

U.S. D.I. - 1.273  
K-97

S.T.Ishmurodov

# BIZNES ASOSLARI



631.016.003  
I-97

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

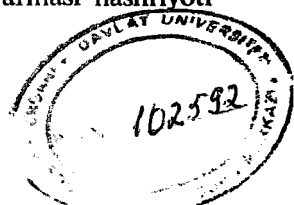
**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

**S.T.ISHMURODOV**

**BIZNES ASOSLARI**

*O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligi  
oliy o‘quv yurtlararo ilmiy-uslubiy birlashmalar faoliyatini  
muvofiqlashtiruvchi kengashi tomonidan oliy o‘quv yurtlarining  
iqtisodiy ta‘lim yo‘nalishlari talabalari uchun o‘quv qo‘llanma  
sifatida tavsiya etilgan*

O‘zbekiston Yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg‘armasi nashriyoti  
Toshkent — 2005



Ishmurodov S.T. *Biznes asoslari. O'quv qo'llanma - T.: O'zbekiston Yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi nashriyoti, 2005. 160 b.*

Ushbu o'quv qo'llanmada «biznes asoslari» tushunchasi, uning tarkibiy qismlari, elementlari, segmentlari, shakllanishi, tartibga solinishi, rivojlanish tarixi batafsil bayon qilingan. Biznes asoslarining shakllanishi va rivojlanishini tahlil etish va istiqbollashtirishda qo'llaniladigan zamonaviy balans, menejment, marketing, moliyalashtirish, rejalashtirish va biznes psixologiyasi usullari aks ettirilgan.

O'quv qo'llanma iqtisodiy ta'lim yo'nalishidagi oliy o'quv yurtlarining bakalavriat, magistratura talabalari, professor-o'qituvchilari va ilmiy-tadqiqotchilarga mo'ljallangan.

#### **Mas'ul muharrirlar:**

**M.S.Qosimova,**  
TDIU «Xalqaro biznes» fakulteti dekani, iqtisod fanlari  
doktori, professor;  
**SH.J.Ergashxo'jayeva,**  
«Marketing» kafedrasi mudiri, iqtisod fanlari  
nomzodi, dotsent.

#### **Taqrizchilar:**

**G.Samadov,**  
ToshDAU, «Iqtisod» fakulteti «Menejment» kafedrasi  
professori, iqtisod fanlari doktori;  
**A.H.Sobirov,**  
TDIU «Xalqaro biznes» kafedrasi dotsenti, iqtisod  
fanlari nomzodi.

#### **Ekspertlar:**

**O.Abduvohodov,**  
TDIU Ichki monitoring bo'limi boshlig'i iqtisod fanlari  
nomzodi, dotsent;  
**A.N.Samadov,**  
«Marketing» kafedrasi dotsenti, iqtisod fanlari nomzodi.

В учебном пособии характеризуется сущность основы бизнеса, его виды, типы, свойства и функции, субъекты предпринимательской деятельности и предпринимательская среда. Излагается механизм создания собственного дела, бизнес-планирования, финансового и кадрового обеспечения, рассказывается о видах предпринимательского риска, о предпринимательской тайне и культуре предпринимательства. Большое внимание уделяются проблемам налогообложения и ответственности предпринимателей и организаций

Учебное пособие предназначена для студентов, аспирантов и преподавателей вузов, колледжей, слушателей бизнес школ, а также всех тех, кто интересуется бизнесом.

**Ответственный редакторы:**

**М.С.Касимова,**  
ТГЭУ, доктор экономических наук, профессор;  
**Ш.Ж.Эргашхаджаева,**  
кандидат экономических наук, доцент.

**Рецензенты:**

**Г.Самадов,**  
ТГАУ, доктор экономических наук, профессор;  
**А.Х.Собиров,**  
ТГЭУ, кандидат экономических наук, доцент.

**Эксперты:**

**О.Абдувахабов,**  
кандидат экономических наук, доцент;  
**А.Н.Самадов,**  
кандидат экономических наук, доцент.

The manual is about the essence, structure, elements, segments, development, regulation and development of «The Basis of Business». It also provides the analysis and development of business, balances for their future development, menejment, marketing, financial, planning.

The manual is recommended for the bachelor and masters students and professor – lecturers and researches of higher education establishments majoring in the direction of «Economics»

**Responsible editors:**

**M.S.Qosimova,**  
TSEU, doctor of economic science,  
professor;  
**SH.J.Ergashxadjaeva,**  
candidate of economic science,  
senior lecturer.

**References:**

**G,Samadov,**  
TSAU, doctor of economic science, professor;  
**A.H.Sobirov,**  
TSEU, candidate of economic science,  
senior lecturer.

**Eksperts:**

**O.,Abduvahabov**  
candidate of economic science, senior lecturer;  
**A.N.,Samadov,**  
candidate of economic science, senior lecturer.

