p binolari bir joydan boshqa joyda ko`cherish qiyin bo`lgan bor. Qo`shimcha qilib aytganda, binolar ularning asosiy mol-mulklaridan jihozlar, xom ashyo, tayyor mahsulot va tashkiliy qismlardan tashkil topgan. Tijoriy mulkka oid sug`urtalar yong`in, bo`ron, falokat, o`g`irlik va buzg`unchilikdan keladigan yo`qotishlarni qoplaydi.

Transport sug`urtalari. Bizneslarda shaxsiy transport vositalari bor va barcha turdagi transportlardan mashinalar, furgonlar, og`ir va yengil yuk mashinalaridan, trillerlardan foydalanishadi. Transportlarni va falokat natijasida yashovchilarni zararlarini qoplash uchun transport sug`urtasi qilinadi. Transport sug`urtasi zarar narxini xuddi tibbiy narx uchun havdovchiga shikast yetganida to`lab beradi.

Biznes sug`urta operatsiyalari.

Bizneslar ishchilar va biznes operatsiyalaridagi harakatlar natijasida moliyaviy yo`qotishlarga duch kelishi mumkin. Bu harakatlar yoki operatsiyalarga falokat, jarohat olish, mulkiy zarar yoki boshqa turdagi yo`qotishlar natijasida yuzaga kelishi mumkin. Bu yo`qotishlarni oldini olish uchun sug`urta qilinadi. Biznes operatsiyalari uchun ikkita odatiy sug`urta turlari: iqtisodiy to`siq sug`urtasi va javobgarlik sug`urtalari mavjud.

Iqtisodiy to`siq sug`urtasi. Juda ko`p bizneslar bir necha kun yoki bir necha hafta iqtisodiy yo`qotishlarsiz ishlashni uddalay olishmaydi. Iqtisodiy to`sqinlik sug`urtasi hozirda bo`layotgan biznes xarajatlarni, agar bizneslar vaqtinchalik tavakkalini pasaytirish maqsadida kompensatsiya bilan ta`minlanadi.

Javobgarlik sug`urtalari. Operatsiyalar, ishchilar va mahsulotlar tufayli yuzaga keladigan zararlarni qoplash uchun ko`pgina bizneslar javobgarlik sug`urtasini qilishadi. Mahsulotdan foydalanish jismoniy zarar, kasallanish yoki hatto o`limga olib kelishi mumkin. Bizneslar har qanday shunga o`xshash vaziyatlar uchun moliyaviy javobgarlikni saqlab qolishi kerak.

4. Biznes operatsiyalari, ishchilar va mahsulotlar natijasida zararlarni qoplaydigan sug`urta turi

a. tibbiy sug`urtasi

b. mulksug`urtasi

c. transportsug`urtasi

d. javobgarlik sug`urtasi

Sug`urta muammolari

Diqqatni haqiqiy hayotga qaratamiz

Samuel mashina qo`yish joyidan tashqarida uning hamma malumotlari bilan to`la yuk mashinasini olov ichida ko`rdi. U buni ko`rgan paytda uning, sug`urta agenti Jake yurib keldi.

“Men judayam hamdartman, Samuel“, dedi Jake “Binoni katta holotlardan himoya qila olishgani baxt”. “Ha, olovni katta jamoat ishi tashkilotchisi aytdi menga” javob berdi Samuel “Tutun va suvdan zarar ko`rgan bo`lishga qaramay barcha mol-mulk ro`yxati joyiga qaytariladi, ba`zi jihozlar tuzatilishi kerak. Bu biznesga qaytish uchun bir necha haftani olishi mumkin”.

“Biz darhol seni sug`urta talablaringni saqlash uchun ishga olamiz” ont ichadi Jake “Men bilaman senga naqd pul kerak va bizda ertaga seni birinchi sug`urta cheking bo`lishi kerak.”

“Menga bo`lgan ishonchingdan xursandman, Jake biz qayta tiklangunimizcha ishchilarga haq to`lashda davom eta olishni xohlardim.

Savdo sug`urtasi

Ko`p odamlar va biznesmenlar katta iqtisodiy yo`qotishlarga bardosh berisha olmaydi. Shunga qaramasdan yo`qotishdan qiynalishgan payda ularni moliyaviy himoya bilan taminlab beruvchi sug`urta sotib olishlari mumkin. ug`urta biznesmanlarni xaf-xatarlarini boshqalar bilan birga yengil o`tishga yordam beradi. U miyani tinchlantiradi avariya holatlarda, shikaslanish va yo`qotish holatlarda insonlarni fikrini bir joyga qo`yishga yordam beradi. Ular qanday qilib pul to`lashlarini emas avvalgi holatlariga qaytishni o`ylashadi.

Dastlabki sug'urta

Sug'urta bo'yicha ko'rsatma sug'urta shakillanmasi va polisuholder taklif va shartlarini tasdiqlaydi. Barcha polisuholderlar sug'urtadoirasi uchun sug'urta puli to'lashlari shart.

Policyholderlar to'lovlarni bir oyli, chorakli, yarim yillik va yiliga amalga oshirishlari mumkin. Policuholderlar talabnomasining sug'urta bo'yicha ko'rsatmaga ko'rikdan ziyonga to'lovi binoan talab qilinadi. Sug'urta kompaniyalari iqtisodiy talofatlarga qarshi kurashishni rejalashtirishni taminlaydi. Sug'urta shakli kompaniya aniq iqtisodiy xaf xatarlar uchun shartnoma qiladi va sodir bo'ladi yo'qotishlar uchun pul to'lanadi. Sug'urta qilishni bo'yniga olish uchun shaxs yoki tadbirkor xafi sug'urta qilinadi. Shuni ko'rsatish kerakki, u xavf-xatar uchun xizmat ko'rsatiladi, kompaniya shartnoma qog'ozi yoki sug'urta bo'yicha ko'rsatma bilan taminlaydi. Shaxs yoki kompaniyaning ko'rsatmasi qo'lga kiritilishi policyholder deyiladi.

sug'urta kompaniyalari

Sug'urta qiluvchilar uchun moliyaviy himoyani taklif qilish bilan birgalikda, sug'urta kompaniyalari Sormoya, kopital kompaniyalari hamdir. Sug'urta qiluvchilardan yig'ilgan sug'urta pullari, turli xil shikoyatlar uchun sug'urta kompaniyalari to'laydigan haqlardan fond hosil qilib boradi. Bu pullarni kompaniya sarflaydi. Bu sarflardan hosil bo'lgan qo'shimcha pul miqdori kompaniyalarga, da'vo, shikoyatlarni bartaraf etish jarayonida foyda qilish imkonini yaratadi. Sug'urta himoyasi bir necha yillar davomida yuzaga keladi. Har bir shaxs sug'urta kompaniyalaridan, sug'urta to'g'ridan to'g'ri sotib olishi mumkin. Ish beruvchilar sug'urtani ish oluvchilar foyda sifatida ta'minlashi mumkin. Professional tashkilotlar va boshqa guruhlar azolariga sug'urta matbuotlarini taklif qilish mumkin. Tadbirkorlikda ko'pincha sug'urta tavakkalaridan foydalanganda haridorlar kiridet chekini talab qilishadi. Maxfiy kompaniyalar o'g'rincha sug'urtalarni taklif qilishi mumkin. Ko'pgina odamlar sug'urtani sug'urta agentliklaridan sotib olishadi. Sug'urta agentligi sug'urta kompaniyalarni ifodalaydi, va shaxslarga va tadbirkorlarga ishonchli sug'urtaniso'tadi. Sug'urta agentligining 2 ta asosiy turi bor. irik kompaniyalar uchun ulardan biri: bir necha kompaniyalar narx-novosi, foydasi jihatdan bir-biri bilan taqqoslanishi kerak. Ikinchi yo'li esa ,agar yo'qotish sodir bo'sa bu omil kompaniya tomonidan taminlangan hizmatdir. Yo'qotish bo'ganda sug'urta qilganlar, sug'urta kompaniyalarni ularni yordam bilan ta'minlash uchun tezroq harakat qilishlarga ishonch hosil qila olishni xohlaydi. Bu narsa kompaniya bilan aloqa qilishni osonlashtiradi.

Sug'urta(ijtimoiy) ziyonlar. Xaridor xamda mashg'ulotlar sug'urtani barcha iqtisodiy yo'qotishlarni sotib oladilar. Sikribkachi o'z barmoqlarini Sug'urta qildirishi mumkin. Pirapisianal suportchilari'larini barcha zararlardan, tiramalardan sug'urta qilishlari mumkin. Yozuvchilar o'zlarining qo'lida yozilgan matnlarni sug'urtaga oladilar. Bizneslar ularni yong'in tagidan qolib ketgan maxsulotlarni sug'urtaga oladilar, xamda o'zlarini maxsulotlarni xaridor ishlatganidan keyin sug'urta ostiga mumkin va barcha o'g'irliklardan sug'urta olishlari mumkin.

Istimolchi sug'urta ostiga olish uchun eng muhim narsalar bu transport, mol-mulk, cogliq va hayot sug'urtalaridir. Ish yurutuvchilar ham o'zining transport va mol-mulkini sug'urta ostiga oladilar. Ular barcha ishchilariga sog'liq va hayot sug'urtalari bilan ta'minlanadilar. Hamda ular mas'uliat sug'urtalariga ega bo'lishlariga kerak. Bu sug'urta turi har xil yo'qotishlardan hmda qonuniy harakatlardan saqlay oladi. Biznes sug'urtasi Kompaniya o'zining moliyaviy resurslarni yerga investitsiya, binolarga operatsion jihozlar, korxonalar, mol-mulk ro'yxatiga va odamlarga ishlatiladi. Agar biznes jiddiy talofatga uchrasa, shu biznes muammolarga yuzlanishi mumkin. Ishyurutuvchilar kun va har kun va har xil sug'urtalarga ega bo'ladilar. Moliyaviy yur qarzi hisobiga berilishi mumkin bo'lgan mol-mulkga erishish uchun.

Xodimlar sug'urtasi

Xodimlarning sog'lig'i hamda yaxshi ish yuritishi ishyuritish uchun juda muhim. Agar xodimlar kasal bo'lib qolsa yoki biror bir zarar olgan bo'lsalar ular ishlay olmaydilar. Tibbiy xizmatlar narxi juda baland. Bu ishchi tomonidan yoki kompaniya tomonidan to'lanishi lozim. Agar baxtsiz hodisa ish joyida bo'lgan bo'lsa ishyurutuvchi xodim sog'ayish jarayonida tibbiy xizmat narxi uchun aniq javob bera olmaydi. Ishyurutuvchi xodimlarga har xil sug'urtalarni sotib oladi yoki sotib olishga ijozat beradi, shu turdagi shu turdagi kamchiliklarga yo'l qo'ymaslik uchun.

Sog'liq sug'urtasi

Ishyurutuvchilarni ko'pisi sog'liq sug'urtasini taklif qiladilar chunki bu turdagi sug'urta o'zida narxi baland individual yordamni jalb qiladi . Bu sug'urta beach aniq belgilangan tibbiy xizmatlarni narxini hamda kasalxonalarda yetishni va har xil turdagi davolanish uga jalb qilinadi . Ishyurutuvchilar ko'pincha guruh tibbiy sug'urtani yurutadilar ya'ni ishlatadilar. Bu ham biznes yuutuvchi xodimlarga sug'urta siyosati ostida bo'ladilar. Guruh tibbiy sug'urtasi o'zida ko'p odamni saqlaydi va shu sug'urtaostida bo'lgan barcha xodimlarga sug'urta puli beriladi . Shuning uchun,tibbiy sug'urta narxi pastroq bo'lishi mumkin ,qachonki har bir xodim apoxida sug'urta olsa . Ba'zi kompaniyalari to'la narxini to'laydi , ammo ko'pis faqatgina foizini to'laydi , shunda xodimlar ishora to'laydi.

Qobiliyatsizlik sug'urtasi

Ushbu sug'urta ishchilarni uzoq vaqtda bo'lgan kasalliklar uchun mo'ljallangan . To'lov natxi ishchinind daromadidan 50-70%ini tashkil qiladi. Shu sug'urta o'zida maksimum narxni hamda muddat saqlaudi . Xalqda "xodimlarning xodimlarni mukofotlash" deb ataladi .Ushbu turdagi sug'urta qonun bilan tasdiqlanadi .

Hayot sug'urtasi

Ba'zi kompaniyalar hayot sug'urtasini ham qabul qiladilar . Ushbu sug'urtalar ma'lum bir pul mablag'lari bilan ta'minlaydi. 5 yil to'lov polis sug'urtasida muruvvat to'lovi deb nomlanadi. Asosan bemor bo'lgan kishining oila a'zolariga to'lanadi . Bu mablag' barcha operatsiyalarni ko'tarishi uchun to'lanadi . Kompaniyalar o'zining muvofaqqiyatini oshirish uchun yoki bildirish uchun qilinadi . Ishyurutuvchilar o'ziga kichik narxdagi hayot sug'urtalarini qabul qilaoladilar yoki ishchilarga past narxida bo'lgan hayot sug'urtaga ijozat beradilar , yordam sifatida.

Mol-mulk sug'urtasi

Ishyurutuvchilar binolarni va korxonalar yoki muassasaning asbob-uskunalarini, va oparatsiya jihozlarini qilishni xohlaydilar. Ishchilar transportlarini ham himoya qilishni xohlaydilar.

Savdo –sotiqqa oid sug'urta

Biznesmenlarni ko'pisi bir nechta ish binolariga ega va bu binolarni qayta qurishni yoki joy almashishi bir muammo.Undan tashqari binolarni ichida jihozlar,qonuniy matiryallar, tarkibiy qisimlar va tayyor mahsulotlar mavjud. Bu sug'urta har xil yo'qotishlardan saqlaydi, masalan yong'in,davul hodisa, o'g'irlik va oshqalar. Maxsus polislar xarid qilishlari mumkin.

Transport vositalari sug'urtasi

Ishyurutuvchilar o'zining shaxsiy avtomabillari va hamma turdagi savdo-sotiqqa o'ng tirasport vositalari masalan yuk vagonlari poizdlar va shunga o'xshash vositalarga yordam beradi. Aynan transport vositalari xaydovchilarga ham ma'lum bir tibbiy xizmatlar uchun pul ajratiladi.

Binisdagi xaflarni aniqlash va boshqarish

Biznes duch keladigan ko'plab xavflarga kafolat bermaydi.Kafolatlanishi uchun xavf va y'qotishi mumkin bo'lgan mablag' oldindan taxmin qilinishi shart. Agar xavf tug'ulishga shans bo'lib qolsa va bu xavf oldin yaxshilab o'ylanib chiqilmagan yoki yo'qotilishi mumkin bo'lgan mablag' hisoblab chiqilgan bolsa, sug'urta kompaniyasi zararni qoplab berish ehtimolligi yo'q. Ba'zi xavflar keltiradigan zarar juda katta bo'ladiki hatto sug'urta kompaniyalari ham qoplab bera olmaydi, bunday hollarda biznes bu sug'urta qilib bo'lmaydigan xavfni hal qilishi boshqa yo'llarini topishi kerak.

Kafolatlab bo'lmaydigan xavflar omili

Ko'lab omillar biznisdagi xavfda kompaniya uchun qimmatga tushadigan xavflarni olib keladi. Omillar iqtisodiy sharoitlar, mahalliy omillar va biznes harakatlari.

Biznes operatsiyalarini sug'urtaga olish.

Xar bir biznes moliyaviy yo'qotishlardan azob chekishi mumkin,ishlovchilarning yokikadir biznes oparatsiyalaridan kelib chiqqan holda masalam jarohatlar mol-mulk ziyoni yoki boshqa bir maxrumlar,sug'urta shu yo'qotishlarni ximoya qilishi mumkin. Biznes sug'urtaning ikkita turi mavjud :to'sqinlik sug'urtasi va javobgarlik sug'urtasi.

Javobgarlik sug'urtasi:

Ushbu sug'urta barcha ish joyida bo'layotgan vaziyatga mo'ljallangan. Xaridor biznesni tashkil qilganda zararlanishi mumkin. Maxsulotni qoplanishi jismoniy tarafdin zarar yetkazishi mumkin, har xil kasalliklarga xattoki o'limga olib kelishi mumkin. Ishlovchi vijdotsiz bo'lishi mumkin, yoki uni xarakatlari boshqalarga zarar yetkazishi mumkin. Biznesdan bo'shashi mumkin bo'lgan moliyaviy tarafdin zarar ko'rishlari mumkin.

Xatarlarni Aniqlash va boshqarish.

Biznesda xatarlarga duch kelamiz. Xavfni oldindan bilish kerak va yo'qotiladigan miqdorini sug'urta qilish kerak bo'ladi. Xavfni oqilona oldini lkish mumkin emas, biznesda mumkin moliyaviy zararlarni hisoblab bo'lmaydi uning oldini olish uchun, u sug'urta kompaniyasiga a'zo bo'ladi, biznesda sug'urta kompaniyasi keltirilgan zararni, xarajatlarini to'lay olmaydi, ma'lum xatarlar ayrim qiymatlari qoplanishi mumkin. Bu holda, ishda bu zararlarini xavflarni yengish uchun boshqa yo'llarini aniqlash va qidirish kerak.

Zararli xavfli omillar.

Bir necha omillar kompaniya uchun juda qimmat bo'lishi mumkin biznes xavf-xatarga, olib keluvchi yo'llar ko'p bolishi mumkin. Bu omillar iqtisodiy shart-sharoitlar, mijozlar talabini, raqobatchilar harakatlari, texnologik ishlanmalar, mahalliy omillar, shuningdek, biznes operatsiyalarni o'z ichiga oladi. Iqtisodiy sharoit. Iqtisodiyot sharoit kuchli bo'lsa, iste'molchilar o'z biznes uchun, mijozlar pul sarflash o'tishga uchun doim tayyor. Savdo kuchli bo'lsa va foyda yuqori darajaga yetsa. Iqtisodiyotda tez savdo va foyda hajmini ko'payib inqiroz holatlarini kamaytirish mumkin. Bir kompaniya ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish va u haqiqiy muammolarni hal qolish bilan emas. Rahbarlardan iqtisodiyotni diqqat bilan o'rganishi lozimligi. Ular iqtisodiy sharoitda takomillashtirish yoki pasayishiga javob berish uchun tayyor bo'lishlari kerak.

Iste'mol talabi.

Istemolchilar fikriga ko'ra iste'mol talabini qondirish uchun mahsulotlarini ishlab chiqarish kompaniyalari. Ular preferensiyalar va mijozlar ehtiyojlarini qattiy o'rganish lozim. Ular talab o'zgarishini oldindan yangi mahsulot uchun mumkin bo'lgan, ularga kerakli resurslardan foyda olishadi. Iste'molga o'zgarish kiritish emas inventarizatsiya bir mahsulot bilan yakun bo'lmagan maxsulotni yo'lga qoyishi foyda olish koefsentni oshiradi.

Raqobatchilar harakatlari.

Raqobat muhitida ish vazifalarini noto'rg'ri ish yuritish. Raqobatchilar harakatlari bir biznes muhitidagi muvaffaqiyatiga ta'sir qilishi mumkin. Kompniya uchun qaror qabul qilsangiz, biznesda javobgarlik kerakmi yoki yo'q, qaror qabul qilish kerak bo'ladi. To'g'ri qaror savdo va foyda va boshqa ortiqcha xarajatlar yo'qolishi olib kelishi mumkin. Raqobatbardosh kompaniyalar o'z ish faoliyati uchun kerakli konsepsiyalar ishlab chiqarishi. Qarorlarni to'g'ri qabul qilishi. Yangi raqib kompaniya bozorga kirish mumkin yoki joriy a'zosi yangi mahsulotni joriy qilishi ham mumkin. Kompaniya raqobat faoliyati bu turdagi tayyor bo'lmasa, uning bozordagi ulushi kam bo'ladi.

Texnologiyada o'zgarishlar.

Boshqa kompaniyalar Internetdan keng foydalana boshlaganida, an'anaviy biznes nima uchun paydo bo'ldi? Kompaniyasi to'lov shaklida, debat yoki <<Debit>>kartalarni qabul qilishga tayyor bo'lmasa, mijozlar boshqa joyga o'z biznesini yo'lga qo'yishga o'tadi? Iste'molchilar saytlardan musiqa va filmlar yuklab olishingiz mumkin bo'lsa, g'isht va ohak, musiqa va video do'konlariga ta'sir qanday bo'lishi mumkin? Har qanday vaqtda, texnologiya o'zgaradi va bu zamon talabi, ish ustida mumkin bo'lgan ta'siri juda katta. Yangi texnologiyalarni qo'yib eski ish faoliyatni yurgizish ham muammoni hal qilmaydi bu ikki omilni birlashtirish yaxwi foyda olishga olip keladi.

Mahalliy omillar

Biznesda oziq-ovqat<<Fast-food>>oldinda bo'lip, xalqaroavtomobilyo'lini, ta'mirlashuchunbiroydavomidayopiladi. Shaharnikommunal xizmatkompaniyasielektrqiymati 5 foizstavkasiortishiega. Mamlakathokimiyatkengashio'zishlabchiqarishob'ektlarinikengaytirish uchunbiznes talab "radetadi. Qonunlar, qarorlar, soliqlar va mahalliy hamjamiyat infratuzilmalari

tadbirkorlik faoliyatini ta'sir ko'rsatishi mumkin. Ba'zi biznesda ko'proq sharoitlar uchun bir davlat yoki mamlakatdan ko'chib o'tishga qaror qilishadi boshqa davlatorganlarivanodavlattashkilotlarbilanqulay aloqa o'rnatishadi. Bu mamlakatdagi qonun va Konsitutsiyaga bog'liq. Biznes uchun qulay shart-sharoitlar saqlab qolish uchun bu kerakli omil hisoblanadi.

Xo'jalik ishi

Bugungi kunda, ish operatsiyalari bir kunda, kompaniyaning muvaffaqiyatli yoki qobiliyatsiz muhim ta'sir ko'rsatishi mumkin. Yomon og'ir oqibatlariga yo'l qo'yish, oylik xarajatlarni, kamayishi ish operatsiyalari muvaffaqiyatsizlik bilan tugashi mijozlarni kamayishiga va defolt holatiga olib boradi. Xodimlarni yaxshi boshqarilmaslik va maxsulotni tayyorlash uskunalarini yetishmasligi va eskiligi u davlatni kambag'aligiga, shuningdek, mehnat munosabatlarini muammoviy turiga, ishlab chiqarish xarajatlari va jarohatlarga olib keladi, xavfsizlik muammolari, xatolari olib kelishi mumkin. Kompaniya rahbariyati, mamlakat davlat idorasi hokimiyat. Ish sharoitini yaxshilasa va muvaffaqiyatga sodir bo'lmasa, ular, samaradorligini oshirmasa, mijozlarni ehtiyojini qondirib, shuningdek, boshqaruv xarajatlari oshirish imkoniyatlariga ega bo'ladi.

Xatarlarni boshqarish.

Tasvirlangan vaziyatlar har bir ish uchun xavfli hisoblanadi. Yolg'iz, xatar har qanday jiddiy moliyaviy muammolar olib kelishi mumkin. Bir vaqtning o'zida bir necha bor takror bo'lsa, Ish omon qolish uchun ega bo'lishi mumkin. Zararlarini xatarlarni oldindan ko'ra bilish rahbar va xodimlari uchun eng muhim masalalardandir. Biznesda har bir kishi ko'p zararlarini xavfni mavjud xabardor bo'lishi kerak. O'z Ish amaliyotlari o'zlari uchun, ayniqsa, muhim ahamiyatga ega bo'lgan xavflar turlari haqida ularni xabardor qilish uchun kerak bo'ladi. Barcha xodimlar muammolarga olib kelishi mumkin o'zgarishlar uchun ogohlantirilgan bo'lishlari kerak. Korxonalar ma'lumot to'plash va bo'lajak muammolarni o'z joyida hal qilish chora-tadbirlar amalga oshirish kerak. Ular doimiy xavf xatar barcha yo'nalishlarini kashf qilishi kerak. Rahbarlar iqtisodiyotidagi o'zgarishlarni, raqobatchilar va texnologiyalar yangi harakatlaridan xabardor bo'lishi kerak. Biznesdama'lumot to'plash va shikoyatlar va so'rovlar, shu jumladan, mijozlar, haqida ma'lumot tahlil qilinishi kerak. Bu diqqat markazida savdo ortishi va foyda ortishi kuzatib borish va zararni kamaytirish uchun zarur hisoblanadi. U ular nazoratan chiqmaganligiga ishonch hosil qilish uchun, barcha operatsion xarajatlari nazorat qilish kerak. Korxonalar, ular to'g'ri va xavfsiz mehnat hosil qilish uchun, inshootlar va asbob-uskunalarini o'rganish kerak. Ehtiyot ishga qabul qilish va uzluksiz ta'lim berish, shuningdek, samarali va xavfsiz operatsiyalariga qo'shiladi. Korxonalar o'g'rilik va vandalizm, irqchilik oldini olish uchun xavfsizlik choralarini ko'rish va xodimlari va mijozlar himoya qilish uchun kerak bo'ladi. Muhim ma'lumot va mulkiy yozuvlar mumkin zarar barcha shakllaridan himoya qilinishi kerak. Zaxira resurslari tayyorlangan va xavfsiz joyda saqlanishi kerak. Korxonalar o'z mahalliy faol bo'lishi kerak. Ular ijobiy qiyofasini rivojlantirish va saqlab qolish uchun ishlashi kerak. Ular nodavlat tashkilotlar, iste'mol guruhlar va mahalliy, davlat va milliy hukumat amaldorlari bilan aloqalar o'rnatish kerak. Korxonalar faoliyatini ta'sir qilishi mumkin qonun va qoidalarga har qanday taklif o'zgarishlar xabardor bo'lishi kerak. ijobiy harakatlar tomonidan ta'qib ehtiyot o'rganish va rejalashtirish, biznes risklarni kamaytirish ustida eng katta ta'sir kuchiga ega bo'ladi.

Xalqaro biznes

Xatarlar. Halqaro biznes boshqaruvchisi sifatida, siz to'lovlarni to'lanishi boshqa davlatga kompaniyasiga avtomobillarni qachon tayyor bo'lishini bilish? Agar mahalliy valyuta o'rniga amerika dollarida to'lash uchun yana bir mamlakat valyutasini olishga tayyormisiz? Bu misollar xalqaro biznes bilan shug'ullanuvchi har bir tashkilot oldida turgan muamodir. .

Xavfni kamaytirish strategiyasi.

Xalqaro biznes, boshqaruv xavfini kamaytirish uchun, ekspertlar to'rt strategiyalarni foydalanish uchun tavsiya qilamiz. Birinchidan faqat bir mamlakat yondashuv yoki bir mintaqada biznes yuritishda qachon xavfini kamaytirish ko'p davlatda tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishi. a inqiroz bir mamlakatda shakllangan bo'lsa, savdo va foyda yo'qolishi natijasida, bir global kompaniya boshqa bozorlarda dan foyda bilan qoplangan. Keyingi, keng mahsulot qator taklif

etamiz. tashkilot o'z mahsulotlari nomenklaturasini kengaytirmoqchi bo'lsa, bir nuqtai nazardan savdo pasayishi kompaniya uchun to'liq etishmovchiligi, degani emas. Muvaffaqiyatli kompaniyalar global tashkilotlarda doimo yangi mahsulotlar yaratish, mavjud mahsulotlarni foydalanish, shuningdek, o'z mahsulotlari uchun yangi bozorlar uchun yaratish, yangi yo'llarini topish. Uchinchidan, ish qarorlari va ishlarda mahalliy biznes hamkorlarni jalb etish. Mahalliy kompaniyalar bilan qo'shma korxonalar, siyosiy va ijtimoiy xavfini kamaytirish yordam berish uchun. global kompaniya va mahalliy biznes o'rtasidagi. Bitim ikkala tashkilotlar tomonidan yordam berilishi lozimdir. Ular jalb etgan kompaniyasi bilan yaxshi tanish bo'lsangiz. Bundan tashqari, fuqarolar va mezbongar mamlakat hukumati tashqi ko'proq o'rtoqlik qildi. Va nihoyat, asosiy lavozimlarda mahalliy boshqaruv foydalaning. mamlakat yoki mintaqaga ona bo'lgan rahbarlari va boshqa rahbarlar, yaxshi, madaniy va ijtimoiy normalar va siyosiy muhitni tushunishingiz. Bu bilim xalqaro kompaniya bozorning ehtiyojlariga xizmat qilish, uning mahsulot va ish faoliyatini yaxshilashda moslashuvda yordam berishi mumkin.

Xalqaro mulk huquqlarini himoyalashi.

Ba'zi Janubiy Amerika mamlakatlarida mahalliy kompaniyalar NBA chempionatida jamoa bo'lib ortoqlik uchrashuvlarida Milliy basketbol assotsiatsiyasi tomonidan formalar biriktirilmagan. Xitoyda esa, ko'cha savdogarlari noqonuniy nusxa va mashhur filmlar, musiqa video va kitoblar nusxalarini sotishadi. Ular noqonuniy mulk huquqlarining misolidir. Mulk huquqlari mutlaq huquqlari egalik va mulk va uning daromadlarini foydalanish. Ushbu mahsulot foydalanish bilan aralashib boshqalarni o'z ichiga olmaydi. Intellektual mulk texnik bilim va badiiy faoliyatini nazarda tutadi. Bu dasturiy ta'minot, moda dizayni, musiqa, kitoblar va filmlar o'z ichiga oladi. Ko'p kompaniyalar uchun, ularning intellektual mulk savdo va daromad qimmatli aktivlari hisoblanadi. Patent ixtirochi qilish sotish yoki mahsulot yoki jarayonini foydalanish huquqi. kashfiyotchi patent kompyuter komponentining, yangi mahsulot dizayni, yoki retsept dorilar olish mumkin. Bu ixtiro kompaniya raqobat afzalligi berishi mumkin. Patentlar innovatsiya va taraqqiyot rag'batlantirish uchun mo'ljallangan. A savdo belgisi noyob nomi, ramzi, bir so'z, bir tasvir, yoki kompaniya mahsulot yoki xizmatlarni aniqlash uchun foydalanadi ularning birikmasi hisoblanadi. butun dunyo bo'ylab taniqli General brendlar, McDonald oltin kamar o'z ichiga oladi va qizil doira maqsadimizdir. Mualliflar, bastakorlar, dramaturglar, rassomlar va noshirlar asl ishlari himoya qiladi. Qo'shma Shtatlarda yangi mualliflik Aybdorlari nashr va ularning hayoti plus 70 yil davomida o'z ijodiy ishlarini namoyish eksklyuziv huquqlarni beradi. Eng boshqa mamlakatlar o'xshash qonunlar bor. Belgilash va himoya turiga farqlar bo'lishi mumkin. Ba'zi mamlakatlar xorijiy kompaniyaning mahsulotlari jalb ayniqsa, mulk huquqi bo'yicha qonunlarga rioya etilishini ta'minlash uchun yetarli emas. Qalbakilashtirish intellektual mulk, patentlar, tovar belgilari va mualliflik noqonuniy foydalanish nazarda tutadi. Misol uchun, bir kompaniya taniqli mahsulotning eng kichik o'zgarishlar qilish mumkin va uni boshqa mamlakatlarda sotish. Ulardan noqonuniy mahsulotni foydalanish, ular uchun mahsulotlari xarajat uchun to'lov yoki original kompaniyasi mahsulot uchun to'lash kerak emas lozim. haqiqiy mahsulot nomi yoki noqonuniy savdo belgisi foydalanib, ular taniqli kompaniya nufuziga foyda uchun harakat qilmoqda. mulkiy huquqlari qonun amal qilmaydigan bo'lsa, kompaniyalar foyda yo'qotadi. Bu xalqaro savdo ishtirok ularni rag'batlantirmaydi. biznes yuritish ... Kosta-Rika 130 dan ortiq himoyalangan bog'lar, muqaddas va zaxiralari bilan, Kosta-Rika, tabiiy go'zallik, bu mamlakat g'urur va uning asosiy jalb qilish uchun asos bo'ladi. Odamlar o'rmon, tog'lar, dengizlar, yovvoyi hayotni va Kosta-Rika ekzotik qushlar bahramand dunyo bo'ylab barcha kelgan. turizm sanoati rivojlangan bir qismi atrof-muhitga minimal ta'siri bilan zavq ekoturizm tabiiy hududlar hisoblanadi. ijro etuvchi, saylangan Prezidentiga Qonunchilik va sud vakolatlari: Kosta-Rika vakili hukumati bilan mustaqil, demokratik respublika uchun filiallari qilgan bo'ladi. Bu Lotin Amerikada va dunyoda eng tinch va barqaror demokratik davlatlardan biridir. Kosta-Rika barqaror siyosiy va iqtisodiy muhit, bu Lotin Amerika tashqi investitsiya uchun jozibador joylardan biridir. Ko'p mamlakatlarda farqli o'laroq, ko'chmas mulk va tadbirkorlik xorijliklar to'liq egalik berdi. Kosta-Rika Oliy ta'lim standartlari, shuningdek, xalqaro kompaniyalar uchun jozibador qilish. So'nggi yillarda, ko'p past malakali ishchilar ish imkoniyatlari foyda olish uchun qo'shni mamlakatdan ko'chib keldi. Yuqori texnologiyali kompaniyalari, shu jumladan mikroprotsessordir va tibbiy vositalar ishlab

chiqaruvchi mamlakat iqtisodiy bazasi qo'shamiz. Hatto qahva, banan, shakar va mol go'shti, shu jumladan, an'anaviy qishloq xo'jalik mahsulotlari, texnologiyasi eksport o'sishi bilan, mamlakat jami savdo hissa davom etmoqda. Biznes kiyim tropik iqlim ba'zi ko'proq rasmiy hisoblanadi. yaxshi obro'-e'tiborga sizning ishonch va hurmat ziyoda qilur. Erkaklar, odatda muhim ish uchrashuvlari uchun kostyumini kiyib. Ayollar ko'pincha ko'ylaklar yoki etaklari kiyish, lekin shim yanada keng tarqalgan bormoqda. Shaxsiy munosabatlar biznesda muhim rol o'ynaydi va vaqt davomida evolyutsiya. o'ng nomlarini va familiyani yordamida muhim al sikişmalarından. Qora loviya va guruch Kosta-Rika xun asosi hisoblanadi. gollo Pinto tushlik, guruch va loviya uchun (guruch va bean kombinatsiyasi) iborat bo'lishi mumkin nonushta salat, tuxum yoki go'sht bilan aralash bo'lishi mumkin. So'ngra kechki ovqat uchun, sen, albatta, loviya tovuq bilan guruch bor va mumkin. Har doim bir ish tushlik va boshqa uchrashuvlar bo'lsin. Bu tashriflar odatda oldindan tayyorlanadi. mamlakatimiz qishloq joylarda, hayot kam rasmiy .. Ko'pincha, odamlar ogohlantirishsiz borish. Agar taqillatib holda eshik oldida kelganda. Buning o'rniga, qichqiriqni "Upe" Kosta-Rika, bu tabrik "meni qilaylik" yoki anglatadi "uy hech kim?"Biznes eslatmalar

1 Xatarlarni boshqarish haqida umumiy ma'lumot.xatar va potentsial yo'qotishlar ko'p turlari bor. xatar asosiy turlari, iqtisodiy va nooziq-iqtisodiy, toza va spekulyativ, boshqariladigan yonetilmeyen va qo'rquv bor, va sug'urta tushmang. Xususiy shaxslar va korxonalar, ayniqsa, jismoniy yoki moliyaviy zarar olib kelishi mumkin, deb o'sha xabardor bo'lishi va iloji yo'qotishlarni kamaytirish uchun harakat qilish kerak.Shaxslar va korxonalar ular duch xavf-xatar va mumkin yo'qotishlar bilan shug'ullanish qanday aniqlash kerak. , Xavfini kamaytirish xavfini o'tkazish uchun xavfini sug'urta, yoki xavfini olish: xatarlarni hal to'rt mumkin bo'lgan yo'llari bor.

2 sug'urta xatarlarKo'p odamlar va korxonalar katta iqtisodiy zarar uchun to'lov mumkin emas, shuning uchun ular boshqa shaxslar yoki shaxslar bilan xavfi baham. Ular moliyaviy yo'qotishlarni azob holda zarur moliyaviy himoya qilish uchun sug'urta sotib.

Korxonalar o'z aktivlari uchun moliyaviy xavfsizlik olish maqsadida sug'urta turli xil sotib. Biznes sug'urta uchta asosiy sohalarda tasniflangan mumkin; xodimlar, mulk va ish jarayonida.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

- 1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p.
- 2.Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

12.Қўшимча адабиётлар

61. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
62. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
63. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
64. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz
www.gov.uz
www.lex.uz
www.mf.uz

17 Mavzu: Investitsiya strategiyasi va omonat

1. Investitsiya strategiyasi va omonati

2. Qimmatli qog'ozlar investitsiyasi

3. Obligatsiya va umumiy fond

4. Real investitsiyalar

Yalpi talabning birinchi qismini tashkil etuvchi iste'mol xarajatlari nisbatan barqaror bo'lsa, uning ikkinchi qismini tashkil etuvchi investitsiyalar aksincha o'zgaruvchandir.

Investitsiya (kapital quyilmalar) – YaIMning eng muhim va tez o'zgaruvchan komponenti.

Iste'mol daromadlar bilan funktsional tarzda bog'langan. Davlat xarajatlari va sof eksportning o'zgarishini oson taxmin qilish mumkin, lekin investitsiyalarni taxmin qilish juda qiyin, ular to'satdan o'sib ketishi yoki aksincha tushib ketishi mumkin. Masalan AQShda buyuk depressiya vaqtida investitsiyalar 100% tushib ketgan. Iqtisodchilar jamg'armani investitsiyaning asosi deb qarashadi. Iqtisodiy nazariyada investitsiya deganda - kelajakdagi natija uchun: ishlab chiqarishni kengaytirish yoki rekonstruksiya qilish, mahsulot va xizmatlarni sifatini yaxshilash, malakali mutaxassislar tayyorlash va ilmiy tadqiqot ishlari olib borishga mo'ljallangan moliyaviy resurslar tushuniladi. Iqtisodiyotni rivojlantirishda investitsiyalar etakchi rol o'ynaydi, sababi investitsiya orqali korxonalar kapital jamg'arilishiga, natijada mamlakatning ishlab chiqarish imkoniyatlarini kengaytirish va iqtisodiy o'sishga erishiladi. Yalpi xarajatlarda investitsiyalar hissasi nisbatan uncha ko'p bo'lmasada (rivojlangan mamalatlarda 15-18%) aynan investitsiyalar tufayli asosiy makroiqtisodiy siljishlarga erishiladi. Shu bilan birga jamg'arish bilan investitsiya o'rtasidagi muvozanat makroiqtisodiy muvozanatga erishishning eng muhim shartidir.

Ammo investitsiya bilan jamg'arish o'rtasidagi bog'lanish jamg'arma sub'ektlari (egalari) investitsiya sub'ektlari (qiluvchilar) bilan ko'pincha boshqa-boshqa ekanligi tufayli noaniq bo'ladi. Shuning uchun ham davlat tomonidan ta'sir o'tqazish maqsadga muvofiq bo'ladi.

Investitsiyaga ajratilgan pul mablag'lari nominal investitsiyani tashkil etadi. Ana shu mablag'larni ishlatilishi natijasida erishilgan real natija real investitsiya deyiladi.

Real investitsiya quyidagi yo'nalishlar bo'yicha amalga oshirilishi mumkin:

- ishlab chiqarish uchun yangi bino-inshootlar qurish;
- yangi texnika, texnologiya, uskunalarni sotib olishi;
- uy-joy va madaniy-maishiy ob'ektlar qurish;
- mutaxassis kadrlar tayyorlash va malakasini oshirish.

Odatda ishlab chiqarish imkoniyatlarini kengaytirish uchun yangi korxonalar qurish, yangi texnologiyani joriy qilish, kommunikatsiyani rivojlantirish maqsadida kapital resurslariga investitsiya qilinadi. Kapital investitsiyalar uzoq muddat xizmat qilish, katta mablag' talab qilish, ya'ni qimmatligi, xarajatlarning uzoq muddatdan so'ng qoplanishi va investorga qaytishi bilan farqlanadi. Shuning uchun kapital resurslariga investitsiya katta xatar bilan bog'liq. Xom ashyo, materiallar zaxirasi, tugallanmagan ishlab chiqarish va tayyor mahsulotlar zaxirasi uchun investitsiya ishlab chiqarishni o'zluksizligini taminlashga yordam beradi. Ularga qilingan xarajatlar nisbatan tez qaytadi. Bir tomondan ehtiyojlarni yuksalib borishi ikkinchi tomondan, fan-texnika taraqqiyoti, ishlab chiqarish (xizmat ko'rsatishi)ni murakkablashib borishi insondan yuqori malaka va mahorat talab qiladi va borgan sari bu talab mezonlari yuksalib boradi. Natijada ma'lumot olish, tajriba to'plash, malakaga ega bo'lish, sog'lom bo'lish uchun borgan sari ko'proq kapital mablag'lar talab qila boradi. Ana shu maqsadlarga sarflangan xarajatlar insoniy kapitalga investitsiya deb ataladi.

Iqtisodiy adabiyotlarda ana shu yo'nalishlarga muvofiq ravishda investitsiyalar:

- Asosiy kapitalga investitsiya
- Tovar-material zaxiralarga investitsiya
- Insoniy kapitalga investitsiya sifatida farqlanadi.