## KIRISH

**Fanni o'rganishning dolzarbligi.** Bozor iqtisodiyoti hayotimizda tobora kengroq ko'lam olayotgan sharoitda biznes sohasida ta'lim olayotgan mutaxassislar ko'p qirrali bilimga ega, chuqur mulohaza va mushohada asosida faoliyat olib borishga qodir, o'z ishini puxta egallagan mutaxassis bo'lishi shart. Ayniqsa, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik kabi o'ta murakkab va nozik sohada band bo'lgan amaliyotchilarga juda yuqori talablar qo'yiladi. Negaki mavjud holatlardan maqbul darajada foydalanish, hamda mamlakatning iqtisodiy o'sishiga, tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxonalar va tashkilotlarning moliyaviy mablag'larini maksimallashtirishda hamda ularni mablag'lar bilan ta'minlashda o'ziga xos xususiyatlarini yaxshi bilishi, iqtisodiy jihatdan turli xulosalar chiqarish ularning to'g'ri va asosli ekanligini isbotlab bera olishi kerak.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning «Bozor islohatlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish sohasidagi ustivor yo'nalishlar amalga oshirilishini jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida» va «Tadbirkorlik subyektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillashtirish to'g'risida»gi farmonlari davlat mulkini xususiylashtirish sohasidagi qonunchilikni takomillashtirish, xususiy tarmoqni jadal rivojlantirishni ko'zda tutadi.

Shular qatorida yangi qonuniy va me'yoriy-huquqiy hujjatlarni qabul qilinishi, jumladan davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish, kichik biznes va xususiy talbirkorlikni rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash sohasida, iqtisodiy islohatlarni yanada chuqurlashtirish va iqtisodiyotni erkinlashtirish bo'yicha asosiy ustivorliklarning tizimli asosda amalga oshirilishini ta'minlash imkonini beradi. Ayniqsa Prezidentimizning «Tadbirkorlik subyektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Farmoni alohida ahamiyatga ega ekanligini ta'kidlash zarur. Bu tadbirkorlik subyektlari uchun yanada qulay sharoitlar yaratish va hujjatlarni rasmiylashtirishning ro'yxatga olish tamoyili bosqichma-bosqich o'tishning yorqin misoli

hisoblanadi. Shunday qilib, xususiy tadbirkorlik yo'lidagi byurokratik to'siqlar olib tashlanadi. Biznes sub'yektlarini huquqiy himoya qilish to'g'risidagi e'lon qilingan farmonda sud-huquq tizimini yanada erkinlashtirish yo'nalishlari ham ko'rsatib berilgan.

Mamlakatimiz Prezidentining Oliy majlis qonunchilik palatasi va Senati qo'shma majlisidagi «Bizning bosh maqsadimiz-jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir» ma'ruzasida belgilab berilgan vazifalarning mantiqiy davomi hisoblanadi. Ma'ruzada asosiy strategik vazifamiz-demokratik qurilish va fuqarolik jamiyatini shakllantirish, bozor islohotlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni erkinlashtirish yo'lida samarali, bosqichma-bosqich va izchil borish ekanligi ta'kidlangan edi. Shuningdek, ushbu ma'ruzada 2005 yilda iqtisodiy islohotlarni amalga oshirishning eng muhim ustivor vazifalari etib quyidagilar ko'rsatilgan:

-asosiy ustivor masala-avvalgidek, bozor islohatlarini chuqurlashtirish va yanada erkinlashtirishdan iborat;

-ikkinchi ustivor masala-xususiy tarmoqning jadal rivojlanishini, uning mamlakat iqtisodiyotidagi ulushi ko'payishini ta'minlash;

-uchinchi ustivor masala-kichik biznes va fermerlikni rivojlantirish borasidagi ishlarni chuqurlashtirish va ko'lamini kengaytirishdan iborat;

-to'rtinchi ustivor masala-bank va moliya tizimlaridagi islohotlarni chuqurlashtirish va soliq siyosatini yanada takomillashtirish.<sup>1</sup>

#### **Fan bo'yicha o'quv adabiyotlarning qiyosiy tahlili.**

«Biznes asoslari» fanining o'quv adabiyotlarini qiyosiy tahlil qilishda mamlakatimizda yaratilgan quyidagi adabiyotlardan foydalaniladi:

**Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Мухиддинова У.С.лар томонидан yoritilgan «Кичик бизнесни**

---

Каримов И.А. «Бизнинг бosh мақсадимиз-жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох этишидир». Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлис қонунчилик палатаси ва сенатнинг қўшма мажлисидаги маърузаси// Халқ сўзи, 2005 йил 29 январь.

бошқариш» о'quv qollanmasida asosan biznesni boshqaruviga e'tibor qaratilgan;

Ходиев Б.Ю., ва бошқалар tomonidan yoritilgan «Кичик тadbirkorлик асослари» о'quv-amaliy qollanmasida biznesni tashqi liy tomonlari va uni boshqarish hamda rejalashtirishga qaratilgan;

Хорijiy adabiyotlardan — «Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательское конкуренции» о'quv qollanmasida biznesning nazariy tomonlariga alohida urg'u berilgan;

Предпринимательство: Учебник/Под ред. М.Г. Лапуста - о'quv qollanmasida biznes faoliyayini va biznes asoslarini kengroq ma'noda yoritib berishga harakat qilingan.

«Biznes asoslari» fanida biz yuqoridagi о'quv qollanmalaridan foydalanib va ularga qo'shimchalar qilib ham nazariy va ham amaliy jihatdan yondashishga harakat qildik. Bunda biznesni tashkil etish, biznesga ta'sir etuvchi omillar-bozor, mulk, raqobatlariga alohida to'xtalib o'tildi.

Umuman, barcha ta'lim yo'nalishidagi mutaxassislarini tayyorlashda «Biznes asoslari» fanini o'qitish muhim ahamiyat kasb etadi. Fanni o'rganish asosida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik jarayonlarini tartibga solish, uni yanada rivojlantirish borasida to'plangan boy tajribalarni o'zlashtirish imkonini beradi. «Biznes asoslari» fanidan Ivanov V.N., Kuznisov O.V., Lapusta M.G., Morrell D., Riks Devid A., Rubin Yu.B. kabilar darsliklar va o'quv qo'llanmalar tayyorlaganlar. Mamlakatimizda S.S. Gulomov, Yo. Abdullayev, S. Istamov, B.Xodiyev, M.S. Qosimova, A. Samadov va A. Ulmasovlar tomonidan tayyorlangan maqola va qo'llanmalar «Biznes asoslari» fanida keng qo'llaniladi.



# I BOB

## BIZNES ASOSLARI KURSINING MOHIYATI AHAMIYATI VA OBYEKTIV ZARURLIGI

### 1.1. Biznes tushunchasi va uning mohiyati

«Biznes»-soʻzi inglizcha soʻz boʻlib, u tadbirkorlik faoliyati yoki boshqacha soʻz bilan aytganda, kishilarni foyda olishga qaratilgan tadbirkorlik faoliyatidir. Iqtisodiyot fanida biznes faoliyatiga doir dastlabki tadqiqotlar XVIII asrda R. Kontilon, A. Tyurgo, F. Kene, A. Smit va J.B. Sei asarlarida amalga oshirila boshlandi. Biroq hozirga qadar jamoatchilik fikrida «Biznes» tushunchasining koʻp maʼnoliligi saqlanib qolmoqda. Ilmiy adabiyotda ushbu tushuncha haqida koʻpincha bu favqulodda hodisaning iqtisodiy, tashqi liy va ruhiy tavsiflari (turli-tuman qarashlar) toʻplashidan iborat har xil tasavvurlar mavjud<sup>2</sup>.

Dastlabki bosqichlarda tadbirkorlikning eng muhim alomati biron bir shaxs-tadbirkor faoliyatining foydali yoki zararligini belgilovchi noaniqlik omili hisoblangan. Tadbirkorlikning ijtimoiy-iqtisodiy vazifasi turli bozorlarda talab bilan taklif orasida muvozanat oʻrnatishga doir takomillik faoliyatidan iborat deb tan olingan. Keyinchalik «sarmoya egasi» va «Tadbirkor» tushunchalari bir-biridan farqlana boshlandi. Tadbirkor sarmoyaning muomalada yuritishni, koʻpayib borishini taʼminlaydi va bu borada u venchur sarmoyador, yaʼni jalb qilingan moliyaviy mablagʻlarni ustalik bilan tasarruf etuvchi shaxs sifatida ishni yuritib yuborishga oʻz gʻoyalari, bilimi va koʻnikmalarini tatbiq qilib, koʻp foyda olish maqsadida oʻsha mablagʻlarni tavakkal ishlarga sarflaydi. Oʻzbekistonda va MDHda biznes haqidagi maqolalar, adabiyotlar 60-yillarning oʻrtalarida paydo boʻldi. Xususiy mulkchilik esa oʻsha davrda bizning mafkuramiz uchun butunlay yot narsa edi. Lekin bizda biznesni fan tariqasida oʻrganish faqatgina 90-yillarning boshlarida bozor munosabatlariga asta-sekin oʻtish bilan boshlandi.

Xorijiy adabiyotlarda biznes taʼrifini koʻp turlari mavjuddir. Inson jamiyatining butun rivojlanish tarixi u yoki bu jihatdan doimo biznes bilan bogʻliq boʻlgan.

---

<sup>2</sup> Б.А.Райзберг. Основы бизнеса. Учебное пособие. М.: «Ось-89», 2001.

Biznesmen (tadbirkorlik) soʻzi birinchi marotaba Angliya iqtisodiyotida XVIII asrda paydo boʻlib, u «Mulk egasi» degan maʼnoni bildiradi. Jumladan, Adam Smit tadbirkorni mulk egasi sifatida taʼriflab, uni foyda olish uchun qandaydir tijorat gʻoyasini amalga oshirish maqsadida iqtisodiy tavakkalchilikka boradigan kishidir - deb taʼkidlaydi. Tadbirkorning oʻzi, oʻz ishini rejalashtiradi, ishlab chiqarishni tashkil etadi, mahsulotni sotadi va olgan daromadiga oʻzi xoʻjayinlik qiladi.

Biznes-bu avvalo ishlab chiqarishni tashkil etish, iqtisodiy faoliyat va munosabatlar, hayotni oʻzi, soʻngra esa pul ishlash demakdir. Biznes-bu xalqaro soʻzdir. U butun dunyo boʻyicha tarqalgandir, undan barcha mamlakatlarda foydalaniladi.

Oʻzbek tilida esa biznes soʻzi tadbirkorlik, biznesmen esa tadbirkor demakdir. Oʻzbekcha soʻz xorijiy soʻzga toʻgʻri keladi, lekin unga qoʻshimcha maʼno ham beradi. Bu soʻzlarni ortida «ish» yaʼni ish bilan shugʻullanish yoki biznes faoliyati tashkil qilish yotadi. Shunday qilib, biznes-bu biznes faoliyatini tashkil qilish demakdir (sanoat, biznes faoliyati, savdo doʻkoni, xizmat koʻrsatish biznes faoliyati, auditorlik kontorasi, advokat idorasi, bank va h.k.).

Demak, biznes bu yoʻq narsadan pul qilish emas, balki murakkab ishlab chiqarishni yoki xizmat koʻrsatishni tashkil etish demakdir. Biznesmen-bu doimo oʻz ishining fidoiysi, bilimdonidir. Biznesmen uchun bilim zarur, nafaqat dastlabki paytlarda, balki tadbirkor bir umr oʻqishi, izlanishda boʻlishi kerak.