Investitsiya kim tomonidan, qaysi mulk egasi tomonidan amalga oshirilishiga ko'ra:

Xususiy, nodavlat sektordagi investitsiya (tadbirkor, aksionerlik jamiyati bino, inshoot quradi, asbob-uskuna sotib oladi);

Ijtimoiy (davlat) sektoridagi investitsiya (masalan: davlatning yo‘l, metro, ko‘prik, korxonalar, elektrostantsiya qurishi kabilar); Chet el investorlari tomonidan (xususiylar, davlat) qo‘yilgan investitsiyaga bo‘linadi. Kapital resurslarga investitsiyaning o‘zi ikki turga bo‘linadi: sof investitsiya va modernizatsiya uchun investitsiya. “Sof yoki yangi” investitsiya bilan modernizatsiya uchun yoki eskirgan asosiy kapitalning o‘rnini to‘ldirish uchun investitsiyalar yalpi investitsiya deb ataladi.

Yalpi investitsiya - eski asosiy kapitalni yangilash (amortizatsiya) + ishlab chiqarishni kengaytirish uchun asosiy kapitalni ko‘paytirishga sarflangan investitsiyadan iborat.

Sof investitsiya – yalpi investitsiyadan asosiy kapital amortizatsiyasining ayirmasiga teng.

Agar sof investitsiya musbat kattalikni tashkil etsa iqtisodiyot rivojlanadi.

Agar sof investitsiya nolga teng bo‘lsa (investitsiya amortizatsiya summasiga teng), u holda iqtisodiyot turg‘unlikka yuz tutadi.

Agar sof investitsiya manfiy miqdorga teng bo‘lsa (investitsiya miqdori amortizatsiya miqdoridan kam) u holda ishbilarmonlik faoliyati susayadi.

Real jamg‘arilgan kapitalning o‘shishi farovonlikni ortishiga olib keladi. Shu jihatdan qarash bugungi farovonlik kechagi investitsiyaning natijasi, bugungi investitsiya esa jamiyatning ertangi farovonligini ta‘minlaydi.

Lekin jamiyat oldida doimo bugungi va ertangi iste‘molni qancha bo‘lishini echish muammosi turadi. Jamiyat bugun qancha ko‘p investitsiya qilsa, ertaga boyroq bo‘ladi, aksincha ko‘proq iste‘mol qilinsa, kelajakda ko‘proq iste‘mol qilish imkoniyati shuncha kamayadi.

Xorijdan kapital qabul qiluvchi tomonidan investitsiya muhiti modelini ishlab chiqish har tomonlama asoslangan tashqi iqtisodiy aloqalarni aniqlab beruvchi vositadir. U orqali xorijiy investorga ta‘sir ko‘rsatuvchi omillar to‘g‘risida aniq tushunchalarga ega bo‘lish, xorijlik investorlarning hujjatlarini har tomonlama anglash va mamlakatdagi iqtisodiy holatni chuqurroq baholash imkoniyati paydo bo‘ladi. Bu jarayonlarning barchasi respublikamizning boshqa davlatlar bilan dastlabki iqtisodiy munosabatlarini yo‘lga qo‘yish jarayonida chetdan kapitalni jalb qilishda muhim ahamiyat kasb etadi. Xorijiy investitsiya ishtirokida amalga oshirilishi lozim bo‘lgan loyiha va dasturlarni ishlab chiqishda nafaqat o‘z manfaatlarini bilan chegaralanmasdan investorning maqsad va imkoniyatlari bilan hisoblash alohida e‘tiborga loyiqdir. Investitsiya muhiti tushunchasi o‘zining murakkabligi va mukammalligi jihatidan makro va mikro iqtisodiyot darajasida ko‘rib chiqiladi. Makroiqtisodiyot darajasida u kapitalni qabul qiluvchi mamlakatdagi mavjud siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy holatlarni o‘z ichiga oladi. Makroiqtisodiyot darajasida yondashilganda xorijiy investitsiyalarga nisbatan davlat siyosati, halqaro shartnomalar shartlarini bajarish xorijiy mulkni milliy lashtirish, turli masalalar bo‘yicha halqaro shartnomalar tizimida ishtirok etish davlat boshqaruv tizimlarining mustahkamligi, siyosiy rahbariyatning muqarrarligi, davlatning iqtisodiyotga aralashish darajasi, iqtisodiy siyosatning mukammalligi, davlat apparatining ish samaradorligi, banklar tizimining takomillashuv darajasi, pul muomalasi va davlat byudjetining barqarorligi, davlatning ichki va tashqi qarzlari miqdori va boshqalar hal qiluvchi o‘rinda turadi. Investitsiya muhitiga kapitalni qabul qiluvchi mamlakatning qonunlarida aks ettirilgan to‘g‘ridan-to‘g‘ri xarajatlar va xorijiy firmalarining faoliyatini chegaralovchi yoki taqiqlovchi omillardan tashqari, to‘liq aniqlanmagan ba‘zi bir qoidalar va muvofiqlashtirilmagan jarayonlarning mavjudligi salbiy ta‘sir etadi. Mikroiqtisodiyot darajasida investitsiya muhiti bir tomondan investor-firma va ikkinchi tomondan xorijiy investitsiyani qabul qiluvchi xo‘jalik sub‘ektlari, ya‘ni sotuvchilar, sotib oluvchilar, banklar hamda kasaba uyushma va boshqa jamoat tashkilotlari o‘rtasidagi ikkiyoqlama munosabatlarni aks ettiradi. Bu darajada investitsiya iqlimi umumlashtirilgan baholar iqtisodiy, huquqiy va madaniy jabhalarda yaqqol ko‘rinadi. Makro va mikroiqtisodiyot darajalari birgalikda yagona investitsiya muhitini tashkil etadi va potensial investorlar hamda kapitalni qabul qiluvchi tomonlarning bo‘lajak munosabatlarini belgilab beradi.

Investitsiya muhiti ob‘ekt kategoriyasi bo‘lib, har bir alohida olingan vaqt doirasida investorlar uchun xaqiqatda mavjud bo‘lgan shart-sharoitlar majmuasini aks ettiradi. Lekin hozirgi sharoitda investitsiya muhiti faqat davlat organlari ta‘siri ostida shakllanmoqda. Albatta, bu ishlarni amalga oshirishda jahon tajribasidan, jumladan xorijiy investitsiya bilan tashkil etilib,

yuksak iqtisodiy ko'rsatkichlarga erishgan kompaniya va firmalar tajribasidan kengroq foydalanish kerak. Bu jarayonni amalga oshirishda milliy xususiyatlarni ham hisobga olish lozim.

Davlat hoqimiyatining ta'sirchanligi investitsiya muhitini aniqlovchi omillardan biridir. Shundan kelib chiqib, har bir kapital jalb qiluvchi mamlakat ma'lum bir investitsiya tizimiga egaligini ta'kidlash mumkin. Bu tizim huquqiy me'yorlar va muassasalardan iborat xorijiy investitsiyalarni qabul qilish tizimi va investitsiya muhitini o'z ichiga oladi. Xorijiy kapitalni qabul qilish tizimi investitsiya muhitining komponenti bo'lib xizmat qiladi va unga nisbatan mustaqil ravishda tashkil etiladi. Chunki u investitsiya muhitini o'zgartirishga qodirdir. Xorijiy investitsiyalarni qabul qilish tizimi qabul qiluvchi tomonni xorijiy kapitalni milliy iqtisodiyotga qulay ravishda kirib kelishini namoyon etsa, investitsiya muhiti kirib kelgan kapitalni mamlakat ichida optimal ravishda o'sib borish vaziyatiga baho beradi. Xorijiy investitsiyalarni jalb etish orqali sanoatni yangi zamonaviy texnologiyalar bilan, qishloq xo'jaligida qayta ishlovchi sanoat majmuini va boshqa sohalarda tub o'zgarishlar yasash mumkin. Shunday ijobiy ishlarni amalga oshirish uchun xorijiy investorlarga qulay bo'lgan investitsiya muhitini yaratib berish kerak. Investitsiya muhiti iqtisodiyotda yangi tushuncha emas, ammo mustaqil O'zbekiston sharoitiga nisbatan ishlab chiqilmagan. Endi bu sharoitni yaratishga o'rinishlar bo'lmoqda. Bir qator rivojlangan davlatlar bu jarayonni ijobiy tarzda amalga oshirgan. Investitsiya muhitining ahamiyati, amaliy jihatdan, qaysi boyliklar va yunalishlar tizimi asosida xorijiy investorlar faoliyat yuritishlari to'g'risida tushuncha beradi va shuning negizida xorijlik investorlarga nisbatan qanday munosabatda bo'lishni ishlab chiqishga imkoniyat yaratadi. Investitsiya muhiti - juda keng ma'noda ishlatiladigan tushuncha bo'lib, investor tomonidan hisobga olinadigan barcha muammolar va masalalarni o'z ichiga qamrab oladi. Investor tomonidan ma'lum bir davlatga investitsiya qilishning qulay va noqulay tomonlari baholanadi, shu bilan bir qatorda, o'z kapitalini kiritmoqchi bo'lgan mamlakat mafkurasi, siyosati, iqtisodiyoti va madaniyatiga katta ahamiyat beriladi. Investitsiya muhiti har tomonlama chuqur tahlil qilinishi asosida investitsiya riski aniqlanadi. Investitsiya muhiti va risk darajalari bir-birlariga teskari nisbatdadir. Investitsiya muhiti qanchalik qulay bo'lsa, investorning tadbirkorlik riski shunchalik past darajada bo'ladi va bu investorlarning kirib kelishini ko'paytiradi. Aksincha, investitsiya muhiti noqulay bo'lsa, risk darajasi yuqori bo'ladi. Bu esa investitsiya qabul qiluvchining sarf-xarajatlarining o'sishiga olib keladi. Shunday qilib, investitsiya muhitining holati faqat investor uchun emas, balki investitsiya qabul qiluvchi uchun ham muhimdir. Hozir turli mamlakatlar va mintaqalar o'rtasidagi investitsiya uchun avj olayotgan raqobat kurashi nuqtai nazaridan investitsiya riski tushunchasini ko'rib o'tish zarur.

Investitsiya oqimlarining u yoki bu mamlakatlarga yunalganligi, shuningdek ularning real xajmlari oxir-oqibat shu risklar bilan belgilanadi.

Umuman olganda investitsiya riskini uch toifaga bo'lish mumkin:

1. Asosiy (yoki mamlakat bilan bog'liq) risk:

- investitsiya kiritiladigan mamlakatdagi siyosiy va ijtimoiy barqarorlik;
- hukumat o'tkazadigan makroiqtisodiy siyosatning izchilligi va barqarorligi (inflyatsiya darajasini nazorat qilish, byudjet, kredit siyosati va boshqalar);
- tadbirkorlik faoliyatidan olingan foyda va boshqa daromadlarning investitsiya qo'yilgan mamlakatdan xorijga o'tqazish imkoniyatlari va sharoitlari;
- investitsiyalashning o'zga huquqiy sharoitlari (xorijiy investorlar huquqini himoya qiladigan qonun va qonun doirasidagi harakatlarning mavjudligi).

2. Shartnoma yoki investitsiyaga kadar risk:

- murakkab jarayonlarning davomiyligi va samaradorligi;
- shartnoma shartlarini kelishish va ma'kullash jarayoni, shuningdek tomonlarning shartnomalarda nazarda tutilgan shartlarga rioya etishlarini nazorat qiladigan muassasalarning bo'lishi va samarali ishlashi;
- munosib mahalliy sherik topish imkoniyati;
- yangi tashkil etiladigan korxonalar nizom jamg'armasiga uskuna-jihozlar, texnologiyalar, nou-xau, xom ashyo, materiallar va boshqa ko'rinishida qo'shiladigan hissani baholash tizimining mavjudligi;

- intellektual mulkni himoya qilishning huquqiy asoslari, shu jumladan texnologiyalarni transfertlash (o'tqazish) masalalari.

3. Operatsion yoki investitsiyadan keyingi risklar:

- operatsion (harakat) qarorlarni qabul qilish jarayoni tartib-qoidalari va davomiyligi;
- foyda va uni taqsimlash masalalari bo'yicha qaror qabul qilish jarayonida ta'sir ko'rsatish darajasi;
- menejmentni tashkil etish masalalari, shu jumladan investitsiya loyihasi infratuzilmasini, xodimlarni boshqarish, moliyaviy menejmentni tashkil etish;
- mahalliy xom ashyodan foydalanish imkoniyatlari va uni olish tartiblarini hal qilishning davomiyligi;
- mahalliy bozor marketingi;
- malakali mahalliy ish kuchining topilishi;
- jamoat xavfsizligi, shu jumladan ushbu mamlakatda ishlayotgan xorijlik xodimlar uchun xavf-xatarsiz ishlash sharoitlari.

Har bir kompaniya o'zining investitsiyalash strategiyasi, raqobat kurashidagi o'z o'rnidan kelib chiqqan holda investitsiya riski majmuini mustaqil baholaydi va u yoki bu mamlakatga investitsiya kiritadi. Keyingi o'n yillarda rivojlangan mamlakatlardagi kompaniyalar bilan sanoat jihatidan jadal rivojlanayotgan mamlakatlarning kompaniyalari o'rtasidagi farqlar yaqqol ko'zga tashlana boshladi. Rivojlangan mamlakatlardagi kompaniyalar g'oyat sinchkov va pishiqligi bilan ajralib turadilar. Ular mamlakatdagi siyosiy-iqtisodiy vaziyatni uzoq o'rganadi, tahlil etadi va shundan keyingina bu mamlakatga investitsiyalar kiritish yoki kiritmaslik haqida bir qarorga keladi. Yangi sanoati rivojlangan mamlakatlardagi kompaniyalar ularga qaraganda faolroq. Ularning strategiyasi hujumkorligi va tezkorligi bilan ajralib turadi. Bu kompaniyalar uchun yangi bozorlarga tez kirish hamda u yerda yetakchi mavqeni egallash asosiy masala hisoblanadi. Bozorga kirishning ham birinchi, ham ikkinchi strategiyasiga ko'plab misollar keltirish mumkin. Ammo ularning qaysi biri yaxshi, qaysi biri yomon degan savolga javob berish qiyin. Bu strategiyalar umuman boshqa-boshqa, har biri mazkur mamlakatlarning tarixiy tajribasi, biznes olami an'analari, kishilarning mentaliteti (dunyoqarashi) asosida shakllangan. O'zbekiston mustaqillikka erishgandan so'ng xorijiy investitsiyalarni milliy iqtisodiyotga jalb qilish tizimini yaratishga kirishildi. Bu borada bir qator qonunlar va Prezident farmonlari chiqarildi. "Tashqi iqtisodiy faoliyat to'g'risida", "Chet el investitsiyalari va xorijiy investorlar faoliyatining kafolatlarini takomillashtirish to'g'risida"gi qonun va farmonlari shular jumlasidandir. Bu qonun va farmonlar ma'lum ma'noda xorijiy investitsiyalarni jalb etishning huquqiy asosini tashkil etadi.

Investitsiya muhitiga bir qator omillar ta'sir ko'rsatadi.

Siyosiy omillar:

- xorijiy investitsiya borasida davlat siyosati;
- halqaro kelishuvlarga rioya qilish;
- davlatning iqtisodiyotga aralashuvi darajasi;
- iqtisodiy siyosatning hayotiyiligi;
- mamlakatning halqaro shartnomalar tizimida qatnashuvi;
- davlat apparatining ish faoliyati;
- siyosiy hukumatning investitsiyalarga moyilligi.

Iqtisodiy omillar:

- iqtisodiyotning umumiy holati (yuksalish, pasayish);
- valyuta kursining barqarorligi;
- inflyatsiya jarayonining dinamikasi;
- soliq imtiyozlari;
- bojxona tartibi;
- ish kuchidan foydalanish tartibi;
- ish kuchi qiymati;
- aniq mahsulotlarga talab va taklif;
- kredit qiymati va boshqalar.

Ijtimoiy omillar:

- jamoatchilikning xususiy mulk va xorijiy investitsiyalarga munosabati;
- jamiyatning mafkuraviy birdamlik darajasi;
- mamlakat iqtisodiy-ijtimoiy taraqqiyotining asosiy masalalari bo'yicha kelishuvning mavjudligi;
- ishchi guruhining tashkilotchiligi.

Biron mamlakatning investitsion muhitini tahlil qilinganda, amaldor nuqtai nazari emas, balki o'z mablag'ini daromad keltiruvchi loyihaga joylashtirmoqchi bo'lgan xorijiy investorlarning fikrlari ahamiyatlidir. Ularning fikricha investitsiya muhiti bir qator zaruriy omillarga bog'liq bo'lib, ularning mavjudligi investitsiya muhitining eng qulay bo'lishini ta'minlaydi.

Birinchisi, siyosiy barqarorlik bo'lib, uning mavjud bo'lishi investorning kelgusi ishlarini rejalashtirish va ishonch bilan oldinga intilishiga imkon beradi. U kuchli qonuniy tizimning mavjudligi, tashqi va ichki harbiy nizolar, hamda inqilobiy o'zgarishlarning bo'lmasligida namoyon bo'ladi.

Ikkinchisi, iqtisodiy samaradorlik. Har bir investor iqtisodiy o'sish juda yuqori bo'lgan, hukumat iqtisodiyotni rivojlantirish borasida barqaror siyosat olib borayotgan mamlakat iqtisodiyotiga mablag' sarflashni xoxlaydi.

Yana bir muhim omil, mamlakatdagi hukumat rahbarlari, mehnat jamoalari, muxolif partiya vakillari va halqning xorijiy investorlarga nisbatan bo'lgan do'stona munosabatlaridir. Undan tashqari oddiy halqning xorijliklarga, ularning mamlakatdagi iqtisodiy-ijtimoiy faoliyatiga bo'lgan munosabati ham katta ahamiyat kasb etadi. Ushbu omil ham investorlarning mamlakatdagi faoliyatlariga katta ta'sir o'tkazadi. Hukumatning siyosati yana bir muhim omil hisoblanib, investorlarning faoliyatiga turli xil ta'sir o'tqazishi mumkin. Albatta, hukumat olib borayotgan iqtisodiy siyosat bevosita yoki bilvosita biznes, savdo va investitsiyalash jarayoniga o'z ta'sirini o'tkazadi. Bunda uch jihatga alohida e'tibor berilishi zarur: **xorijiy investorlarning loyihalarda qatnashish darajasi**. Xorijiy investorlarni o'z biznesining qanday kismiga egalik qilishlari kiziqtiradi. Bu esa loyiha turiga bog'liq: a) agar investitsiya loyihasi eksportga yunaltirilgan, hamda xom ashyoning asosiy kismi chetdan keltirilayotgan bo'lsa, investor biznesning maksimal darajada katta kismiga (ba'zida 100%igacha) egalik qilishga da'vogar bo'ladi; b) agar investitsiya loyihasi eksportga yunaltirilgan, hamda xom ashyoning asosiy kismi mamlakatning ichki xom ashyosi bo'lsa, investor xuddi shunday biznesning qo'shni mamlakatlardagi shart-sharoitlariga qarab ish tutadi; v) agar investitsiya loyihasi mahsulotni ichki bozorda sotishga muljallagan bo'lsa, ko'pgina TMKlar sherikchilik asosida ish yuritishga harakat qiladilar, aks holda boshqa raqobatchilar ulardan oldin bozorni egallab olishlari mumkin.

Xorijliklarning mehnati. Xorijiy investorlar o'z biznesi va daromadlarini hamyurtlari nazorati ostida bo'lgani ma'kul deb fikrallashadi. Ammo ishga juda ko'p xorijliklarni jalb etish xarajatlarni oshirib yuboradi.

Valyuta muomalasini tartibga solish. Xorijiy investorlarni mamlakatga mablag' olib kirish, uni sarflash imkoniyatlaridan tashqari biznesdan topilgan daromadni konvertirlangan valyutaga ayirboshlash, chetga olib chiqish, valyuta hisob rakamiga ega bo'lish imkoniyatlari nixoyatda kiziqtiradi. Keyingi omil infrastruktura holati bo'lib, u mamlakatdagi yuqoridagi sanab o'tilgan omillarning mavjud bo'lishidan keyingi muhim omillardandir. Unda ishlab chiqarish uchun yer maydonlaridan foydalanish, yerni ijaraga olish shartlari va muddati, avtomobil va temir yo'llarning sanoat xududlarini asosiy transport bo'g'inlari (portlar, aeroportlar) va bozorlar bilan boglanganligi, elektr energiyasining mavjudligi, suv ta'minoti darajasi (ba'zi xollarda ichimlik suv bilan ta'minlanganlik darajasi), telekommunikatsiyaning rivojlanish darajasi, telefon, faks, teleks aloqalarining mavjudligi, kompyuter orqali aloqa o'rnatish masalalari muhimdir.

Ishchi kuchi. Ko'pincha xorijiy investitsiyalarni kiritishning asosiy sababi qilib qabul qiluvchi mamlakatda ish kuchining arzonligi ko'rsatiladi. Lekin, investitsiyalarni jalb qilishga savodxonlik, ishchi kuchining malaka darajasi, mehnat qilish etikasi, mehnat unumdorligi darajasi, turli ijtimoiy harakatlarning ishlab chiqarish jarayoniga ta'siri va boshqalar ham o'z ta'sirini ko'rsatadi.

Banklar va moliya. Mamlakatda jahon savdosi va investitsiya sohasida foydalaniladigan barcha moliyaviy instrumentlar mavjudligi ushbu sohadagi xizmatlar sifatini anglatadi. Investorlar uchun mamlakatda yetarli miqdorda faoliyat ko'rsatuvchi moliya institutlari va jahondagi yirik banklarga tegishli filiallarning mavjudligi muhim ahamiyat kasb etadi. Mamlakatda jahonning yirik savdo va investitsiya kompaniyalari filiallarining faoliyat ko'rsatishi investorlar uchun ishonchlilik darajasini oshiradi. Hukumat strukturalaridagi rasmiyatchilik. Hukumat o'z investitsiya siyosatini qanday baholashi muhim emas. Bunda katta tajribaga ega bo'lgan tadbirkorlar bergan baho muhimdir. Investorlar rasmiyatchilik, qog'ozbozlik avj olgan muxitga kamdan-kam o'z mablag'larini sarflaydilar. Hukumat uchun eng muhimi, rasmiyatchilik sabab bo'lib amalga oshirilishi tuxtab kolgan loyihalarni ekspertizadan o'tqazish, yo'l qo'yilgan xatoliklarni to'zatisdir. Mahalliy ishbilarmonlik muhiti. Bu tushuncha juda keng bo'lib, unga: advokat, maslaxatchilarning ko'pligi, malakali ish yurituvchilar, buxgalterlar, arxitektorlar va konstruktorlarning mavjudligi kiradi. Bundan tashqari qo'shma korxonalar ochishda mahalliy hamkorning tajribasi, aloqalari, mehnatsevarligi va ishonchliligi ham hisobga olinadi.

Yashash sifati. Ushbu omil xorijiy investorga taklif qilinayotgan barcha narsalarda o'z aksini topadi. Axoli turmush tarzi va daromadlarining darajasi ishlab chiqarilayotgan mahsulotning xilma-xilligi va mehnat uchun qilinadigan xarajatlar xajmida o'z aksini topadi. Xorijiy investor o'zi uchun ishlash, yashash, bank va boshqa xizmat turlaridan foydalanishda komfort talab qiladi. Investitsiya faoliyatini tashkil etishda uning ob'ekt va sub'ektlari ishtirok etadi. Investitsiya sub'ektlari – investitsiya faoliyatida ishtirok etuvchi mulkiy va intellektual boyliklarga ega bo'lgan jismoniy, huquqiy shaxslar va davlatdir. Investitsiya sub'ektlari orasidagi munosabatlar ishlab chiqarish xususiyatiga egadir. Kapital qo'yilmalar shaklida investitsiya faoliyatini amalga oshirish sub'ektlari quyidagilardir; investorlar, buyurtmachilar, pudratchilar, kapital qo'yilma ob'ektlaridan foydalanuvchilar va boshqalar.

Investorlar o'z mablag'i yoki jalb qilingan mablag' yordamida kapital qo'yilmalarni amalga oshiradi. Yuridik va jismoniy shaxslar, yoki ularning birlashmasi, davlat organlari va chet ellik yuridik va jismoniy shaxslar investor bo'lishlari mumkin.

Investorlar quyidagilarni amalga oshirishda teng huquqqa ega:

- kapital qo'yilmalar shaklida investitsiya faoliyatini amalga oshirishda;
- kapital qo'yilmalar xajmi va yunalishlarini mustaqil belgilash;
- investitsiya faoliyatining boshqa su'ektlari bilan shartnomalar tuzishda;

kapital qo'yilmalar hisobiga yaratilgan, sotib olingan ob'ektlarga egalik qilish, foydalanish va tassaruft etish;

- shartnoma yoki davlat shartnomasi orqali kapital qo'yilmalarni amalga oshirish va uning natijalariga bo'lgan huquqni yuridik va jismoniy shaxslarga, davlat va mahalliy hoqimiyatga o'tqazish;
- imzolangan shartnomalar asosida birgalikda kapital qo'yilmalarni amalga oshirish uchun o'zining va jalb qilingan mablag'larni boshqa investorlarning mablag'lari bilan birlashtirish;

- kapital qo'yilmalarga yunaltilgan mablag'larni maqsadga muvofiq ishlatilishini nazorat qilish.

Buyurtmachilar - investorlar tomonidan investitsion loyihalarni amalga oshirish uchun vakil etilgan yuridik va jismoniy shaxslar. Shu bilan birga, ular investitsiya faoliyati sub'ektlarining tadbirkorlik faoliyatiga aralashmaydilar. Buyurtmachilar rovida investorlarning o'zlari ham namoyon bo'lishlari mumkin. Investorlar bo'lmagan buyurtmachilar esa shartnomada belgilangan tartibda va davrda kapital qo'yilmalarga egalik qilish, foydalanish va tassaruft etish huquqiga ega bo'ladilar.

Pudratchilar - yuridik va jismoniy shaxslar bo'lib, ular buyurtmachilar to'zgan shartnomalar asosida ishlarni bajaradilar. Pudratchilar kurilish-montaj ishlarini amalga oshirish uchun ruxsatnomaga (litsenziyaga) ega bo'lishlari kerak. Kurilish faoliyatini litsenziyalash kurilish mahsulotlari iste'molchilarini huquqlarini himoyalash maqsadida amalga oshiriladi.

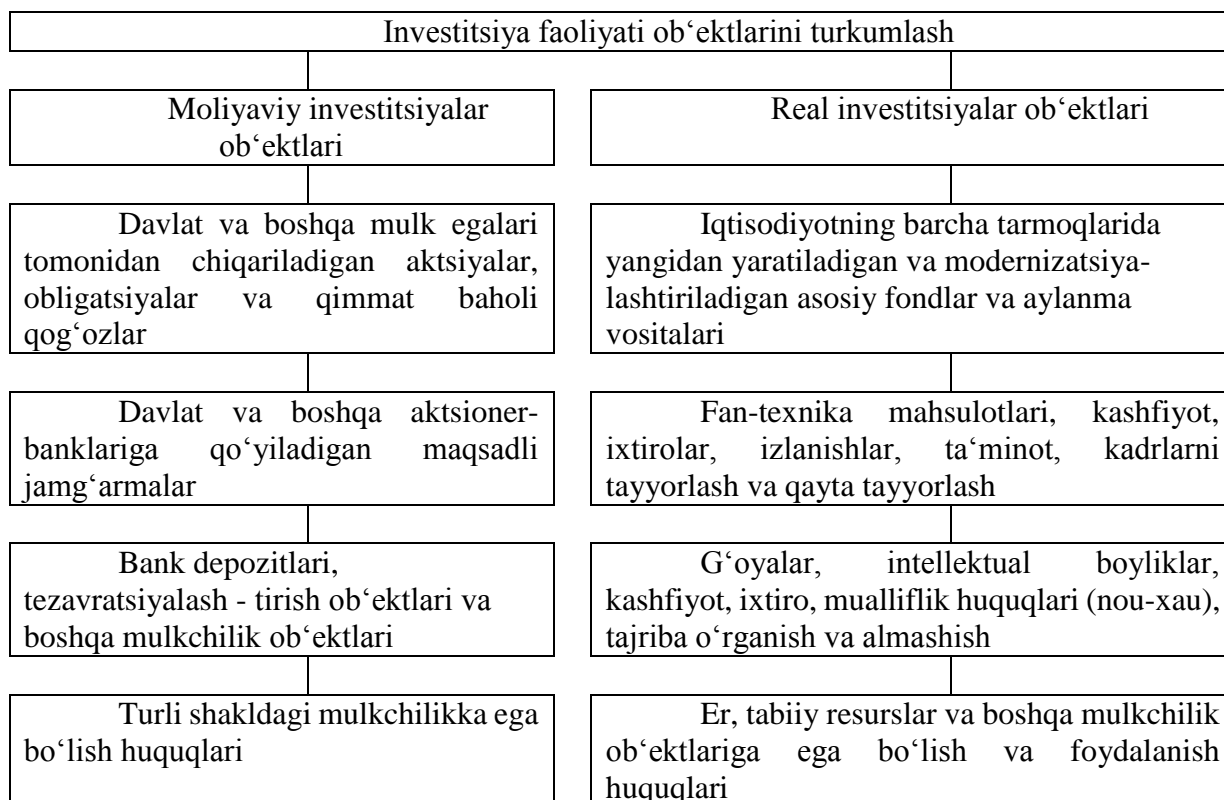
Kapital qo'yilma ob'ektlaridan foydalanuvchilar - Bular yuridik va jismoniy shaxslar, hamda davlat organlari, mahalliy hoqimiyat, xorijiy davlatlar, halqaro tashkilotlar bo'lib, ushbu

ob'ektlar ular uchun yaratiladi. Investorlar kapital qo'yilma ob'ektlaridan foydalanuvchilar rovida namoyon bo'lishi mumkin. Investitsiya faoliyati sub'ekti uning ikki va undan ortiq funksiyalarini kushib olib borish imkoniyatini beradi. Investitsiya faoliyati sub'ektlari davlat organlari tomonidan qo'yilgan talablarni bajarishi, hamda maqsadli ravishda kapital qo'yilmalardan foydalanishi zarur. Investitsiya faoliyati investor tomonidan tanlangan sohalar, hamda investitsiyalar sarflanishi lozim bo'lgan maqsadlar bilan, ya'ni investitsiya ob'ektlari bilan bog'liqdir. Investitsiyalarni yunaltirish sohalar, ishlab chiqarishda ishtiroki va sarflanish ishlariga binoan investitsiya faoliyatining quyidagi ob'ektlarini farqlash mumkin:

- halq xo'jaligining barcha tarmoqlaridagi yangidan yaratilgan va modernizatsiyalashtirilgan (yangilangan) asosiy fondlar va aylanma mablag'lari;
- fan-texnika mahsulotlari, izlanishlar, ta'limot, kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlash;
- intellektual g'oyaviy boyliklar, mualliflik, ixtiro, kashfiyot huquqlari, tajriba;
- qimmat baholi qog'ozlar, maqsadli pul jamg'armalari;
- boshqa mulkchilik ob'ektlari;
- mulkiy huquqlar.

Qonun va qonuniyatlarda ta'qiqlangan ekologik va boshqa me'yorlarga, sanitariya-gigiena talablariga javob bermaydigan, yaratilishi va ishlatilishi mumkin bo'lmagan vositalar uchun investitsiyalarni yunaltirish man etiladi va bu ishlar investitsiyalarni sarflash ob'ekti bo'la olmaydi. Fuqarolar, huquqiy shaxslar va davlatni qonuniy manfaatlariga putur yetkazadigan ishlar uchun ham investitsiyalar sarflash man etiladi. Investitsiyalarni jalb etish va sarflash sohalariga asoslanib investitsiya faoliyati ob'ektlarini turkumini tuzish mumkin. Investitsiya faoliyati ob'ektlari turkumi investitsiyalarni sarflanish sohalariga binoan quyidagi 1-chi chizmada ko'rsatilgan.

1-chizma



Investitsiya faoliyatida sohalaridan birini yoki bir nechtasini tanlab olish huquqiga investorlarning o'zlari ega bo'ladilar. Ularni hech kim soha yoki investitsiya ob'ektlarni tanlashga majbur eta olmaydi. U yoki bu sohani tanlashda va investitsiyalarni ma'lum bir sohaga sarflashdagi qarorlarni investorlarning o'zlari qabul qiladilar. Investitsiya faoliyati sub'ektlari bo'lib bir investor, bir nechta tadbirkorlik va boshqa faoliyat bilan shug'ullanuvchi ishtirokchi investorlar bo'lishi mumkin. Investitsiya faoliyatidagi sub'ektlar investorlar bo'lib, mahalliy va

chet ellik fuqarolar, huquqiy shaxslar yoki davlat hisoblanadi. Investitsiyalarni amalga oshirishni esa, qabul qilingan buyurtmalarni bajaruvchisi sifatida, investorni topshirigi asosida investitsiya faoliyatini ishtirokchilari ta'minlaydilar. Investitsiya faoliyatini amalga oshirish uchun ular fuqarolarni va huquqiy shaxslarni o'z xoxishlari bilan shartnomalar asosida jalb qiladilar. Qonunlarga tayangan holda shartnomalar asosida investitsiyalarga ega bo'lish, ulardan foydalanish va ushbu faoliyat natijalari bo'yicha qarorlar qabul qilishni investorlar, Boshqa fuqaro va huquqiy shaxslar zimmasiga topshirish to'g'risida qarorlar qabul qilishlari ham mumkin. Bunday xollarda majburiyat garovi sifatida (investorni majburiyatini ta'minlash) investorni mulki qabul qilinadi. Garovga faqat qarzga oluvchining shaxsiy mulki yoki to'la xo'jalik olib borish huquqiga ega bo'lgan mulk qo'yiladi. Investorlar investitsiya natijalariga, investitsiya ob'ektlariga ega bo'lish, foydalanish, farmoyish chiqarish va reinvestorlash huquqlariga egadir. Investitsiya faoliyatidagi jarayonda sub'ektlar o'rtasida bo'ladigan munosabatlar shartnomalar asosida muvofiqlashtiriladi. Shartnomalar tuzish, sheriklarni tanlash, majburiyatlarni aniqlash va boshqa xo'jalik munosabatlarini o'rganish, ular qabul qilingan qonunlarga zid bo'lmasa, faqat investitsiya faoliyati sub'ektlari zimmasida bo'ladi. Har ikki tomonning kelishuviga binoan, shartnomalar investitsiya faoliyatining umumiy muddatiga tuziladi.

Qabul qilingan qonunlarda investorning qator majburiyatlari bor. Bu majburiyatlar davlat idora va muassasalari oldida bajarilishi lozim bo'lib, quyidagilardan iboratdir:

investorlar investitsiyalar xajmi va ularning manbalari to'g'risida moliya organlariga deklaratsiya topshirishlari lozim:

- kapital qo'yilishni amalga oshirish uchun, tegishli rahbar va maxsus xizmat organlari tomonidan ruxsat olinishi kerak;
- investitsiya loyihasining sanitariya-gigiena va ekologik talablarga javob berishi to'g'risida ekspertiza xulosasiga ega bo'lishi shart.

Yuqorida qayd qilinganlardan tashqari, investitsiya sub'ektlarining majburiyatlariga quyidagilar ham kiradi:

- vijdonan raqobat qilish va yakka hoqimlikka karshi muvofiqlashtirish talablarini bajarish;
- davlat, rahbar xodim va organlar tomonidan yuklatilgan talablarni baholash va ularga bo'ysunish;
- belgilangan tartibda buxgalterlik va statistik ma'lumotlar, hamda hisobotlarni tegishli idoralarga o'z vaqtida yetkazib berish.

Bulardan tashqari investitsiya faoliyatini har bir ishtirokchisi maxsus ishlarni bajarish uchun litsenziyaga ega bo'lishi lozim. Litsenziya olish uchun bajarish lozim bo'lgan ishlarni ruyxati va ularni amalga oshirish tartibi mumkin kadar qonunchilikda belgilanadi.

Investitsiyalashning asosiy bosqichlari quyidagilardir;

1. Resurslarni kapital xarajatlariga aylantirish, ya'ni investitsiyalarni aniq investitsiya faoliyati ob'ektlariga investitsiyalash;
2. Qo'yilgan mablag'larni kapital qiymatining o'sishiga aylantirish, bu investitsiyalarni pirovard iste'moli va yangi iste'mol qiymatini olish bilan harakatlanadi;
3. Kapital qiymatini foyda ko'rinishida o'sishi, ya'ni investitsiyalashning yakuniy maqsadi amalga oshiriladi.

Shunday qilib, boshlangich va yakuniy bo'g'inlari birlashib, yangi o'zaro bog'liqlikni yaratadi; daromad-resurs-yakuniy natija (samara), ya'ni jamg'arish jarayoni qayta takrorlanadi.

Kapitalni o'sish manbasi va investitsiyalashni maqsadida amalga oshirilayotgan loyihalardan olinadigan daromaddir.

Amaliyotda investitsiyalarning samaradorligini (IS) aniqlash uchun foyda massasining (F) investitsiya xarajatlariga (IX) bo'lgan nisbati foiz ko'rinishida olinadi;

$$IS = F / IX \times 100$$

Investitsiya xarajatlarini foyda bilan solishtirish jarayoni doimiy ravishda investitsiyalash amalga oshguncha kadar (investitsion loyihaning biznes-rejasi ishlab chiqarish davrida), investitsiyalash davrida (ob'ektni kurilishi davrida) va investitsiyalashdan so'ng (yangi ob'ektdan foydalanish davrida) davom etadi.

Samara yoki daromad keltiradigan mulkiy va intellektual boyliklar, ya'ni investitsiyalar quyidagi shakllarda bo'lishi mumkin:

- pul mablag'lari, banklardagi maqsadli jamg'armalar, paylar, aksiyalar va boshqa qimmatbaho qog'ozlar;
- harakatdagi va harakatda bo'lmagan mulklar (binolar, inshootlar, asbob-uskunalar, hamda boshqa moddiy boyliklar);
- mualliflik huquqi, nou-xaulardan tashkil topgan mulkdorlik huquqlari va boshqa intellektual boyliklar;
- er va boshqa tabiiy resurslardan foydalanish huquqlari hamda mulkchilik huquqlari;
- boshqa boyliklar.

Investitsiyalarning qayd etilgan turlari va shakllari asosida tadbirkorlik, ishbilarmonlik va boshqa davlat tomonidan ta'qiqlanmagan faoliyatlarni barcha investorlar tomonidan amaliy ravishda yo'lga qo'yish, mablag'lar sarflash va ularni amaliyotga tadbiiq etish chora tadbirlarining yig'indisi investitsiya faoliyatini anglatadi. Bozor iqtisodiyotida investitsiya faoliyatini fuqarolar, huquqiy shaxslar (korxonalar, firmalar, aksioner jamiyatlari va boshqa tipdagi mulk egalari) va davlat yuritadi. Investitsiya faoliyatini yo'lga qo'yishda har bir mulk egasi, birinchi navbatda o'z manfaatini ko'zlab yagona maqsadga, ya'ni foyda olish va samaraga erishishni rejalashtiradi. Investitsiya faoliyatini tashkil etishda har bir mulk egasi ishbilarmonlikni, tadbirkorlikni mohiyatini chuqur anglagan holda ish yuritishi lozim. Investitsiya faoliyati bilan shug'ullanuvchi mulk egasi tez o'zgaruvchan bozor iqtisodiyoti va uning ko'pqirrali munosabatlarini har tomonlama anglay bilishi lozim. Investitsiya faoliyatini yuritishda iqtisodiy axborotga tanlangan soha bir butun iqtisodiyot va mamlakat miqyosida marketing bilimlariga ega bo'lishi alohida ahamiyatga ega. Chunki barqarorlashmagan iqtisodiyotda investor pul muomalasi, moliya kredit va banklar, soliq siyosati mohiyatini chuqur bilmay turib, investitsiya faoliyatini tashkil etish tavakkalchilik bilan bog'liq bo'lib, qisqa davr ichidagi inqirozga uchrashi mumkin. Bozor munosabatlari rivojlangan yetuk jamiyatda investitsiya faoliyati quyidagi yunalishlarda olib boriladi:

- fuqarolar, davlatga qarashli bo'lmagan korxonalar, xo'jalik assotsiatsiyalari, jamoa va urtoklik xo'jaliklari hamda jamoa mulkchiligi asosida tashkil etilgan diniy tashkilotlar, nodavlat korxonalari va muassasalari tomonidan;

- davlatni ma'muriy va boshqaruv bo'linmalari, tashkilotlari hamda davlat korxonalari va muassasalari tomonidan;

- chet el fuqarolari, xususiy firmalar, assotsiatsiyalar, kompaniyalar va huquqiy shaxslari hamda boshqa davlatlar tomonidan;

qo'shma korxonalar ko'rinishida mahalliy va chet el fuqarolari, huquqiy shaxslar va davlatlar bilan hamkorlikda. Mulchilikni turli shakllarini rivojlanishi, tadbirkorlik va ishbilarmonlikni yo'lga qo'yilishi, jahon iqtisodiy aloqalarini tarakkiy etishi, qo'shma korxonalarini iqtisodiyotni barqarorlashtirishda rolini ortishi investitsiya faoliyatini to'la tashkil etish uchun zarur bo'lgan imkoniyatlarni yaratadi. Mulchilikning turli shakllarini vujudga kelishi, o'z navbatida tadbirkorlikning rivojlanishi, chet el kapitalining kirib kelishi investitsiya faoliyatini tashkil etish yunalishlarini ham aniqlab beradi. Investitsiya faoliyati to'rt asosiy yunalishlarda bir-biriga bog'liq bo'lmagan holda, turli xil mulkdorlar tomonidan olib boriladi. Investitsiya faoliyatini tashkil etishning bu yunalishlari o'z navbatida bir necha tip va shakllarda amaliyotga tadbiiq etiladi.