Biznesmen nimalarni bilishi va qilishi kerak? U eng avvalo, tadbirkorlik faoliyatini qanday amalga oshirishni, qanday sharoitda amaliy xarakat qilishni, tadbirkor oldida uchraydigan toʻsiqlarni hal qilish yoʻllarini va qanday yutuqlarga erishishni bilishi kerak.

Biznesmen-ishlab chiqarishni tashkil etishni, hamda mahsulotni sotishni bilishi kerak. U bozor munosabatlari sharoitida yuzaga keladigan aniq sharoitlarni baholashni va toʻgʻri yoʻl tanlashni bilishi kerak. Hech kim, hech qachon tadbirkorga nima qilishni oʻrgatmaydi va ogʻir paytdlarda yordamga kelmaydi. Har bir tadbirkor faqat oʻz kuchiga, bilimiga va zakovatiga ishonishi va suyanishi lozim.

Tadbirkorlik faoliyatini aksiyadorlik mulki shaklida ham, jamoa mulki shaklida ham, xususiy (yakka) mulk shaklida ham amalga oshirish mumkin. Biroq aksiyadorlik mulki shakli va jamoa mulki shakli doirasida uni tashabbus ko'rsatish, qarorlar qabul qilish va o'z faoliyati uchun javobgarlik masalalarida xodimlar va menejerlarga xususiy mulk egasi imkoniyatlari qanchalik darajada berilishiga bog'liq ravishda amalga oshirish mumkin. Savdo, maishiy xizmat, mahalliy sanoat, ijtimoiy sohalaridagi faoliyatlarini davlat mulkchiligidan xususiylashtirish jarayoni ancha qiyin o'tdi. Bu yerda avval xususiylashtirish yiriklashtirilgan ishlab chiqarish bo'limlari bo'yicha bajarildi, ularning zaminida ochiq turdagi hissadorlik jamiyatlari tuzildi.

Ammo hayot bu jamiyatlarni kichiklashtirishni taqozo qiladi, shu maqsadda unga kiruvchi ayrim tarkibiy birliklarga katta mustaqillik berildi. Natijada O'zbeksavdo, O'zmaishiyittifoq, O'zbekbirlashuv kabi tarmoqlar bo'yicha 13 mingga yaqin xususiy biznes faoliyatlari tashkil etildi.

Barcha yangi mustaqil davlatlarda islohotlardan oldingi davrda mulkchilikning davlat shakli ustunlik qilgan. Xo'jalikning davlat sektorida mehnatkashlar umumiy sonining 4-5 qismi, kooperativlarda 14-15% (bulardan yarmidan ko'pi kolxozlarda), xususiy sektorda 3%ga yaqini band bo'lgan. Saksoninchi yillarning ikkinchi yarmida xo'jalikning kooperativ sektorini yaratish, ijarani rivojlantirishga harakat qilingan. Bu harakat bozor infratuzilmasini rivojlanmaganligi, davlat mulkchiligining hukmronligi, xo'jalik yuritishning yangicha shakllarini davlat sektoriga qaramligi, xo'jalik qonunlarining noaniqligi va bir qator sabablar tufayli natijasiz bo'lgan.

Biznes faoliyatlarini davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish iqtisodiy islohatlarning yetakchi bo'g'inidir. Xususiylashtirish natijasida demokratik jamiyatning ijtimoiy zaminini tashkil qiluvchi xususiy mulkchilik qatlami shakllanib bordi.

2001-2005 yillarda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatlarini tashkil qilishga eng katta ahamiyat berildi. Ijtimoiy

yo'naltirilgan bozor iqtisodiyotiga o'tish davriga O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov ta'kidlab o'tkanidek, «...qishloq joylarida ixcham ishlab chiqarish biznes faoliyatlari tashkil etish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish hisobiga aholining ish bilan bandligini ta'minlash siyosatini faol amalga oshirmoqchimiz»<sup>3</sup>. Mamlakatimizda bu siyosatni amalga oshirishda asosan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni taqozo etadi.

## **1.2. Biznesning iqtisodiyotda tutgan o'rni**

Biznes faoliyatini bozor iqtisodiyoti munosabatlari sharoitida tutkan o'rni juda katta ahamiyat kasb etadi. Jumladan, bizning mamlakatimizda xorijiy mamlakatlar tajribalariga suyangan holda, biznesni rivojlantirishda davlat tomonidan katta e'tibor berilmoqda. Bunda Oliy Majlis tomonidan qabul qilingan «Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi qonunini misol qilib ko'rsatsa bo'ladi. Erkin raqobatga tobora keng imkon yaratish, turli mulkchilik shakllaridagi bozor sub'yektlari o'rtasida bo'ladigan iqtisodiy huquqiy munosabatlarni jahon andozalari darajasida tashkil etish borasida ushbu qonun muhim ahamiyat kasb etadi.

AQSHda 500 tagacha xodimi bo'lgan biznes faoliyati kichik biznes faoliyati bo'lib hisoblanadi. Germaniya va boshqa G'arbiy Yevropa davlatlarida esa, 300 tagacha xodimi bo'lgan biznes faoliyati kichik biznes faoliyati hisoblanadi. Xorijiy mamlakatlarda kichik biznes faoliyatlarining ikkita tamoman o'zgacha turlarga bo'lishligini ko'rishimiz mumkin:

- 1) o'z hayotini ta'minlovchi biznes faoliyatlari;
- 2) tez o'suvchi biznes faoliyatlari.