Bozor sharoitida investitsiya faoliyatini kengaytirish va rivojlantirish jismoniy, huquqiy shaxslarni va davlatni, foyda olish maqsadida tadbirkorlik, ishbilarmonlik va boshqa faoliyatlarini qaytadan tiklashga qaratilgan. Bu boradagi asosiy maqsad investitsiya faoliyatini tashkil etib iqtisodiyotni inqirozdan olib chiqish, uni barqarorlashtirish, dunyo bozoriga kirib borish, jahon xo'jalik aloqalarini mustahkamlash va axoli turmush darajasini yaxshilashdir. Bozor iqtisodiyotida investitsiya faoliyatini moliyalashtirish investorlar tomonidan moliyaviy resurslarni jalb qilish yo'li bilan kreditlar evaziga, muomalaga, qonunchilikda belgilangan holda, qimmatli qog'ozlar va zayomlar chiqarish hisobiga olib boriladi. Davlat mulkini xususiylashtirish tufayli mamlakat miqyosidagi manbalarni tarkibida mablag'larni kamayib borishi ko'zatilmoqda. Aksincha turli mulk egalari mablag'lari, yangidan tashkil etilayotgan fondlarni ulushi, chet el

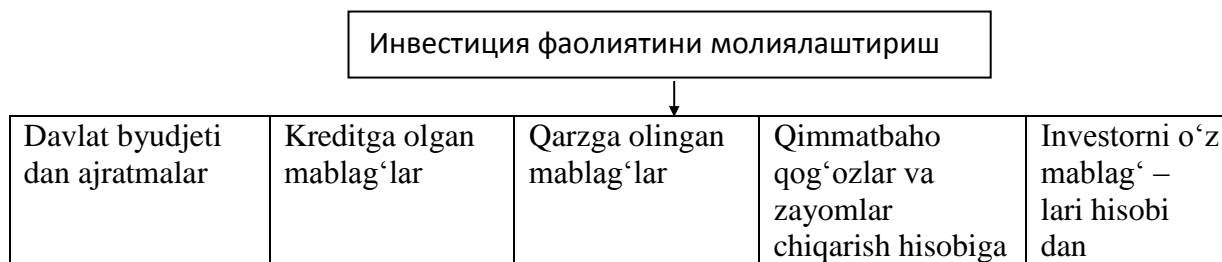
investitsiyalarining miqdori ortib boradi. Albatta, bu borada har bir mamlakatning investitsiya siyosati hal qiluvchi rolni uynaydi. Investitsiya manbalarini tashkil etishda mamlakat iqtisodiyotini barqarorligi, milliy valyuta birligini konvertlanishi, tashqi iqtisodiy munosabatlarning rivojlanishi, axoli extiyojini ishlab chiqarish hisobiga kondirilishi va boshqalar muhim roly uynaydi. Bozor munosabatlarini rivojlantirish davlat tomonidan olib boriladigan ichki moliya siyosatiga chambarchas bog'liqdir. Moliyaviy resurslarni taqsimlash va qayta taqsimlash hamda u yoki bu yunalishda sarflash va jamg'arish mamlakatda qabul qilingan va amaliyotda faoliyat ko'rsatayotgan taqsimot tizimiga bog'liqdir. Qonunchilikni rivojlanishi, adolatli qonunlar qabul qilinishi va ularni hayotga tadbiiq etilishi bozor munosabatlarining rivojlantirishga, tadbirkorlik, ishbilarmonlikni keng kulamda tarqalishiga qaratilsa investitsiya manbalari tarkibida davlat mablag'lari kamayishi hisobiga boshqa mulkdorlar mablag'lari o'sib boradi. Ishlab chiqarish munosabatlarini to'g'ri yo'lga qo'yish va davlatning samarali moliya siyosatini yuritish alohida ahamiyatga egadir. Xorijiy kapitalni kirib kelish darajasi ustun darajada mamlakatni olib borayotgan moliya siyosatiga bog'liqdir.

O'tish iqtisodiyotida investitsiya manbalarini mulkchilik shakllaridan kat'iy nazar quyidagi guruhlariga ajratish mumkin:

- investorlarni o'z moliyaviy resurslari (foyda, amortizatsiya ajratmalari, pul jamg'armalari, fuqarolar, huquqiy shaxslarni jamg'armalari va boshqa manbalar);
- investorlarni qarzga olgan moliyaviy mablag'lari (zayom obligatsiyalari, bank kreditlari va byudjet ajratmalari); investorlarni jalb qilgan moliyaviy mablag'lari (aktsiyalar va boshqa qimmat baholi qog'ozlarni sotishdan tushgan mablag'lar, fuqaro va huquqiy shaxslarni paylari va turli xil badallar, hamda turli xil maqsaddagi nodavlat fondlar, mablag'lari); davlat byudjetining investitsiya ajratmalari.

Bozor munosabatlari shakllangan sharoitda investitsiya faoliyatini moliyalashtirish manbalari tarkibini 2-chizmada kurish mumkin.

2-chizma



Investitsiya jarayoni – pul taklif qiluvchilar (vaqtincha bush mablag'larga ega bo'lganlar)ni pul talab qilayotganlar (ularga extiyoj sezayotganlar) bilan uchrashtirish mexanizmidir. Ikkala tomon odatda moliyaviy institutlarda yoki moliyaviy bozorda uchrashadilar. Ayrim vaqtda, xususan mulkiy qiymatlar (masalan, kuchmas mulk) bilan bitim imzolanganda sotuvchi va xaridorlar bevosita muomalaga kirishadilar. Moliyaviy institutlar – masalan, banklar va ssuda omonat assotsiatsiyalari – odatda omonatlarni qabul qiladilar va keyin pulni kreditga beradilar yoki Boshqa pul bilan mablag'larni investitsiyalaydilar.

Moliyaviy bozorlar – moliyaviy resurslarni taklif qiluvchilarni va ularga extiyoj sezayotlar odatda fond birjaloriga o'xshash vositachilar yordamida bitim tuzish uchun birlashtirish mexanizmidir. Aktsiyalar bozori, obligatsiyalar bozori, auksionlar bozori kabi moliyaviy bozorlarning qator turlari bor. Ularni umumiy xususiyati moliyaviy vositani bahosi turli holatlarda talab va taklifni muvozanat nuqtasini topishlikdadir. Daromadlilik, tavakkalchilik, inflyatsiyalar, dunyodagi turli vaziyatlar haqida yangi axborotlarni e'lon qilinishi tufayli talab va taklif nisbatining o'zgarishi yangi muvozanatni yoki yangi bozor bahosini o'rnatilishiga olib keladi. 3-chizmada investitsiya jarayonini aks ettiruvchi chizmada keltirilgan. Chizmadan ko'rinishicha pul resurslarini taklif qilayotgan shaxslar unga extiyoj sezayotganlarga moliyaviy institutlar, moliyaviy bozorlar orqali yoki to'g'ridan-to'g'ri berishi mumkin. Moliyaviy institutlar moliyaviy bozorda talab tomonida va taklif tomonida turib ishtirok etishi mumkin. Moliyaviy

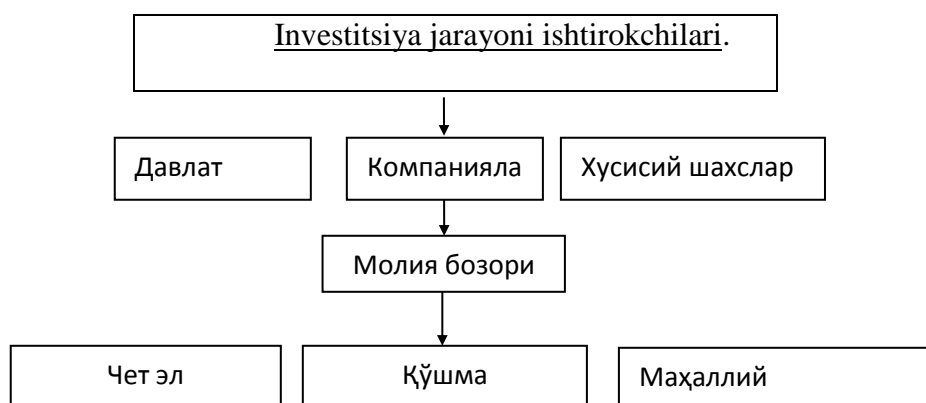
bozorni qisqa muddatli sektori pul bozori deb ataladi, uzoq muddatli esa kapital bozori deb atalib, unda fond birjasi o'zni salmoqlidir.

Investitsiya jarayoni ishtirokchilari. Investitsiya jarayonining bosh ishtirokchilari – davlat, kompaniyalar va xususiy shaxslar bo'lib, ularni har biri investitsiya jarayonida talab tomonida, yoki hamda taklif tomonida turib ishtirok etishi mumkin.

Davlat. Ijroiya hoqimiyatini har bir darajasiga o'z faoliyatini moliyalashtirishga katta miqdorda pul kerak bo'ladi. Ushbu faoliyat maktab, kasalxona, turar joylar, katta yo'llar kabi ijtimoiy inshootlarni kurishga sarflanayotgan kapital qo'yilmalar bilan bog'liqdir. Yuqoridagi loyihalar turli ko'rinishdagi uzoq muddatli qarz majburiyatlar – obligatsiyalar chiqarish yo'li bilan moliyalashtiriladi. Pulga bo'lgan talabni boshqa manba bo'lib davlatni joriy extiyojlari hisoblanadi. Masalan, hukumat soliq ko'rinishida davlat byudjeti daromadiga to'langan qaraganda ko'p xarajat qilish mumkin. yoki, shahar hoqimiyati joriy faoliyati uchun pul kerak bo'lgan holda byudjetga soliqlar to'lanmagan holatlar bo'lishi mumkin.

3-chizma

Investitsiyalash jarayoni.



Ustun darajada hoqimliklar o'z extiyojlarini qisqa muddatli obligatsiyalar chiqarish yordamida moliyalashtiradilar. Ayrim vaqtda ijroiya hoqimiyati idoralari pulni taklif qiluvchilar tomonida qatnashadilar. Masalan, shaharda ma'lum vaqtga kelib qandaydir pul summasi bushab kolsa, uni joriy hisob rakamida ushlab turmasdan, shahar hoqimiyati mablag'ni qisqa muddatli moliyaviy bozorga kurollarga quyib daromad olishlari mumkin. Ijroiya hoqimiyati idoralari moliyaviy mablag'larga extiyoj sezayotgan tomonda va taklif tomonida moliyaviy institutlar va moliyaviy bozorlar holatiga kuchli ta'sir ko'rsatadi. Aksariyat xollarda davlat – bu pul mablag'larini iste'molchisidir, ya'ni u mablag' berishga qaraganda ko'p mablag'ni ishlatadi.

Kompaniyalar. Ko'pgina kompaniyalar shakllaridan ka'tiy nazar o'z faoliyatini yuritish uchun yirik moliya mablag'lariga muxtoj bo'ladi. Ijroiya hoqimiyati idoralari singari, ularni moliyaviy extiyojlari uzoq va qisqa muddatliga bo'linadi. Uzoq muddatli maqsadlarni amalga oshirish uchun kompaniyalarga zavodlar kurishga, asbob-uskunalar va inshootlar olishga, yangi mahsulotlarni ishlash uchun pul kerak bo'ladi. Qisqa muddatli extiyojlar tovar zaxiralari ta'minlash, debitor qarzlari va boshqa joriy xarajat koplash zaruratlaridan yuzaga keladi. Qisqa va uzoq muddatli extiyojlarni moliyalashtirish uchun kompaniyalar muomalaga turli xil qarz qimmatli qog'ozlarni va aktsiyalarni chiqaradilar. Kachonki ularda vaqtincha ortiqcha pul mablag'lari paydo bo'lsa, ular pullarni boshqalarga taklif qiladilar. Amalda ko'pgina yirik kompaniyalar naqd pullarini boshqarishni faol va murakkab strategiyasini amalga oshiradilar va qisqa muddatli kimatli qog'ozlarni asosiy xaridorlari hisoblanadilar. Davlatga uxshab kompaniyalar umuman pul mablag'larini sof xaridorlari hisoblanadi.

Xususiy shaxslar. Xususiy shaxslar investitsiya jarayoniga turli usular bilan: masalan, omonat hisoblarga pul joylashtirish, obligatsiya va aktsiyalar sotib olish, sugo'rtta polislarini olish bilan pul yetkazib berishlari mumkin. Moliyaviy kurollarni tanlash ko'pgincha judayam oddiy vazifa emas, u yakka investor o'z oldiga qanday maqsad kuyayotganiga bog'liq. Pul mablag'lariga xususiy shaxslarni talabi asosan mulkni, odatda uy avtomobil harid qilishni moliyalashtirish uchun zayom shakliga ega bo'ladi. Vaxolanki, unday talabni miqdori juda katta, xususiy shaxslar – pul

sof yetkazib beruvchilardir, boshqacha qilib aytganda ular investitsiya jarayoniga olganiga qaraganda ko'p beradilar. Davlat va kompaniyalar pul mablag'larining sof xaridorlari hisoblanar ekan, xususiy investorlarning iqtisodiy o'sish va rivojlanishni moliyalashtirish uchun pul yetkazib berishdagi roli juda salmoqlidir.

Investorlar tipi. Ikki tipdagi investorlar bor: ular institutsional va yakka investorlar.

Institutsional investorlar - mutaxassislar bo'lib, ularga begonalarning pulini boshqargani uchun xak to'laydilar. Ularni moliyaviy muassasalar, masalan, banklar, sugo'rta kompaniyalari, o'zaro va pensiya fondlari, hamda yirik nomoliyaviy korporatsiyalar, ayrim xollarda xususiy shaxslar yollaydilar. Moliyaviy institutlar o'z omonatchilariga yaxshigina daromadni ta'minlashga harakat qilib katta summani investitsiyalaydilar. Masalan, bankning trust bo'limi unga ishonib topshirilgan mablag'ga yetarli daromad to'lashi lozim; hayotni sugo'rtalash kompaniyasi mijozlarga, hamda mijoz vafot etgan holatlarda ular merosxurlariga va oluvchilariga sugo'rta mukofoti to'laydigan daromadni to'lashga sugo'rta badallarini investitsiyalash lozim. Sanoat yoki savdoga o'xshash nomoliyaviy kompaniyalar ham ko'pincha ortiqcha pul mablag'lariga ega bo'ladilar, bosh pullar daromad keltirishi yoki joriy operatsiyalarga va istikbolga kapital qo'yilmalari talabni koplashga yordam berish uchun omonatga kuyadilar.

Yakka investorlar - o'z moliyaviy manfaatlari uchun shaxsiy mablag'larini tasarruf etadilar. Yakka investor ko'pincha pensiyaga ketganda yoki uning oilasini moliyaviy barqarorligini ta'minlashda daromad manbai bo'lishligi uchun bosh turgan pullari foyda keltirishidan manfaatdordir. Yakka investorlarni ko'pchiligi faqat shaxsiy qimmatli qog'ozlar portfelini nima bilan tuldurish yoki shaxsiy pensiya fondini qanday ta'minlashga izlanish bilan band bo'ladilar. Katta summadagi pullarni qo'yishi mumkin bo'lganlar investitsiya sohasida kasbiy tayyorgarlikka ega bo'lmaganliklari tufayli o'z mablag'larini boshqarishni institutsional investorlarga, masalan, banklarni trust bo'limlariga yoki investitsiyalar bo'yicha malakali maslahatchilarga topshiradilar. Institutsional va yakka investorlar uchun asosiy ish tamoyillari yagonadir: to'g'ri institutsional investorlar odatda pul egalari nomidan anchagina yirik summalar bilan ish qiladilar, shuning uchun ular yuqori malakaga ega bo'ladilar va murakkab va nozik usullarni kullaydilar.

Investitsiyalash. Maxsus tanlangan moliyaviy kurollarga pulni qiymatini ko'paytirish yoki ijobiy daromad olish maqsadida joylashtirish jarayonini investitsiyalash deb ataladi. Ushbu faoliyat katta iqtisodiy ahamiyatga ega, u mantiqiy ketma-ket xarajatlar sifatida bajarilishi mumkin, uni natijasi esa daromad olish hisoblanadi. Keyingi vaqtlarda bir qator yangiliklar kiritildiki, ular investitsiyalashni rag'batlantiradi va ushbu jarayonni anchagina maqbullantiradi.

Investitsiyalashni ijodiy ahamiyati. Iqtisodiyotni amal qilishi va o'sishi davlatni va kompaniyalarni shuningdek xususiy shaxslarni o'sib borayotgan talablarini moliyalash uchun qanchalik pul mablag'larini yengil jalb qilishga bog'liq. Masalan, agar ipoteka zayomlarini ishonch tarikasida bo'lmaganda edi, ko'pchilik uylarni sotib olish imkoniyatiga ega bo'lmasdilar, zayom mablag'larisiz uylarni kurilishida va kurilish ash'yolari ishlab chiqarishda judayam kam ishchi band bo'lgan bo'lur edi. Shuning uchun, agar kuchmas mulkni kafolatsiz kreditlash xajmi kamaysa, pirovardida bu mamlakatda umumiy iqtisodiy faollikni pasayishiga olib kelgan Bular edi: bu tushunarli, chunki aynan pullarni maqbul tassarruf qila olishi mumkin bo'lganlarga ularni olish yengil bo'lsa, iqtisodiy o'sishni zarur sharoitini ta'minlagan bo'lur edi. Hamon xususiy shaxslar pullarni yetkazib beruvchilar bo'lib hisoblanar ekan, davlat va kompaniyalar ularni sof xaridorlari hisoblanadilar, investitsiyalash jarayoni juda salmoqli natijalarga ega bo'ldi.

Investitsiya mukofoti. Investitsiyalarga daromad yoki foyda joriy daromad yoki qo'yilgan mablag'larni qiymatini o'sishi sifatida olinishi mumkin. Masalan, bankni omonat hisobiga joylashtirilgan pullar muntazam hisoblanadigan foizlar shaklida joriy daromad beradi, shu bilan bir paytda bo'sh turgan yer uchastkasi sotib olishga qo'yilgan pullar, uni sotib olish va sotish orasidagi utgan paytda uchastkani qiymatini o'simi ko'rinishida daromad keltiradi. Mablag'lar muhtoj bo'layotganlar kimda ular ortiqcha bo'lsa jalb qilishlari mumkin, daromad yoki foyda pul yetkazib beruvchilarni tavakkalini qoplashi lozim. Sodaroq qilib gapirganda investitsiyalash jarayoni bir tekis ketishi uchun pul yetkazib beruvchilar mukofot olishi lozim, pul xaridorlari esa

ushbu mukofotni ta'minlashlari lozim. Mukofot miqyosi va shakli qimmatli qog'ozlar bilan bitishuvlarni xilma-xilligiga bog'liq.

Investitsiyalashda xarajatlar ketma-ketligi. Amalda investitsiyalashga xilma-xil yondashuvlardan foydalaniladi. Ulardan biri aniq maqsadlarga erishishga yunaltirilgan xarajatlarni chuqur rejalashtirishdan iborat. Boshqasi, qarama-karshi yondashuv bo'lib harakatlar tasodifidan iborat, unda qarorlar intuitsiya asosida qabul qilinadi. Tajribani ko'rsatishicha maqbul yondoshganda natijalar odatda yuqori bo'ladi. Shuning uchun investor dastlab reja tuzishi, keyin umumiy moliyaviy maqsadlarga muvofiq investitsiya dasto'rini bajarishi kerak. Unday dasto'rni amalga oshirish natijasi tavakkallikni konikarli darajasida muljallangan daromadni beruvchi investitsiya portfelini shakllantirish lozim. Investitsiyalashda asosiy bosqichlarni qisqacha ifodalab kuramiz chunki u bizga kontseptsiyalarni, kurollarni va ushbu jarayonni alohida texnik usullarini ko'rib chiqishga yordam beradi.

Investitsiyalashni dastlabki shartlari. Pulni qo'yishdan oldin, siz o'zingizni hayotiy extiyojlaringiz bir maromda ta'minlanganligiga ishonch xosil qilishingiz lozim. Pullar joriy extiyojlarni ta'minlash uchun qo'yilishi kerak emas, investitsiyalarni maqsadi - joriy pul mablag'larini bo'lajak extiyojlarini kondirish uchun foydalanishdir. Undan tashqari, siz omonat hisobga naqd pullarga ko'zda tutilmagan holatlar paydo bo'lishini oldini olib uncha katta bo'lmagan pul summasini kuyasiz. Boshqa sharoit esa vafot etganda, kasal bo'lganda, mehnat kobilyatini yukotganda, mulkiga ziyon yetkazilganda yukotishlardan muxofaza qilish bo'lib hisoblanadi. Bunday tavakkallikdan hayotni, salomatlikni, mulkni va majburiyatlarni sugo'rtalash muxofaza qiladi. Undan tashqari, pensiyaga chiqqandan keyingi yetarli daromadni rejalashtirish ham investitsiya dastlabki shartlaridan biri hisoblanadi, chunki pulni bunday qo'yishni natijasi investitsiyalash dasto'rini kay darajada muvaffakiyatli tuzilganligiga bog'liq. O'z oldiga aniq maqsadlar qo'yishdan oldin yakka omonatchi pensiga chiqish paytiga eng kamida qanday natijaga erishishini xoxlashini belgilab olishi lozim.

Investitsiyalash maqsadlarini belgilash. Investor dastlabki shartlarni bajarish va moliyaviy vazifalarni aniq belgilangan xaxoti, u investitsiyalashni maqsadlarni daromadlilikni xoxlagan darajasi bilan bog'liq vaqtini miqyoslarni, shakllarni va tavakallikni aniq darajasini belgilashi lozim. Masalan, ma'lum yilda, yozgi dala xovli sotib olishda birinchi badal uchun 15000 dollar yoki pensiyaga chiqish muddatiga pensiya jamg'armasi sifatida 250000 dollar jamg'arish maqsadini qo'yish mumkin. Ushbu maqsadlar faqatgina umumiy moliyaviy vazifalarga muvofiq kelishilgan emas, balki bajariladigan bo'lishi lozim. Qo'yish uchun dastlabki summasiga ega bo'lish va qo'yilgan maqsadlarga erishini qanday daromadlilik me'yori ta'minlashi mumkinligi haqida tushunchaga ega bo'lishi kerak.

Moliyaviy kurollarni baholash. Moliyaviy kurolni tanlashda oldin, uni qo'yish maqsadni nuqtai nazaridan baholash zarur. Uning har bir moliyaviy kurolni bo'lishi mumkin bo'ladigan daromadlilik va tavakkalligi haqida tushunchani shakllantirish kerak, chunki ular hammasi baholashni ya'ni ko'zda tutilgan qiymatini aniqlashni talab qiladi. Baholash jarayoni natijasi muayyan kurolni aniq daromadlilik tavakkallilik va bahosi miqyoslari bo'lishi lozim.

Investitsiyalashni aniq variantini tanlash. Pul qo'yish variantini tanlash juda muhim chunki, investorni keyingi xarajatlarini borishini ana shu belgilaydi va rejalashtirilayotgan maqsadlarga erishish muvaffakiyati ko'p jihatdan shunga bog'liq. Eng yuqori daromadlilikni shunchaki ta'minlaydigan variantni o'zi yaxshi bo'lishi shart emas; tavakkal va soliqqa tortish kabi boshqa darajalar ham muhim rol uynashi mumkin. Masalan, yuqori yillik dividendlar olishga, eng yuqori ko'tilayotgan foyda berishi mumkin bo'lgan kompaniyani oddiy aksiyasini sotib olishga intilayotgan investor. Agarda shu aksiyani chiqargan firma bankrotga uchrasa, unda aksioner qo'yilgan pullarini yukotadi. Qo'yilmalarni muvaffakiyatli Boshqarish uchun moliyaviy kurollarni e'tibor bilan tanlash juda muhim hisoblanadi, chunki ular qo'yilgan maqsadlarga muvofiq kelishi va daromadlilikni, tavakkalni va bahoni maqbul darajalari bilan ta'riflanishi lozim.

Diversifikatsiya portfelini shakllantirish. Investitsiya portfeli – bu bir yoki bir qancha maqsadlarga erishishni muljallab tanlanadigan moliyaviy kurollar yig'indisidir. Masalan, Djoan Smitni investitsiya portfelida IBM kompaniyasini 20 oddiy aksiyasi, 20000 dollarlik davlat obligatsiyalari va «ZDS Grous» o'zaro fondining 10 aksiyasi bor. Muayyan usullar yig'indisidan

foydalanib investor o'z qo'yilmasini shunday kombinatsiya qilish mumkinki, u holda investor daromadlilikni, tavakkalni va narxni maqbul darajasida qo'yilgan maqsadga erishadi. Qulay portfelni shakllantirish uchun, turli tarifga ega bo'lgan bir qancha moliyaviy instrumentlarni yig'indisini kiritish ko'zda tutiladi. Xilma-xil kurollarni kullab, investor oxir oqibatda qo'yilmalarni yuqori daromadlilikiga erishishi mumkin yoxud moliyaviy kurollar sonini kuchaytirish hisobiga tavakkalni kamaytirish mumkin.

Portfelni boshqarish. Portfel shakllanib bo'lishi bilanok, investor ko'tilayotgan natijalarga muvofiq portfel ko'rsatkichlari dinamikasini aniqlashi va baholashi lozim. Masalan, agar daromadlilik, tavakkal va qo'yilmalar qiymati investorni maqsadlari yoki muljallariga muvofiq kelmasa portfel o'zgartirilishi mumkin. Odatda bu bir moliyaviy kurollarni sotib va tushgan pulga boshqa moliyaviy kurollarni olishni anglatadi. Shunday qilib, portfelni boshqarish – bu faqatgina moliyaviy kurollarni maqbul yig'indisini yaratish emas, balki uning orqasidan u yoki bu kurollarni haqiqiy dinamikasiga muvofiq portfel tarkibini o'zgartirish hamdir.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

- 1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p.
- 2.Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

13.Қўшимча адабиётлар

65. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
66. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
67. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
68. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz
www.gov.uz
www.lex.uz
www.mf.uz

18-mavzu: Sug`urta

1. **Transport vositalarini sug`urtalash**
2. **Shaxsiy sug`urta**
3. **Hayot sug`urtasi**
4. **Sog`liq sug`urtasi**

Sug`urta 2 milliondan ortiq insonlar sug`urtalash sohasida ishlashadi. Ularning ishida asosiy e`tibor haridorlar va biznes tashkilotlarning sug`urtaga bo`lgan extiyojini aniqlash va ularni qondirishga qaratilgan. Sug`urta ishi bilan shug`ullanish imkoniyatlari o`z ichiga savdo, boshqaruv, va texnik ishlar, qimmatli qog`ozlarni kafolatlash kabi turli xil yo`nalishlarni oladi. Sizning ish o`ringiz yirik shahardagi kata ofis honasidan toki xo`jalik sohasida faoliyat yuritadigan agnetlik da sotuvchi shaxs gacha bo`lishi mumkin. Turli hil yo`nalishdagi shaxsiy biznes sug`urtalash mazkur sohadagi ishdagi turli xil tajribalarga bo`lgan talablarni yaratadi. Risklarni baholash va boshqarish turli xil geografik, iqtisodiy, siyosiy va ijtimoiy vaziyatlar hqaidagi bilimlarni talab qiladi. Biznes sug`urtasida ishlash odatda maxsus tayyorgarlik va professiona ta`lim davomiyligidan iboratdir. Ushbu rivolangan bilimlar, sug`urta kompaniyalari tomonidan, kompaniya va oilalarning sug`urtaga bo`lgan extiyolarning o`zgarishini aniqlashtira oladigan va rejalashtira oladigan ishchilar tomonidan o`rgatiladi.

Bog`liq kasblar ro`yxati :

- Sug`urtalovchi agent
- Sug`urta matematikasi bo`yicha hodim
- Sug`urta brokeri
- Sug`urtalanayotgan shaxs yoki kompaniyaga ma`sul shaxs
- Sug`urta ta`lablarini bajarilayotganligini tekshiruvchi shaxs
- Avtomobil yetkazilgan zararlarni hisoblovchi shaxs
- Sug`urta polyusi jarayonini tekshiruvchi xizmatchi
- Haridorlar bilan ishlovchi bo`lim vakili
- Sug`urtada aldanishlarni oldini oluvchi inspektor

Sug`urtadagi Kasbiy o`shning imkoniyatlari

Internet yoki kutubxonadagi manbalardan sug`urtadagi kasbiy o`shning turlari haqida ma`lumot yig`ing. Yuqorida keltirigan kasbiy faoliyatlardan birini tanlab quyidagi savollarga javob bering.

1. Ushbu sohada jismoniy mexnat muhitini qanday tasvirlaysiz?

2. Siz ushbu sohada qiziqishingiz uyg`ondimi? Ushbu sohadagi faoliyat, sizning qiziqishlaringiz va maqsadlaringiz bilan mosligini tushuntirib bering.

Sug`urtalovchi agent sifatida ishlash...

“Sizning hayotingizni, avtomashiinangizni va uyingizni sug`urtalagan ekanmiz, sizning nafaqa rejangiz uchun investitsion fondlar haqida muhokama qilsak” – deb savol berdi Valerie Esposito “Bir daqiqa, men sizni sug`urtalovchi agent deb o`ylagandim, investitsion brokermas”, javob berdi Jane Conley. “Yaxshi, biz hozirda sug`urtalashdan tashqari yanada ko`proq ishlarni qilyabmiz”, javob berdi Valerie.” Bizning kompaniya kompaniya va shaxslar uchun barcha turdagi sug`urta xizmatlarini ko`rsatadi. Va uni ustiga biz sizga turli xil iqtisodiy xizmatlar va investision maxsulotlar bilan bog`liq mulammolarni hal qilishda yordam beramiz. Biz shuningdek avtomobil uchun kredit va ssudalarni tashkillashtirish, va kreditkartochkalar ishlab chiqara olamiz.”

“Bundan habar topganim yaxshi bo`ldi” – izohladi Jane. “Men sizdan mening sug`urtaviy extiyolarim haqida ma`lumot olishda yordamga muxtojman, vamen shuningdek sizning kompaniyangiz orqali kredit olish va investitsiyalarni boshqarish xizmatlariga muxtojman. Qanday qulaylik!” Sizchi? Kelajakdagi kasbiy o`shingizda su`gurtaning qanday taraflari sizni qiziqtirishi mumkin?

Avtomobil vositalarini sug`urta qilish

Maqsadlar	Kalit Iboralar	Haqiqiy xayotga nazar
1.Yonilg'i-ro'zg'orxavflarnimuhokamaqilish		“Kris qanday ajoyib mashina!” “Siz buni qanday qilib o`zingizga ep bildingiz?”“Mashina sotib olish va bir vaqtning o`zida maktabda bo`lish bu oson emas Robert.” Avtomobil uchun to`lov qilishdan tashqari men yana quni sug`urtasi uchun ham pul to`lashim kerak. Bu men uchun shok edi. O`tgan yili yozda vaqtinchalik ishlarda mashina sotib olish uchun ishlaganimda , uni sug`urta qilish narxlarini bunchalik bo`ldai deb rejalashtirmagandim. Men hozirda ish qidiraybman, shunday ekan men o`zimga mashinam bo`lishini ta`minlay olaman. Avtomobilni sug`urta qilish qimmat bo`lishi mumkin, lekin bu degani hamma yuqori darjadagi to`lovlarni amalga oshiradi degani emasku.Sug`urta komaniyalari risk ko`rsatkichi yuqori bo`lganlariga nisbatan risk jo`rsatkichi kichik bo`lganlari narxlari pastroq.
2.Avtomobil sug'urta qamrovini tushuntiring.		
3.Avtomobil sug'urta xarajatlariga ta'sir qiluvchi omillarni aniqlash.	Tana jaroxati ma`suliyati517 Meditsina to`lvlarini amalga oshirish 518 Sug`urta qilinmagan avtomobil egasi javobgariligi518 To`qnashuv jaroyoni 518 Franshiza 518 Umumlashtirilgan sug`urta 519	

1-Maqsad : Yonilg'i-ro'zg'orxavflarnimuhokamaqilish

Transport Vositalari Risklari

Transport vositasiga egalik qilish sizni yuqori iqtisodiy riskpozitsiyasiga joylashtiradi. Siz yo`l transport xodidasida o`zingizni yoki boshqa insonlarni jaroxatlashingiz mumkin.Sizning mashinangizni o`g`irlab ketishlari yoki buzib ketishlari mumkin.Bahtsiz hodisa sababli sizni kimdir sudga berishi mumkin.Bahtsiz hodisa tufaylijaroxatlangan insonlarga tibbiy yordam ko`rsatish va shikastlangan avtomobillarni tuzatish sug`urta qilinmagan insonlarga moliyoviy tomondan kata zarar bo`lishi mumkin. So`ngi yillarda jaroxatlangan odmalarga va shikastlangan avtomobillar egalari to`lanadigan pul miqdori bilinarli darajada oshdi. Avtomobil sug`urtasi avtoulovlarga egalik qilish va ularni haydash bilan bo`g`liq bo`lgan iqtisodiy risklardan himoyalaydi. Ba`zi vaqtlari avariyalardan qochib bo`lmaydi. Bunda bironi aylab bo`lmaydi.Ammo ko`pchilik vaziyatlarda kimdir aybdor bo`ladi.Bahtsiz hodisa sabachisi deb topilgan inson, yetkazilgan zarar va iqtisodiy zararlarni qoplab berishi qonun tomonidan ta`minlanadi. Sunga qaramasdan siz o`zingizni hato qilmayman deb o`ylashingiz mumkin lekin siz ham ushbu javobgarliklarga tortilishingiz mumkin.Agar siz sug`urtalangan bo`lsangiz , sizning sug`urta kompaniyangiz sizning qonuniy haq-huqularingizni himoya qiladi.Agar sudya sizni yetkazilgan jaroxatlarda ma`sul deb hisoblasa, sizning su`gurta kompaniyangiz sizning sug`urta shartnomangiznda ko`rsatilgan summalarni to`lab beradi. Mustaqil shtatlar avtomobil sug`urtasiga bog`liq holda qonunga o`gartirishlar kiritishadi.Ko`pchilik qonunlar ma`suliyatli haydovchilar foydasigadir. Avtoulov egalari iqtisodiy majburiyatlar tog`risidagi qonunlarni hamda majburiy sug`urta qonunlari haqida bilishari lozim.

Iqtisodiy Javobgarlik

Barcha shtatlarda turli xil iqtisodiy javobgarlik to`g`risida qonunlari mavjud. Ushbu qonunlar haydovchilar tomonidan yo`l qo`yilishi mumkin bo`lgan iqtisodiy yo`qotishlarning oldini oladi.Agar siz, bahtsiz hodisa sababchisi bo`lib qoldingiz va jaroxatlar va yetkazilgan zararno qoplash uchun to`lovlarni amalga oshirmasangiz qonun tizimi sizga choralar qo`llaydi. Siznig mulkingiz yoki jamg`armalaringizdagi mablag`lardan yechib olishlari mumkin. Siznig haydovchilik guvohnomangiz olib qo`yilishi yoki jarimaga tortilishingiz mumkib. Iqtisodiy javobgarlik to`g`risidagi qonunlar sizni odamlarga yetkazgan har bir zararingizni qonun tarafdin ma`sul qilib qo`yadi. Siz shuningdek boshqa insolarning mulika yetkazilgan zararlarda ham ma`suldirsiz.

Majburiy sug`urta

Ko`pchilik shtatlarda avtomobil egalari mashinalari uchun litsenziya olishdan oldin avtomobil sug`urtalarining ba'zilarini amalga oshirishlari lozim. Ushbu shtatlarda avtomobil egalarning shaxslarga va mol-mulkga yetkazil zararni qoplab berishlari uchun majburiy sugu`rtalar joriy etilgan. Majburiy sug`urta to`g`risidagi qonunlarda avtomobil egalari majburiy sug`urta qoplamalariga ega bo`lmasdan mashinalarini ro`yxatdan o`tkazish yoki haydovchilik gucohnomasini olishga ruxsat bermaydi. Iqtisodiy javobgarlik qonunlari qaysilar?

2 – Maqsad : Avtomobil sug`urta qamrovini tushuntirish

Avtomobil sug`urtasi qamrovi

Sugu`rta kompaniyalari turli xildagi avtomobil sug`urta himoyalari taklif qilishadi. Ikkita sosiy bo`limlari shaxsiy va mol-mulkka yetkazilgan zarar qamrovlari. 20-1 jadvalda siz avtomobil sug`urta qamrovlari turli xil ko`rinishlarini ko`rishingiz mumkin.

Shaxsiy zarar qoplami

Shaxsiy zarar qoplamalari o`z ichiga jismoniy yetkazilgan zararlarni, medik to`lovlarni va su`g`urtalanmagan avtomobilchikabilardan himoyalaydi. Ushbu qoplamalarni 3 turi avtomobil sugu`rta kompaniyalari tomonidan to`lanadigan pulning asosini tashkil etadi.

Jismoniy zarar yetkazilganlikdan himoyalash

Haydovchini jismoniy yetkazilgan zararni qoplash sug`urtasi to`sadan yetkazilgan zarar yoki o`limlarni qoplaydi. Ushbu turdagi sug`urtalash o`z ichiga boshqa mashinadagi insonlarni, sug`urtalangan yo`lovchilarni va piyodalarni oladi. Sug`urtalangan va ko`pchilik holarda yaqin oilar a`zolarining su`gurtalari qoplanmaydi. Jismoniy yetkazilgan zararni qoplash miqdorlari taraflar o`rtasida 100/300 qismda o`lchanadi. Birinchi navbatda bahtsiz hodisadagi har bir insonga sug`urta kompaniyasi tomonidan to`lanadi.

Avtomobil sug`urtasi qoplamalari

Qoplamalar turlari	Usitda qoplanadi	
Shaxsiy zararlarni qoplash	Sug`urtalangan shaxs	Boshqalar
Jismoniy zararlarni qoplamalari	Yo`q	Ha
Medik qoplamalar	Ha	Ha
Sug`urtalanmagan haydovchilardan himoyalash qoplamalari	Ha	Ha
Mol mulkka yetkazilgan zararni qoplash	Sug`urtalangan shaxs avtomashinasi	Boshqalarning mulklari
Mol mulkka yetkazilgan zarar huquqlari	Ha	Ha
To`qnashuv natijasida sug`urtalash	Yo`q	Yo`q
Barcha tomonlama jismoniy zarar	Yo`q	Yo`q

Siz uchun axborot

Yosh haydovchilar o`rtasidagi bahtsiz hodisani kamaytirish uchun, kamar taqilganiligni, tezlikni o`lchovchi va balonni nazorat qiluvchi mashina qurilmasi o`rnatiladi. Ushbu qurilma tezlik cheklovdan osha boshlaganda, keskin to`xtaganda va xavfli burilishga yaqinda qolganda siganl beradi. Misol uchun 100/300 qismli tanga jaroxat yetkazilgandagi su`gurta qoplamasida sug`urta kompaniyasi \$100,000 qiymatida bir kishiga to`lab beradi.

Ikkinchisi esa, 300 – baxtsiz hodisa sababli aziyat chekan shaxslar guruhiga to`lanadigan maksimal qiymat. Agar hodisa tufayli 3 kishidan ortiq insonlarga jaroxat yetkazilgan bo`lsa ularning har biriga \$100,000 miqdorida to`lov to`lanadi. Siz yuqoriroq qiymatdagi sug`urta himoyasidan foydalanishingiz mumkin, agar siz olinadigan to`lovning qiymatini oshirish uchun.

Tibbiy sug`urta himoyasi.

Sug`urtalanganlar va ularning oila-a`zolari agarda transport hodisasiga yoki shu bilan bog`liq hodisalarga duch kelishganda tibbiy su`gurta bilan qoplaniladi. Ushbu himoya agar ular mashina

tomonidan urilib ketilgan bo'lsa ham qilinadi. Va shuningdek sug'urta jaroxat yetgan mashina sug'urtalangan bo'lsa qoplanadi. Tibbiy sug'urta himoyasi tibbiy dorilar, tish, tez yordam, kasalhona, hamshira, va ta'ziya xizmatlarini qoplab beradi. Sug'urta shartnomasida ko'rsatilgan cheklovlarga asoslangan to'lovlarni amalga oshirishda ko'ngilsizlikning sababchilari aniqlash muhim emas. Mashina egalari odatda tibbiy sug'urta bilan birgalikda tan-jaroxati sug'urtasini olishadi. Sug'urtalanmagan avtomashina hodisasi sabablari, bahtsiz hodisalar odatda sug'urtasi yo'q bo'lgan yoki ish haqini oshirmoqchi bo'lganlar tomonidan atay sodir etiladi. Ushbu kabi holatlarga qarishi sug'urta kompaniyalari sug'urtalanmagan mashinalar qoplamalarini joriy etgan. Ushbu qoplama faqatgina tan jaroxati sug'urtasini olganlar uchun mavjud. Sug'urtalanmagan avtomobil himoyasi sug'urtalanganlarni va ularning oilalariga tegishli. U shuningde sug'urtalangan kishilar avtomashinasidagi mehmonlarga ham taaluqli. Sug'urtalanmagan avtomobil sug'urtasi sug'urtalangan shaxslarni faqatgina o'zlar aybdor bo'lgandagina qoplab berishadi. Bu esa Tibbiy sug'urta qoplanmalaridan farq qiladi. Sug'urta kompaniyalari sug'urtalanmagan mashinalardan ham sug'urtalaydilar. Bu sug'urtalar agar siz boshqa mashina sababidan halokatga uchragan bo'lsangiz qoplab berasiz. Mulkka yetkazilgan zarardan sug'urta. Ushbu sug'urta qoplama, agar haydovchi borovning mulkiga to'qnashib ketib ayb sug'urtalanganda bo'lsa, mulkka yetkazilgan sug'urtdan foydalaniladi. Zarar yetkazilgan mulk odatda mashina bo'ladi, lekin u telefon simyog'ochi, o't o'chiruvchi gidrant yoki inshootlar bo'lishi mumkin. Mulkka yetkazilgan zarar sug'urtasi ziyon yetgan mashinalarni qoplab bermaydi.