Odatda kichik biznes faoliyatlarining qariyb 80-90 foizi o'ta kichik bo'lib, ular o'sish uchun cheklangan imkoniyatlarga ega. Bunday biznes faoliyatlari hayotni ta'minlovchi biznes faoliyatlari

---

<sup>3</sup> Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Тадбиркорлик субъектларини ҳуқуқий ҳимоя қилиш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Фармони // Халқ сўзи, 2005, 16 июн.

deb yuritiladi. Ushbu turdagi biznes faoliyatlariga maslahat (konsultatsion) xizmat ko'rsatuvchi firmalar, tor doirada ixtisoslashgan do'konlar, kafe va shu kabilar kiradi. Ulardagi xodimlar to'liq bo'lmagan ish kuniga ega bo'lib, firma manzillari sifatida tadbirkorlar o'z uylaridan foydalanadilar. Hayotni ta'minlovchi biznes faoliyatlari kichik biznes faoliyati bo'lib, uning egasi yetarli turmush darajasini ta'minlash maqsadida tashkil etadi.

Ikkinchi turdagi biznes faoliyatlari tez o'suvchi biznes faoliyatlari deb nomlanadi. Ularning bunday nomlanishiga sabab, ularning maqsadi tezrok kichik biznes chegarasidan chiqib rivojlanishdir. Tez o'suvchi biznes faoliyatlari kichik biznes faoliyati bo'lib, ular tezkor o'sish tendensiyasiga va qo'yilgan sarmoyaning yuqori qaytimligiga hisoblanadi. Odatda, bunday turkum biznes faoliyatlariga bir necha kishi rahbarlik qiladi. Tez o'suvchi biznes faoliyatlari yirik investitsiya manbalariga tez yaqinlasha oladilar va buning natijasini keng bozorda yangi tovarlar va xizmatlarini kiritish imkoniga ega bo'ladi.

Bunday turdagi biznes faoliyatlarini har yili AQSHda chop etiladigan «Ink» jurnalida e'lon qilishadi. Misol uchun har yili 500 ta shunday kompaniyaning yillik daromat 9,6 mlrd. dollarga teng bo'ldi va 56,8 ming ish joyi hosil qildi. Shu bilan birga ushbu ro'yxatda «Konjentriks» firmasi peshqadamlikni egallab, uning asosiy faoliyati «Sharlotta» shahrida (shim. Korolina shtati) elektrostansiyalarni qurish va ta'mirlash bo'lgan. Ma'lum yillarda ushbu ro'yxatda «Charlz Shvab» va «Mikrosoft» korporatsiyalari karvonboshilik qilganlar. Hozirgi paytda ushbu korporatsiyalar yuksak rivojlangan korporatsiyalar safiga kiradi. Biznes va xususiy tadbirkorlik o'z ko'lami jihatdan iqtisodiyotni uzluksizligini va barqarorligini ta'minlashda katta o'rin egallaydi. Biznes va tadbirkorlikning iqtisodiyotga ta'sir ko'lami bir qator iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy, ma'rifiy va jihatlarni o'z ichiga oladi. Biz faqatgina iqtisodiy jihatdan muhim bo'lgan xususiyatlar xususida to'xtalamiz. Bular quyidagilardir<sup>4</sup>:

---

<sup>4</sup> Предпринимательство: Учебник/Под ред. М.Г. Лапуста. -3-е изд., испр. и доп.-М.: ИНФРА-М, 2003.

a) ish joylarini tashkil etishdagi mavqening yuksalishi. O'tgan 10 yil mobaynida AQSHda biznes faoliyatini boshqarish bo'yicha departamentining axborotiga ko'ra yangi ish joylarining yarmidan ko'pi 100 kishidan kam xodim ishlayotgan biznes faoliyati hissasiga to'g'ri keladi. Tez usuvchi firmalar yangi firmalarning 27 foizi tashkil etib ular 60 foiz yangi ish joylarini hosil qiliishda qatnashmoqdalar. Shu bilan birga kichik biznes hosil qilingan ish joylarining:

-ish haqiga qo'shimcha to'lovlar, imtiyozlarning bir muncha pastligi;

-ish joylarini qariyib 25 foizi noto'liq ish kuni tartibida shakllanadi;

-ularda ishlovchilar tarkibining turli-tumanligi ya'ni ma'lumot dastlab ishlamaganlar, yosh jihatdan o'rta yoshlar va o'rta yoshdan o'tganlar salmog'ini ko'pligi bilan ajralib turadi.

b) yangi tovarlar va xizmatlarni tadbqiq qilish. AQSH milliy fondining hisoblariga ko'ra 98 foiz yangi mahsulot xususidagi tadqiqotlar biznes faoliyatida yaratilgan. Bu o'ta muhim ko'rsatkichdir. Eng yirik kashfiyotlar - havfsiz ustalar, elektron soatlar, vertalyotlar, zanglamas pulat va boshqa tovarlar ko'lami bevosita kichik biznesda yaratilgan.

v)yirik korporatsiyalar ehtiyojini qondirish. Yirik kompaniyalar mahsulotini sotish, uni bozor talablari asosida shakllanishiga ko'mak berishda kichik biznes faoliyatlarining roli yuqoridir. O'z navbatida yirik rivojlanuvchi firmalar o'z iqtisodiy strategiyalarida mayda ta'minotchilar bilan aloqa o'rnatishni samarali hisoblaydilar. Chunki ular moslashuvchanlik xususiyatiga egadir.

g) maxsus tovarlar va xizmatlar bilan taminlash vazifasi. Biznes faoliyatlari mijozlarning o'zgacha maxsus ehtiyojlarini qondirishga yetakchi o'rin egallaydilar. Chunki 1-dan, maxsus talabning ommaviy tusga ega emasligi va uning yirik ishlab chiqarishda tashkil etish samarali bo'lmasligi sabab bo'lsa, 2-dan esa, boy haridorlarning «o'ziga xos» istaklarini mavjudligidir<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Предпринимательство: Учебник/Под ред. М.Г. Лапусты.-3-е изд., испр. и доп.-М.: ИНФРА-М, 2003.

Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni umumiyLashtirsak, ular quyidagilardan iborat:

- biznes faoliyati yiriklashuvi tendensiyasining pasayishi;
- ayollar ish kuchining iqtisodiyotga kirib kelishi;
- yirik ishlab chiqarishda xodimlarning qisqarishi;
- yangi biznes faoliyatlarini ochish sur'atining ortishi va boshqalardir.

### **1.3. Biznes rivojiga ta'sir etuvchi omillar**

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

O'zbekiston Respublikasining tadbirkorlik to'g'risidagi qonunida, tadbirkorlikka quyidagicha ta'rif berilgan: «Tadbirkorlik-mulkchilik sub'yektlarining foyda olish maqsadida tavakkal qilib va mulkiy javobgarlik asosida amaldagi qonunlar doirasida tashabbus bilan iqtisodiy faoliyat ko'rsatishdir».

Biznesning mohiyati quyidagilar orqali yanada oydinlashadi:

Birinchidan, biznes faoliyatining sub'yekti kim bo'lishi mumkin O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi va O'zbekiston Respublikasida tadbirkorlik to'g'risidagi qonunga muvofiq balog'at yoshiga yetgan har bir fuqaro o'z mulki asosida yoki mulk egasining vakolati asosida o'z ixtiyor etgan qonunga zid bo'lmagan faoliyat turi bilan shug'ullanishi mumkin.

Ikkinchidan, yuqoridagi ta'rifda biznes faoliyatining yana bir tomoni mazmuni ifoda etilgan bo'lib, u mazmunan boy, xilma xil ko'rinishiga ega. Biznes faoliyatini tanlash, uni tashkil etish va rivojlantirish mohiyat jihatidan davlat, jamiyat ahamiyatiga molik ish bo'lmasdan, balki erkin tanlanadigan faoliyatdir.

Biznes faoliyatining uch turi va unga mos ravishda tadbirkorlarning 3 guruhini alohida ko'rsatish mumkin:

-yangi tovar yoki xizmat loyihasini tashkil etish. **Biznesning** ushbu turi bilan intellektual mulk egalari innovatsiya tadbirkorlari shug'ullanadi.

-Ishlab chiqarishni tashkil etish bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlar. tovarni sotish, qayta sotish va tijorat ishlarini tashkil etish bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlar.

-Uchinchidan, maqsad jihatidan biznes faoliyatining quyidagi ikki turini ko'ramiz:

a) foyda olishni, iqtisodiy samaraga erishishni maqsad qilgan;

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

**Biznes faoliyatlariga xos xususiyatlar quyidagilardan iborat:**

-shug'ullanayotgan soha bo'yicha ilm, bilimga egaligi;

-tavakkalchilikka asoslangan qarorlar qabul qilish bo'yicha tashabbuskorlik qobiliyati. Iqtisodiy jarayonlarni chuqur fikrlay olish. qonunlarga itoatkorligi. Innovatsiyachilikning faolligi. Maqsad sari intiluvchanlik. Tashkilotchilik. Tejamkor bo'lishi.

O'z so'zining ustidan chiqish. Ruxiy poklik va halolligi. O'z jamoasi uchun kurashuvchanlik. Biznes faoliyatini rivojlantirish uchun quyidagi shart-sharoitlar talab etiladi;

-mulk munosabatlarining uyg'unlashuvi. Bozor sharoitida mulkiy munosabatlar quyidagi jihatlar bilan belgilanadi;

-egalik qilish, ya'ni mulk egasi sifatida mulkka to'la hukumronlik qilish;

-sotish, ijaraga berish, xadya etish;

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

-operativ tezkor boshqarishni, yangi mulk egasining nazorati ostida resurslarni taqsimlash va ishlab chiqarishni tashkil etish bo'yicha mulkni boshqarish huquqini joriy etish.

-tadbirkorlarga o'z qobiliyatini to'la namoyon etish uchun quyidagi iqtisodiy erkinliklarning berilishi. mahsulot assortimenti turlarini tavar ishlab chiqarish usulini tanlash erkinligi;



-hamkorliklarni mustaqil tanlash;  
-mablag'larni qonunga zid bo'lmagan sohalarga mustaqil sarflash erkinligi h.k.

Bozorning ochiqligi, ya'ni tovarlar, sarmoyalar, ma'lumotlar, ish kuchi, xom ashyo harakati uchun sun'iy g'oyalarning yo'qligi. Bozor infratuzilmasining mavjudligi. Bunga quyidagilar kiradi:

- tijorat banklari;
- tovar, fond, mehnat, valyuta birjalari;
- tijorat tavakkalchiligi va mulk sug'urtasi;
- ma'lumot va reklama manbalari, ommaviy axborot vositalari, aloqa vositalari;
- ekspert byurolari, sertifikat markazlari, bojxonalar, soliqnazorati tashqi lotlari, arbitrajlar va h.k.