To'qnashib ketish sug'urtasi bu avtomashina egasini iqtisodiy yo'qotish natijasida qoplab beradi. Ushbu sug'urta insonlarning boshqalarga yoki inshootlarga qilingan zararlarini qoplamaydi. Ushbu sug'urta odatda hisob-kitob varaqasi bilan birgalikda tuziladi. Siz ushbu hisob kitobdagi summani kompaniya sug'urtani qoplashdan oldin to'lashingiz kerak. Misol uchun Sizning mashinangiz \$2.500 ga sug'urtalanga, sizning to'qnashib ketish sug'urtangiz \$500. Siz \$500 ni to'lasangiz kompaniya sizning \$2000 ni qoplab beradi. To'qnashib ketish sug'urtasi narxi odatda \$200, \$500 yoki undan ko'proq bo'lishi mumkin. Ayirish qamrov Avtomobilning qiymati katta zarar to'lash bermaydi. ning sug'urta avtomobil boshqa avtomobil bilan to'qnashishdan zarar \$ 6,500 sabab deylik. Avtomobil faqat \$ 6100 bo'lgan qiymatiga ega bo'lsa, to'qnashuv qamrov emas, balki \$ 6,500 faqat \$ 6100 to'lash edi. Ayirish qamrovi kichik qiymati bir avtomobil arziydigan bo'lishi mumkin emas. Ba'zi vaziyatlarda, mashina ta'mirlash narxi avtomobilning ancha qadrliroq bo'lishi mumkin.

Keng qamrovli Sizning avtomobil shikastlangan yoki boshqa yo'llar bilan yo'q qilinishi mumkin. yo'qotilgan umumiy sabablari o'g'rilik yoki zarar olovdan, bo'ron, to'fon, vandalizm, yoki tushgan moslamalarni o'z ichiga oladi. Har tomonlama qamrab to'qnashuv yoki o'teleme dan sabab magar deyarli barcha zarar yo'qotishlar qarshi sug'urtalangan himoya qiladi. sug'urta ning avtomobil o'g'irlangan yoki yo'q bo'lsa, sug'urta tomonidan to'langan summasi albatta, avtomobil uchun to'langan miqdoriga teng emas. Balki, u yo'qolgan vaqtda Avtomobilning qiymati tengdir. ning sug'urta deylik avtomobil \$ 15,000 turadi. u sotib so'ng u tez orada o'g'irlangan bo'ladi. sug'urta kompaniyasi, ehtimol avtomobil xarajat-ehtimol \$ 14.500 deyarli ko'p berur. u sotib so'ng avtomobil ikki yillik o'g'irlangan bo'lsa, sug'urta kompaniyasi atigi \$ 10,500 to'lash mumkin. avtomobil qarib va kamayib ahamiyatga ega bo'ldi.

Aybdorsiz sug'urta qonunlari sug'urta xarajatlarini kamaytirish va da'vo hisob-kitoblarni tezlashtirish maqsadida, no-aybi sug'urta ayrim davlatlar tomonidan qabul qilindi. Ushbu dastur doirasida, avtomobil halokatida jarohatlangan odamlar o'z sug'urta kompaniyalari o'z moliyaviy zararlarini aybdor deb hech masalani to'plash. Ushbu yo'qotishlar ularning tibbiy Xarajatlarni, ish haqi halok, va boshqa tegishli xarajatlarni o'z ichiga oladi.

3-maqсад : Avtosug'urta narxlariga ta'sir qiluvchi omillar

Avtosug'urta Narxalari Avtomobil sug'urtasi qimmat hisoblanadi. Siz ushbu pullarni ehtiyotkorlik va tejab ishlatishingiz lozim. Sizning sug'urta shartnomangizga eng kerakli sug'urtalarni tanlash juda muhimdir.

Sug'urta stavkasi

Avtomobil sug'urtasi narxini aniqlash uchun turli xil kompaniyalar xar hil faktorlarga asoslanadi. Ushbu faktorlarga quyidagilar kiradi:

• Sizing yoshingiz va boshqa xarakteristikalar, hodisalar soni , oilaviy ahvoli, ilmi darajasi va kredit qobiliyati kabilar

• Sizing avtomobilni nima uchun ishlatishingiz

• Har yili bosib o'tgan masofangiz

• Mashinangiz turi va narxi

• Siz yashab turgan jamiyat

• Qoplov va hisob kitoblar

Boshqalarga nisbatan ko'proq hodisalarni amalga ohsiruvchi haydovchilar boshqalarga nisbatan ko'proq to'lov qilishadi. Yoshi , oilaviy ahvoli, haydovchilik staji va ilmiy darajasiga qarab narxlar belgilanadi. Eng past stavkalari eng yaxshi xavf-o'sha, bir voqea sodir bo'lishi uchun kamida ehtimoli uchun himoyalangan. Oilada haydovchi yoshi 25 ostida bo'lsa, sug'urta qiymati barcha haydovchilar yoshi 25 dan ziyod bo'lsa, ortiq, odatda yuqori. a car surtiladi uchun maqsadi va u ham bir yil ichida surtiladi mil soni sug'urta sur'atlarini ta'sir qiladi. ish maqsadlar uchun ishlatiladigan avtomobillar odatda zavq uchun ishlaydigan mashina ko'ra bir yil ichida ko'proq kilometr surtiladi. Bu voqea sodir bo'lgan ehtimolini oshiradi. Sizing avtomobil qiymati sug'urta qiymatining muhim ta'sir ko'rsatadi. to'qnashuv yoritish va keng qamrovli jismoniy zarar yoritish bo'yicha maoshni faqat \$ 11,000 miqdorida bir avtomobil vayron yoki o'g'irlangan bo'lsa sug'urta ko'proq to'lash xavfini ishlaydi. Avtomobil turi ham tezligini ta'sir qiladi. a hashamatli mashinada yoki sport avtomobil haydovchilar yuqori sur'atlarini berur. Avtomobil sug'urtasi narxlari shtatlarda turlicha belgilanadi. Ular turli xil shtatlardagi shaharlarda turlichadir. Joriy hududdagi aholi soni va hududdagi bahtsiz hodisalar soni sug'urta nariga ta'sir ko'rsatadi . Sug'urta kompaniyalari ushbu hududdagi statistik ma'lumotlarni yig'ib borishadi. Ular o'zlarining statistikasi ushbu ma'lumotlarga asoslangan holda qurishadi.

Sizing avtomobil sug'urta qiymati siz bor yoritish va tanlagan Ozod ko'ra farq qiladi. Agar ko'tarib yana qamrov, yuqori qiymati. Avtomobil sug'urtasining narxini pasyatiyirish.

Avtomobil sug'urtasini sotib olayotganingizda puxta rejalashtirish, bir muncha pulni saqlab qolishga yordam beradi. Ko'pchilik sug'urta kompaniyalari, yosh haydovchilarga agar ular o'quv kurslarini tugatishgan bo'lsa ba'zi cheklavlar qilishadi. Ba'zi shtatlardagi kompaniyalarning kursni tamomlagan talabalarning baholariga ham e'tibor berishadi.

Kompaniyani tanlash Avtomobil sug'urtasi sovg'alari har xil kompaniyalarda turli xil bo'ladi. Narxlarni taqqoslashni unutmang. Agar oila yoki birdan ortiq avtomashinalar yoki boshqa turdagi sug'urta aynan ushbu kompaniyada sug'urtalanayotgan bo'lsa kompaniyalar chegirmalar berishi mumkin. To'lovlarni oylik to'lab borish har oyda to'lashga nisbatan qimmatroq bo'lishi mumkin. O'rnatilgan risklarni rejalashtirish Haydovchilarning saviyasi kabi avtomobil sug'urtasining zamonaviylarni olish saviyasi unchalik yaxshi emas. Shu sababli har bir shtatlarning o'zlarining risklarni boshqairhs bo'limlari mavjud. Davlatimiz har bir avtomobil sug'urta kompaniyasi har bir kompaniya sotadi sug'urta miqdori asosida, yuqori xavf haydovchilar muayyan raqami beriladi. Har bir kompaniya yuqori xavf haydovchilar adolatli qismini sug'urta kerak. yuqori xavf toifalarida Drivers ancha yuqori ga oshdi to'lash. Boshqa transport vositalari uchun sug'urtalar Motosikl, ko'ngilochar avtomobillar va qor-mashinalari (snowmobile) uchun sug'urtalar huddi avtomashinalardagidek bo'ladi. Tana jarohati mas'uliyati, mulkiy zarar mas'uliyati, to'qnashuv va kompleks jismoniy zarar sug'urta eng muhim turlari. Avtomobil dvigateli hajmi va qiymati narxini belgilashda muhim omil bo'ladi. Umuman olganda, oliy, katta va avtomobil yanada qimmat sug'urta qiymati. Jamoa bilan ishlash

Avtomobil sug'urtasi qimmat bo'lishi mumkin, lekin juda muhimdir. Jamoa sifatida ishlab past narxdagi avtomobil sug'urtasida avtomobil egasi qanday imkoniyatlarga ega ekanligi to'g'risida ro'yxat tuzing. Sug'urta kompaniyalarning past narxdagi takliflari va chegirmalari haqida habar berishini muhokama qiling. Sizing uyungizga ziyon yetkazishi mumkin bo'lgan eng xavfli xavf-hatarlar qaysilar?

Uy va shaxsiy mulk sug`urtasi

Uyingizga ziyon yetkazishi mumkin bo`lgan xavf-hatarlar		
<ul style="list-style-type: none"> • Olov, chaqmoq • To`fon, suv ko`chishi <ul style="list-style-type: none"> • Portlash <p>To`ntarilish yoki jamiyatdagi notinchliklar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Samaliyot • Avtomobillar • Suvning oqimi 	<ul style="list-style-type: none"> • Muzlash • Tutun <p>Tartibsizlik yoki jinoiy ziiyonlar</p> <ul style="list-style-type: none"> • O`g`irlik • Oynalarning sindirilishi • Vulqon otilishi 	<ul style="list-style-type: none"> • Buyumlarning qulashi • Isitish qurilmalari yoki tizimining ishdan chiqishi • Muz, qor yoki yomgirli qorning ko`chishi <p>Bug` yoki elektrik oqimdan ko`rilgan zarar</p>
Uy egalari sug`urta shartnomalari		
Turli xildagi sug`urta shartnomalari mavjuddir. Ularning har biri yuqorida keltirilgan hodisalarning biridagi zararlarni qoplaydi.		
HO-3	Maxsus forma (Barcha risklar)	Yuqoridagi barcha ofatlardan, va ulardan tashqari boshqa ofatlar, suv toshishi, urush, yer-zilzilasi va radioaktiv hodisalarni qoplaydi.
HO-4	Shaxsiy mulk formasi	Yuqoridagi ofatlardan shaxsiy narsalarga zara yetkanda qoplaydi.
HO-5	Umumiy formalar	HO-3 dagi ofatlardan binolar va ularning tarkibidagi buyumlarga yetkazilgan zararni qoplaydi
HO-6	Birgalikdagi mulk formalari	Birgalikda egalik qilayotgan shaxslarning sug`urtasini qoplaydi
HO-7	Qishloq uylari formalari	Qishloq xo`jaligidagi fermalardagi sanoat uylari va qurilmalarini qoplovchi sug`urta
Boshqa asosiy sabablar o`z ichiga : shaxsiy imkoniyatlar, tibbiy to`lovlarni amalga oshirish, Uy su`gurtasiga asoslangan holda yashayotgan joydagi narx-navo.		

Bitiknoma: O`tmishda, HO-1, HO-2 va HO-7 sug`urta tariflarini rasmiylashtirishgan. Hozirda esa bu tariflardagi xizmatlar ko`rsatilmaydi. uy-joy mulkdorlari siyosat barcha shakllari rasm 20-2 yuqorisida sanab xavf qamrab oladi. maxsus shakli va keng qamrovli shakli siyosat uy sug'urta eng keng tarqalgan turlari aylangan. Ushbu qoidalar siyosati istisno magar eng tahlikasidan qarshi sug'urta. Boshqa uy sug'urta siyosat kabi ushbudan boshlab: egalari va uy egalari kabi maxsus vaziyatlar uchun mo'ljallangan. Shaxsiy mas'uliyati qamrovi uy-joy mulkdorlari siyosatining barcha shakllarini o'z ichiga oladi. a uy-joy mulkdorlari siyosati bilan, siz bir necha alohida siyosat oldim, agar bo'lardi kabi himoyalangan.

Arendachilar polyuslari

Ko`pchilik insonlar uylar, birgalikdagi kvartiralar yoki rastalarni arendaga olishadi. Ularning yashash joylari insonlar bilan to`lgan. Kiralayanlar uy-joy mulkdorlarining bir xil mulk va javobgarlik sug'urtasi ehtiyojlarini ko'p bor. A Kiralayanlar siyosati uy egalari uchun munosib bir mulk va javobgarlik siyosati. Bu siyosat maishiy tovarlar va shaxsiy narsalarini o'z ichiga oladi. Bu qamrov uy-joy mulkdorlari siyosati bilan qoplangan xavf Shu turdagi qarshi himoya qilish imkonini beradi. A Kiralayanlar siyosati shaxsiy javobgarlik qamrovini o'z ichiga olishi mumkin, lekin u haqiqiy yashaydigan himoya qilmaydi. uy-joy egasining siyosati ostida qoplangan bo'lishi kerak.

Boshqa qoplamalar

Siz shuningdek Ko`chishlar bo`lishi mumkin bo`lgan hududlarda ko`chishlardan sug`urta qilishingiz mumkin. Siz shuningdek yer zil-zilalari tomonidan yetkazildagian iqtisodiy muammolardan ham sug`urtalanishingiz mumkin. Ushbu ofatlarnig ikkalasi ham boshqa sug`urtalarda qoplanmaydi.

Shikoyat yozish

Agar siz shikoyat yozmoqchi bo'lsangiz siz yaxshi tayyorlanishingiz kerak bo'ladi. Siz sug'urta qilgan shaxsiy mulkini bir o'lchovni-tori deb nomlangan ro'yxatini, tutish kerak. ro'yxati fol-mesi ma'lumot o'z ichiga olishi kerak.

1. tovar nomi va har bir element tavsifi

2. sotib olish narxi

3. sana va sotib olish joyi bir zamonaviy shaxsiy mulk inventarizatsiya qilish bilan bir qatorda, sug'urta agentlari xaridlari uchun yuritish retseptlarni taklif. Sizing mebel va boshqa mol-mulkni video suratga yoki qilish, shuningdek, da'volarni qo'llab-quvvatlash uchun yordam berishi mumkin. fotosuratlar yoki videolar bilan birga inventarizatsiya yozuvlar olov, suv, yoki tutun bilan zarar etkazilishi mumkin emas bir joyda saqlanishi kerak. yozuvlar yo'qolgan yoki shikastlangan bo'lsa, u sizning da'vo uchun to'lovlarni amalga oshirish uchun kerak bo'lgan ma'lumotlar bilan sug'urta kompaniyasi bilan ta'minlash qiyin bo'ladi. bir bank yoki yuz uyingizga boshqa xavfsiz joyda A Koson mulk yozuvlar uchun yaxshi saqlash maydoni hisoblanadi. shaxsiy mulk element yoshi ancha muhim ahamiyatga ega. Eng mulk eskirishiga asta-sekin, eski bo'lib, va qiymati kamayadi. qiymati, bu kamayish amortizatsiya hisoblanadi. Bu mulk vayron bo'lsa bir sug'urta kompaniyasi to'laydi miqdorini ta'sir qilishi mumkin.

Masalan, har yili \$ 70 devalvatsiya edi 10 yil (yiliga \$ 700 narxi ^ 10 yil = \$ 70 qadrsizlanganini) davom etishi kutilmoqda, deb \$ 700 xarajat bir divan. (; - Umumiy amortizatsiya \$ 420 = \$ 280 original \$ 700 xarajat umumiy amortizatsiya \$ 420 yil \$ 70 x 6 yil boshiga amortizatsiya =) olti yil keyin uning qiymati \$ 280 bo'ladi. So'ngi yillarda uy egalari joy almashtirishlar sug'urtasini sotib olishga harkat qilishmoqda. Ushbu yo'l orqali buzilib qolgan buyumlarni almashtirib berishga majbur boladi. Uzrlar inobatga olinmaydi. Buyumlar joriy narxi qanday bo'lishidan qat'iy nazar yangisiga almashtiriladi.

Siz uchun axborot(fyi)– Har 10 tadan 9 tas uy egalarning mol-mulk sug'urtalariga ega, ammo faqatgina 30% ninggina Shaxsiy risk va yetkazilgan zararlarni qoplanmalari mavjud. Ko'pchilik ijaraga oluvchilar sug'urta shartnomalarini tuzish ijara beruvchi tomonidan amalga oshirilishi kerak deb o'ylashlari xatodirlar.

3-maqсад : Mol-mulk sug'urtasiga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash

Nima uchun mol-mulk sug'urtasi va imkoniyatlar yashash umriga ta'siri qanday?Keyingi 5 yilda siz qanday turdagi sug'urtalarni olishingiz kerak va nima uchun? Ushbu sug'urta shartnomalari haqida axborotlarni olish uchun qanday manbalardan foydalanish lozim>?

Mol mulk sug'urtasi narxlari

har qanday sug'urta sotib olish kabi, dono iste'mol eng past qiymati to'g'ri protection intilishi zarur. Bu jarayon to'g'ri miqdorda mulkni sug'urta ishonch hosil qilish o'z ichiga oladi. Bundan tashqari, diqqat mulkni sug'urtalash xarajatlarini ta'sir ko'rsatadigan omillar e'tiborga olish kerak. a uy va mebeldan qiymati ko'p odamlar qilish eng yirik sarmoya anglatadi. Bu ma'lumotlar himoya qilish uchun puxta tanlangan sug'urta rejasi sotib yaxshi mantiqiy.

Qoplamlarni tanlash

Bir oila \$ 180,000 uchun 2004 yilda qurilgan bir uy bor edi deylik. Ular uchun sug'urta deb miqdori. shunga o'xshash uyni qurish bugungi s narxi \$ 220.000 bo'lsa, uying current almashtirish qiymati \$ 220.000 bo'ladi. uy olov bilan halok bo'lsa hali, sug'urta kompaniyasi oilasi \$ 180,000 to'lash mumkin. Ba'zi sug'urta kompaniyalari narx darajasi oshishi bilan mulk yoritishda avtomatik ortadi beradi. property deb almashtirish qiymati kamida 80 foizga sug'urtalangan bo'lsa Boshqalar joriy almashtirish qiymatini to'laydi. Bino xarajatlar va mulkiy qadriyatlar deyarli har yili oshirish. Mulk owners muntazam ravishda o'z diyorlaridan qiymatini va sug'urtalashni ko'rib kerak. Ular o'z mollarini almashtirish narxini aniqlash kerak. Ular sug'urta siyosat yetarli himoya taqdim ishonch hosil qilish kerak. Maxsus saqlash correctly shaxsiy mol-mulk qiymatini baholash uchun olinishi lozim. shaxsiy mulk ko'p narsalarni o'z ichiga oladi, chunki, ba'zi overlooked mumkin. Eng uy-joy mulkdorlari siyosat uchun 50 shaxsiy mulk qamrovini provide Misol uchun : Agar sizning uyingiz \$100,000 miqdoriga sug'urtalangan bo'lsa, sizning shaxsiy mulkingiz buning 60% miqdorida sug'urtalanishi lozim sizning holatingizda \$60,000 miqdorida. Siz egalik qilayotgan mulkning qiymati yil o'tishi bilan o'sishi mumkin. Ba'zi sabablarga ko'ra, uy

egalarinig shaxsiy mulki qiymati sug`urta qoplamidagidan ancha arzon bo`ladi. Undan tashqari sug`urta qoplamasidaunchalik katta bo`lmagan sovg`alar ham nazarda tutilgan.

Sug`urta premiyalari

Uy egalari sug`urtalanuvchilarga to`lanadigan premiyalar yillar davomida oshib boradi.Uy va undagi mebellar uchun sug`urta to`lanadigan pul miqdoriga ta'sir ko`rsatuvchi omillarning turlari ko`pdir.Eng muhim omil bu sug`urta kompaniyasi tajribalariga asoslangankutilayotgan zarardir. Ushbu tajribalarga qo`shimcha qilib sug`urta kompaniyalari quyidagi omillarga ham e'tibor berishadi :

- Sug`urtalanga shaxsiy mulkning qiymati
- Bino nimadan qurilgan : g`isht, yog`och, beton va tomning materiali.
- Sug`urta qog`ozidagi to`lovlar soni
- Sug`urta turi
- Eng O`ch o`chirish shahobchsi va suv tarqatish stansiyasigacha bo`lgan masofa
- Franshizaning miqdori(minimum yoki maksimum)
- Sug`urtalanuvchining kredit holati

Siz yuqoridagilarni uy sotib olish yoki qurishdan oldin nazarda tutishingiz kerak. Siz shuningdek olingan uyingiz uchun sug`urta sotib olayotganingizda ham e'tibordan qochirmasligingiz kerak.Bundan tashqariuyini sug`urtalovchilar ya`ni chekmaydigan insonlar uchun tutun ditekto`lar, signalizatsiyalar o`rnatishda va avtomobil va hayot sug`urtasini o`sha kompaniyaning o`zidanqo`shimcha sug`urta sifatida sotib olishda chegirmalar mavjud.