Tadbirkorlik uchun huquqiy kafolatning mavjudligi, ya'ni tadbirkorlikni himoyalovchi qonunchilikning mavjudligi. Yangi biznes faoliyatlariga kadrlar tayyorlash, kredit olish, soliq to'lash, tabiiy boyliklardan foydalanish bo'yicha davlat tomonidan berilgan imtiyozlar va h.k.

#### **1.4. O'zbekistonda biznesni shakllantirish va rivojlantirish**

O'zbekiston Respublikasi mustaqilligi sharofati bilan erishilayotgan ijobiy natijalardan biri bu mamlakatimizda biznes faoliyatini shakllantirishdan iboratdir. Mamlakatni rivoji asosan biznes faoliyati va xususiy tadbirkorlarni qo'llab-quvvatlash natijasida amalga oshiriladi.

Davlatni biznes faoliyati va xususiy tadbirkorlarni qo'llab-quvvatlashi asosan moliyaviy, ma'muriy va huquqiy nuqtai nazardan amalga oshirilib kelinmoqda.

Biznes va xususiy tadbirkor ishbilarmonning tashqi liy tuzilmasi sifatida ishlab chiqarishni vujudga keltiradi. Biznes faoliyati bilan shug'ullanuvchilar yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgach, mustaqil xo'jalik sub'yekt bo'lib, o'z nizomiga muvofiqmuayyan ijtimoiy iqtisodiy samarador va foyda olish maqsadida asosiy aylanma mablag'laridan foydalanib faoliyat yuritadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida biznes faoliyatning tamoyillari xilma-xil bo'lib, ularga - biznes faoliyati-amaldagi qonunchilikka zid bo'lmagan har qanday faoliyat bilan shug'ullanishga haqli. O'z ixtiyori bilan qonunga zid bo'lmagan har qanday qarorni mustaqil qabul qiladi, faoliyatni mustaqil rejalashtiradi, sof foydasini ishlatish yo'nalishlarini mustaqil belgilaydi.

Mulk egasi yoki mehnat jamoasining qaroriga muvofiq biznes faoliyati bilan shug'ullanuvchilar turli mulk shakllari: xususiy, hissadorlik, jamoa, davlat, qo'shma biznes faoliyati mulk asosida yuzaga keltirilishi mumkin. Ularning barchasining teng iqtisodiy huquqiy shart-sharoitlaridan foydaniladi.

Biznes faoliyati bilan shug'ullanuvchi ishbilarmonlar o'z mustaqilligi va huquqlarini saqlagan holda ixtiyoriy ravishda boshqa tadbirkor va biznesmen bilan muayyan maqsadga muvofiq birlashishi mumkin.

Biznes faoliyatini boshqarish uning nizomiga va amaldagi qonunchilikka muvofiq amalga oshiriladi.

Biznes faoliyatini qayta tashkil etish, birlashtirish, yangilash, faoliyatni to'xtatib yopish ularning ta'sischilari tomonidan shunday vakolat berilgan, nizomida qayd etilgan maxsus organ yoki xo'jalik sudi qarori asosida amalga oshiriladi.

Bozor munosabatlarining boshlangich bug'ini sifatida biznes faoliyatining o'ziga xos xususiyatlari bor, ulardan ayrimlariga to'xtalib u'tamiz.

1- xususiyat. Biznes faoliyati mustaqil bo'lib, ushbu mustaqillik:

a) ishlab chiqarish va mahsulot sotishning raqobatga qobil hajmini aniqlash hamda tovar assortimentining tarkibini bozordagi talabga va taklifga qarab mustaqil belgilashda;

b) shartnomalar tuzish tovar va xom-ashyo yetkazib beruvchilarni, haridorlarni, vositachilarni mustaqil tanlashda;

s) amaldagi qonunchilik doirasida baholarni mustaqil belgilashda;

d) soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar to'langach, qolgan foydani mustaqil taqsimlash, daromadlarni va harajatlarni mustaqil rejalashtirishda;



e) ishchi- xizmatchilarni mustaqil tanlash va joy-joyiga quyishda;  
f) uzoq muddatli mablag'lar manbaini kiydirish va mablag'larni sarflash yo'nalishlarni topish kabi sohalarda o'z ifodasini topadi.

2-xususiyat. Mulk va ishlab chiqarish vositalariga hukmronlik, egalik xususiyati. Bu uch narsada namoyon bo'ladi:

1-dan, ishlab chiqarish vositalari, ishlab chiqargan mahsuloti, daromadiga mulkdor bo'lib ulardan o'z xohishicha foydalanadi.

2-dan, to'la xo'jalik hisobi asosida yuridik shaxs huquqlari va burchlari miqiyosida faoliyat yuritadi.

3-dan, davlat biznes faoliyatlari mulk emas, mulkiy vositalar, resurslarni operativ boshqarib borish orqali xo'jalik faoliyatini amalga oshiradi. Ular xususiy biznes faoliyatlaridan farqli o'lardan, mulkni sotish, qarz o'rniga to'lash, boshqa mulk bilan qo'shish kabi mulkiy ahamiyatga loyiq ishlarni tashqi lotlar ruxsatsiz amalga oshira olmaydi.