Uy sug`urtasining narxiga ta'sir ko`rsatuvchi asosiy omil nima?

21 – asr Imkoniyatlari.

Yartuvchanlik va Innovatsiya. Taqdimotlarni grafika bilan boyitish

Taqdimotni tinglayotgan muhlislar g`oya va raqamlarningvisual grafik ko`rinishidan mamnun bo`lishadi, va ularda tushunarli va e'tiborni kuchliroq jalb etishga yordam beradi. Grafika maxsulotning sotuvdagi muhim qismlarini ifodalab beradi.Xaritalar esa qatnashuvchilarning holati boshqarishga yordam beradi.Qiziqarli suratlar esa insonlarning e'tiborini tortadi.

amaradorli grafikani yaratish

Odatda visual taqdimotni tayyorlashda slaydlardan, yuqa plyonka, plakat,video, maket , surat, ma`ruza plakatlari, kopmyuter suratlarini, quruq doska, xarita va namoyishlardan foydalanishadi.Samaradorli taqdimot tayyorlash uchun quyidagi ko`rsatmalarga rioya qiling:

- ❖ Dizaynni oddiy tanlang. Har bir slaydda asosiy g`oyani namoyish eting.
- ❖ Salydlar sonini cheklang
- ❖ Qisqa va aniq bo`ling. Nutqizni va hisob hitoblarni yana bir bor tekshirib chiqing.
- ❖ Sizing taqdimot yoki ma'lumotingizni aniq ifodalab beruvchi grafiklardan

foydalaning.

- ❖ Sonlarning aniqligiga alohida e'tibor qarating.
- ❖ Taqdimot tinglovchilarga ko`rinarli bo`lish uchun grafiklarning o`lchamini

kattaroq qiling.

- ❖ Taqdimot tinglovchilarga ko`rinishi uchun, o`zingizning joyingizni toping.

Grafiklar va plakatlar ma'lumotni visuallashtirish bilan taqdimotning samaradorligini oshiradi. Ular a'loqalar va yo`nalishni ifodlashda juda ham foydali. Hozirda plakatlar, grafiklar sektor diagrammalarini o`z ichiga olmoqda,tashkilotchilik plakatlari, tayoqchalik diagrammalar, ishlab chiqarish sxemalari,, chiziqli plakatlar va piktogrammalar(figurali xatlardan) foydalanishmoqda. Taqdimot dasturlaridan foydalanish. PowerPoint yoki Keynote kabi dasturiy ta'minotlar taqdimotdagiog`zaki habarlarni yetkazishda juda qulay.Shablonva dizaynnitomoshabinlarda qiziqish o`yg`otib, ularning e'tiborini chekli ravishda tortadigan qilib tanlashi lozim. Taqdimot tayyorlovchi dasturlardan foydalanayotganingizda quyidagi ko`rsatmalarga rioya qiling:

❖ Har bir slayddagi yozuv o`lchamini cheklang 6 qator bo`lsin, so`zlar ham cheklansin: har bir qatorda 6tadan oshmasin.

- ❖ Yozuv va orqa fon rangini o`qish uchun qulay bo`lgan ranglardan tanlang.
- ❖ O`zgarmas so`zlar kattaligi va ranglardan foydalaning oson o`qilishi uchun
- ❖ Asosiy g`oyalarni ifodalash uchun surat,xarita va grafik vositalardan foydalaning.

❖ Animatsiya va tovush effektlaridan foydalaning.

Taqdimot qilayotganingizda, taqdimotga yoki varaqqa qarab o'qimang. Tinglovchilarga taqdimotnita'sirli, intonatsiya va jonli namoyish qiling.

Kritik Fikrlash

1. Visual grafiklashtirish qanday qilib taqdimotni kuchaytirishi mumkin?
2. Sinfda yoki boshqa holatga to'g'ri keluvchi taqdimot uchun ishlatish mumkin bo'lgan grafik vosita yarating.

Maqsad : Sug'urtaning qoidalarini muhokama qiling. Sug'urta turlarini tushuntirib bering. Hayot sug'urtasining sotib olish jarayonini tasvirlang.

Kalit iboralar : foyda ko'ruvchi, muddatli hayot sug'urtasi, butun umrga hayot sug'urtasi.

Haqiqiy hayotga nazar“Men ukalarimdan biri vafot etganini eshitib hayratda qolgandim.Uning yoshi 30 da edi va uning huddi mendek yosh bolasi bor edi. Hozirda men uzimning oilam haqida havotirlana boshladim. Agar men bilan biror nima sodir bo'lsa ular nima qilishadi”

“Rafael, hafa bo'lmagin-u, o'ylaymanki seni sug'urtang bor. Balkim sen qoplamaning yetarlicha ekanligiga ishonch hosil qilib olarsan”, javob qaytardi Steve.

“Sen bunga ishonmasdursan, Meni birorta hamhayot sug'urtam yo'q. Meni boshqa yo'nalishlarda sug'urtalar mavjud, lekin men hayot sug'urtasi haqida havotirlanishga yoshmen deb o'ylardim”

“Har bir kishi oilasining iqtisodiy yo'qotishiga yo'l qo'ymasligi uchun hayot sug'urtasi bo'lishi kerak. Juliya va men sug'urta agentlari bilan uchrashib, bizning to'g'ri sug'urtalar olganligimizni tekshirimiz kerak. U bizga sug'urta va investitsiyalarni o'zida mujjam etgan sug'urta shartnomalari haqida aytgan edi. Siz uning telefon raqami va ismini bilishni hohlaysizmi?”

Bu Rafaelga hayot sug'urtasini sotib olishni o'ylashning vaqti kelganiday tuyuldi. Endi u hayot sug'urtasining qaysi turini, qancha miqdorda va qayerdan sotib olish haqida o'ylashi kerak.

Hayot sug'urtasi qonun-qoidalari

Hayot sug'urtasi o'lim bilan bog'liq iqtisodiy yo'qotishlarni qoplab beradi.Asosan, Boshqa insonga iqtisodiy tomondan bog'liq insonlar oilalarining iqtisodiy yo'qotishlarini qoplash berishga mo'ljallangan.Hayot sug'urtasi investitsiya yoki omonat sifatida ishlatilishi, ammo asosiy maqsadi odatdagidek iqtisodiy yo'qotishga qarshi yo'naltirilgan.

Hayot sug'urtasi polyusi

Hayot sug'urtasi polyusi bu sug'urtalonuvchi va sug'urta kompaniyasi o'rtasida tuzuluvchi shartnoma.Quyidagilar sug'urta elementlarining asosiylari hisoblanadi :

- Sug'urtalonuvchi ismi
- Qoplamaning miqdori, shuningdek nominal miqdor yoki o'lim sug'urta miqdori.
- Sug'urtaning narxi, Sug'urta qoplanmasining summasi
- Sug'urta qoplamasini oluvchiningismi

Sug'urta qoplamasini oluvchi (benefisari) tanlash

Siz Hayot sug'urtasini sotib olayotganingizda, sug'urta qoplamasini oluvchi insonning ismini keltirishingiz kerak. Sug'urta qoplamasini oluvchi inson bu, sug'urta shartnomasidagi summani oluvchi inson. Bunday inson odatda, turmush o'rtoq, farzandlar yoki boshqalardir.Siz faqat o'zingizning hayotingizni sug'urtalab qolmasdan shuningdek,sug'urtangiz qiziqishidagi kimnidir ham sug'urtalashingiz lozim. Boshqa inson hayotida sug'urta qiziqshida bo'lish uchun, siz ushbu insondan hayoti davomida iqtisodiy foyda olishingiz lozim bo'ladi. Sug'urta kompaniyasi birinchi sug'urta xarajatlarini qoplash uchun o'zgaruvchan hayot mukofotlari miqdorini bildiradi. Bu investitsiya hisob qoldig'ini joylashadi. o'lim foyda va pul qiymati ko'tarilishi va har ikki investitsiya hisob muvaffaqiyat bilan tushadi. A o'zgaruvchan hayot siyosati minimal o'lim foyda kafolat mumkin. hech kafolatlangan pul qiymati bor. eng kam o'lim foyda, pullik mukofotlar nisbatan, shuningdek hayotni sug'urtalash boshqa turdagi ostidadir. Ijobiy tomoni, investitsiya hisobidan qaytarish kuchli darajasi pul qiymatini va o'lim foyda oshirish mumkin. Universal Life Insurance Universal hayot sug'urtasi, ham sug'urta beradihimoya va katta tejash rejasi. Agar universal hayot sug'urtasi uchun to'lov premium uch yo'l bilan bo'linadi. uning bir qismi sug'urta himoya qilish uchun to'laydi. sug'urta kompaniyasi uning xarajatlar uchun ikkinchi qismini oladi. uchinchi qismi policha uchun investitsiyalarni interestearning kirib ketadi. Universal

hayot sug'urtasi eng muhim xususiyati siyosatining investitsiya qismi evaziga bir o'zgaruvchi stavkasini bahslashadi, deb. Bu raqam, pul qiymati hayotni sug'urta qilish, boshqa turlari bo'yicha to'lanadi ko'ra, odatda, yuqori. investitsiya qismi bu hosil iqtisodiy sharoit o'zgarib asoslangan ko'tariladi yoki kuz istagi. Rasm 20-3 hayotni sug'urta qilish har xil turdagi xususiyatlarini solishtirsa.

Sug'urtaning qaysi turi o'lim qoplamasi miqdoriga nisbatan foydasi ko'proq?

Sug'urta xususiyatlar	Chorak vaqtlil sug'urta	Butun umrga su'gurtalash			
		Butun umrga sug'urtalash		O'zgaruvchan muddatli sug'urta	Umumiy muddatli sug'urta
		Oddiy muddatli sug'urta	Cheklangan muddatli sug'urta		
Premiyasi	Kichik miqdordan boshlanadi lekin keyinchalik o'sib boradi	Yuqori, ammo odatda o'zgarmasdir	Oddiy muddatli sug'urtaga nisbatan yuqori ammo o'zgarmas	O'zgarmas va doimiy	Shartnoma tuzuvchining taqsimotiga bog'liq
To'lov vaqti	Maxsus yillar oralig'ida 5,10,15	Sug'urtalonuvchi hayoti miqdorida	Maxsus raqamlar 20,30 yillarga	Maxsus muddat	Maxsus muddat
To'lov miqdori	Yo'q	Bir oz	Oddiy ko'prov lekin o'zgarmasdan kamroq	Investitsiyaning o'shish yoki kamayishiga bog'liq	To'lov miqdori vaqtidagi foizlarga bog'liq
O'limdan tushadiga foyda	O'zgarmas	O'zgarmas	O'zgarmas	To'lov miqdoridan ko'p bo'lgan miqdor	Sug'urta tuzuvchining ko'rsatkichlariga bog'liq
Foydali taraflari	Aniq vaqt oralig'ida gi himoya	Butn umrga himoya, sugurta qiluvhilar uchun ba;zi mukofotlar	Butn umrga himoya, sugurta qiluvhilar uchun ba;zi mukofotlar	Hayot sug'urtasi va investitsiyalarni boshqarishda hohlagan valyuta qiymatini tanlash imkoniyati	Hayot sug'urtasi bilan birgalikdaTo'lov miqdorinin qytarib olishdagi pul miqdorinig ko'pligi

Guruhlarning hayot sug'urtasi

Ba'zi bir insonlarning ishchilari mavjuda va ba'zi bir guruhlarning hayotni guruh sug'urtalash imkoniyatiga egadirlar.Guruhlarni qoplaydgan sug'urta shartnomasini Guruhlarning hayot sug'urtasi deb nomlanadi. Guruhlarning hayot sug'urtasi yakkahondagiga nisbatan narxi pastroq. Bu sug'urtaning maqsadi bitta shartnoma orqali kompaniya ishchilarini sug'urtalash.Ko'pchilik guruh sug'urtalari shaxsiy sug'urtaga nisbatan choraklarni rejalashtiradi. Sug'urta kompaniyasi ishchi yoki boshqa tashkilot bilan sug'urta rejasinin rivojlantirish uchun birlashma sifatida u bilan ishlaydi. Undan keyin Tashkilotdagihar bir ishchi o'zi shaxsiy hayot sug'urtasini sotib olishi mumkin.

Doimiy va vaqtinchalik hayot sug'urtasi farqi nimada?

Hayot sug`urtasini sotib olish

Ko'pchilik insonlar hayot sug`urtasi tomonidan himoyalanişga muhtojdirlar. Sug`urtasiz insonlaryaqin insonlarini yo`qtogan uni ta'ziy ishlari uchun qo'shimcha mablag'larga ega bo`lishlari kerak. Hayot sug`urtasi rejasida, sizning va oila a'zolaringizning muxtojlariga mos tushadi.

Qoplama miqdori

Kimdir nimagadir bog`liq bo`lsa hayot sug`urtasiga ega bo`lish kerak. Bog`liq inson bu boshqa birovning iqtisodiy yordamiga bog`liq bo`lgan inson. Kelajakda siz savol berishingiz mumkin, "Agar men vafot etsam, menga iqtisodiy bog`liq bo`lgan insonlar bilan nima bo`ladi?". Agar ular sizning o`limingizdan oldingiday yashay olishmasa, siz hayot sug`urtasiga muxtojdirsiz.

Quydagi savollar hayot sug`urtasining muhurligini tushunishda yordam beradi:

- Agar sizning foydangiz kamayadigan bo`lsa, sizga bog`liq bo`lgan isonlarga qancha miqdorda to`lov qilinadi?

Sog`liq sug`urtasi

Sog`liq bilan bog`liq bo`lgan sug`urtaning bir necha turlari mavjud. Bulardan biri esa tibbiy sug`urta. Undan tashqari Jaroxat sug`urtasi, doimiy tibbiy sug`urta, asosiy tibbiy sug`urta, va har tomonolama tibbiy sug`urta kabi sug`urta turlarini siz rasmiylashtirishingiz mumkin.

Kasalxona sug`urtasi

Jaroxat yoki kasal bo`lganingizda davolanishingizga to`g`ri kelishi mumkin. Bunday holatlarda kasalxona sug`urtasi xarajatlarning bir qismini yoki barchasini qoplab beradi. Bular Jaroxat operatsiyalari, tibbiy ko`rik, rentgen, laboratoriya testlariva dori-darmon, yotoqxonangiz va ovqatlanishingiz uchun ketadigan xarajatlarni o`z ichiga oladi. Odamlar sog`liq sug`urtasiga nisbatan kasalxona sug`urtasini ko`proq sotib olishadi chunki kasalxonada davolanishning narxi baland. Siz kasalxona sug`urtasini sug`urta kompaniyalaridan sotib olishingiz mumkin. Agar xarajatlar shartnomada ko`rsatilgandan ortiqcha bo`lib ketsa bu ortiqcha xarajatlarni bemor to`lashi shart.

Jaroxat sug`urtasi

Jaroxat kasalxonaga tushishning asosiy sabablaridan biridir. Jaroxat sug`urtasi jaroxat operatsiyasi xarajtlarining bir qismini yoki hammasini qoplab beradi. Bunda Operatsiyalar turlari va qoplanishi kerak bo`lgan summalar ro`yxati tuziladi. Ba`zi kompaniyalar boshqalariga nisbatan jarroxlik operatsiyalari uchun ko`proq pul miqdori ko`rsatiladi. Bu esa sug`urtaning narxiga ta'sir etadi. Jarroxlik sug`urtasi odatda kasalxona sug`urtasi bilan birga tuziladi.

Doimiy tibbiy sug`urta

Ba`zi vaqtlari (odatda kasalxonada tibbiy ko`rikdan o`tish qimmat bo`lganida) tibbiy ko`rikdan o`tishga shifokorlar ofisiga borishadi. Doimiy tibbiy sug`urta shifokor ofisi, bemor uyi yoki kasalxonada bo`lmagan joylarda ko`rsatilgan muolajalar uchun xarajatlarni qoplaydi. Ushbu sug`urta shartnomasi har bir chaqirilgan yoki tashrif buyrugan shifokor xarajatlarni qoplab beradi. Ba`zi shartnomalarda diagnostika va laboratoriya testlari xarajatlarni qoplab berish ko`rsatilgan bo`ladi. Doimiy tibbiy sug`urta odatda kasalxona va jarroxlik sug`urtalari bilan birga tuziladi. Doimiy tibbiy, kasalxona va jarroxlik sug`urtaari sog`liq dasturini tashkil etadi.

Biznes Yozuvlar :

Avtomobil sug`urtasi

- ✚ Avtomobil risklari o`z ichiga, bahtsiz hodisa, avtomashinangizni o`g`irlab ketilishi, boshqa inson yoki o`zingizni jarohatlashingiz, yoki birovning mulkiga ziyon yetkashingiz kabilarni oladi

- ✚ Shaxsiy shikaslanish sug`urtasi tanaga shikast yetganida, tibbiy to`lovlar, va sug`urtalanmagan avtomashina hodisasidan qoplamalarni amalga oshiradi.

- ✚ Mol-mulh sug`urtasi agar siz birovning mulkiga shikast yetkazsangiz ortiqcha talablardan himoyalaydi.

- ✚ Avtomobil sug`urtasi to`lovi miqdoriga su`gurtalanuchi yoshi, hodisalar turi, turmush holati, ilmiy darajasi, kredit holati, mashina haydash qobiliyati, mashinaning bosib o`tgan masofasi, mashinaning narxi, va uning qayerda yashashi kabi omillar ta'sir qiladi.

Shaxsiy mulk sug`urtasi

- ✚ Uy va shaxsiy mulk sug`urtasi 3 turdagi iqtisodiy yo`qotishlarni qoplaydi:
 1. Uy yoki shaxsiy mulkka yetgazilga ziyon
 2. Agar uyingizga yoki shaxsiy mulkingizga ziyon yetgan bo`lsa boshqa yerda yashab turishingiz uchun ketadigan mablag`
 3. Yo`qotishlarni qoplash imkoniyatingiz
- ✚ Uy egalri sug`urtalari turli xil ziyonlarni qoplab beradi. Ijarachilar sug`urtasi kimki ijarada tursa, ular uchun mavjud.
- ✚ Aqlli haridorlar eng maqbul sug`urtalarni eng arzon narxda sotib olishadi.

Hayot sug`urtasi

- ✚ Hayot su`gurtasi yaqinlarning o`lim bog`liq iqtisodiy yo`qotishlarini qoplab beradi. boshqa bировга bog`liq oilaning iqtisodiy yo`qotish miqdori bilan o`lchanadi.
- ✚ Muddatli sug`urta inqiroz vaqtlaridagi iqtisodiy yo`qotishlardan himoya qiladi. O`zgaras sug`urta ham pul miqdori va investitsiya ko`rinishida bo`ladi
- ✚ Shaxsiy hayot su`gurtasini sotib olish shaxs sug`urta agentiga muorjaat qilishi kerak. Insonning so`g`ligini tekshirish uchun jismoniy ihmithondan o`tadi. Hayot sug`urtasi premiyalari sug`urta turi, yoshi va sug`urtalanuvchining sog`ligiga bog`liq bo`ladi.

Sog`liq sug`urtasi

- ✚ Asosiy 5 turdagi sog`liq sug`urtalariga kasalxona sug`urtasi, xirurgik sug`urta, doimiy tibbiy sug`urta, asosiy tibbiy sug`urta, va barcha tomonlama sug`urta. Tish va ko`z sug`urtasi ushbu tibbiy muxtojliklarga maxsus su`gurtalarni amalga oshiradi.
- ✚ Sog`liq sug`urtasini amalga oshiruvhilar guruh sog`ligi sug`urtasi, shaxsiy sog`liq sug`urtasi, sog`liqni saqlash tashkilotlari, tanlangan tashkilotlar, va davlat dasturlari asosida faoliyat yuritishadi.
- ✚ Foyda ko`rish imkoniyatsizligi sug`urtasi kasallik yoki bahtsiz hodisadagi iqtisodiy yo`qotishlardan himoyalaydi. Sug`urtalanuvchi ishlash holatiga kelguniga qadar to`lanadi. Uzoq muddatli tibbiy sug`urta anchadan buyon kasal yoki imkoniyati yo`qlarga kunlik ravishda amalga oshirib boriladi.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

- 1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p.
- 2.Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma Publishing Inc. 2010.694p.

Кўшимча адабиётлар

69. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. - 2-е изд., переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с.
70. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с.
71. Lawrence Mensah Akwetey. Business administration for students and managers//Sotsis. – 2011
72. Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– М: Gardarika, 2009

Интернет сайтлари

www.cbu.uz
 www.gov.uz
 www.lex.uz
 www.mf.uz