3-xususiyat. Biznes faoliyatini davlat tomonidan u yoki bu yo'nalish sari yo'naltirilishi. Ularning asosiy qurollariga:

- soliqlar va ularning tabaqalanishi;
- tabiiy resurslardan foydalanish uchun to'lanadigan haq;
- xarajatlar (masalan,ammortizatsiya) va tabiiy kamayish me'rlari;
- valyuta kursi;
- bojxona to'lovlari;
- ekologik me'yor va atrof muhitga tashlangan chiqit uchun to'langan haq;
- ijtimoiy haq;
- monopoliyaga qarshi ko'rash tartibi;
- davlat standartlari va texnik shartlar kabi vositalar kiradi.

### **Qisqacha xulosalar**

Biznes faoliyatini rivojlantirishdagi sharoitlarni yaratish hukumat mas'uliyatidagi ish hisoblanadi. Uning shakllanishiga ta'sir etuvchi omillar qatoriga davlatning iqtisodiy siyosati, aholining ijtimoiy ahvoli, raqobatning shakllanish darajasi, tadbirkorlikning

raqobatlantirilishi va boshqalarni kiritish mumkin. Biznes faoliyatlarini davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish iqtisodiy islohotlarning yetakchi bo'g'ini bo'lib, xususiylashtirish natijasida turli mulkchilik qatlamlari shakllandi va ularda tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishga alohida ahamiyat berilmoqda.

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

1. Biznes faoliyati qanday rivojlanish tarixiga ega?
2. Xorijda biznes faoliyatini o'ziga xos xususiyatlari nimalardan iborat?
3. Xorijiy (Yaponiya, Fransiya, AQSH)dagi biznes haqida gapirib bering.
4. Biznesni qaysi shaklini rivojlanishi ahamiyatli va uning sababi nimada?
5. Biznes faoliyati tushunchasi va moxiyati deganda nimani tushunasiz?
6. Biznes va tadbirkorlik faoliyatiga ta'sir etuvchi omillarni ta'kidlab o'ting.
7. Sizningcha, yana qanday (ichki va tashqi) omillar ta'siri bo'lishi mumkin?
8. «Biznes» va «tadbirkorlik» so'zlarining iqtisodiy tushunchasi va ularning farqi nimalardan iboratligini tushuntirib bering.
9. Hukumat tomonidan qanday qabul qilingan qonunlar va Prezident Farmonlari asosida kichik biznesni rivojlanishiga e'tibor berilmoqda?
10. O'zbekistonda biznesni shakllantirish va rivojlantirishdagi omillarni ayting.

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Муҳиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. — Т.: «Ўқитувчи», 2003.
2. Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тadbirkorlik асослари. Ўқув амалий қўлланма-Т.:ЕҲ. TEMPUS «Консаудит», 2004.
3. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательское

конкуренции —М.: ООО Марлет Дс корпорейшен, 2004.

4. Предпринимательство: Учебник/Под ред. М.Г. Лапусты.-  
3-е изд., испр. и доп.-М.: ИНФРА-М, 2003.

**Интернет веб-сайтлари**

Rambler-[http://www/gambler, ru](http://www.gambler.ru);

Яндекс- [http://yandex/ru](http://yandex.ru);

[www.edu.uz](http://www.edu.uz).

[www.gov.uz](http://www.gov.uz).

## **II BOB**

### **BOZOR TIZIMIDA BIZNES VA RAQOBAT TUSHUNCHALARI**

#### **2.1. Bozor tushunchasi va bozorning funksiyalari**

Bozor-bu sotuvchilar va haridorlarning mahsulotlarni pul vositasida ayirboshlash yuzasidan kelib chiqqan iqtisodiy munosabatlar, ularning iqtisodiy o'zaro aloqalari tushuniladi. Sotuvchilar va haridorlarning o'zaro birgalikdagi sa'yi-harakatlari bozorni keltirib chiqaradi, bozor esa ularni o'zaro birlashtiruvchi mexanizm bo'lib xizmat qiladi.

Bozor-qadimgi faylasuflar ta'biri bilan aytganda «ijtimoiy birlashish» bo'lib vakillari sotuvchilar va haridorlar hisoblanadi. Sotuvchilar bilan haridorlar o'rtasida mahsulotlarni o'zaro ayrboshlash iqtisodiy munosabatlarni mujassamlashtiradi. Bozor iqtisodiyoti va bozor tushunchalari o'zaro bog'liq bo'lsada, ular aynan bir narsa emas. Agar bozor iqtisodiyoti yaxlit bir organizm bo'lsa, bozor uning muhim a'zosidir.

Bozor takror ishlab chiqarishning ayirboshlash bosqichiga xos bo'lgan iqtisodiy kategoriyadir. Ammo bozor har qanday ayirboshlashni emas, balki pul vositasidagi, oldi-sotdi shaklidagi ayirboshlashni bildiradi. Ayirboshlashda pul ishtirok etmasdan bir tovar boshqasiga to'g'ridan-to'g'ri almashganda bozor munosabatlari paydo bo'lmaydi. Bozorning eng muhim sharti ayirboshlanganda pulning vositachi bo'lishidir. Bozorda tovar muomalasi yuz berib, u ikki jarayonning birgalikda borishini bildiradi. Bozorda tovar pulga almashadi, ya'ni tovarni sotish yuz beradi, ayni vaqtda pul tovarga almashadi, ya'ni tovarni harid qilish kelib chiqadi. Oldi-sotdi bozordagi yaxlit muomalaning ikki tomoni bo'lganidan, unda sotuvchi va haridor ishtirok etadi. Demak, bozor-bu sotuvchilar va haridorlarning tovarlarni pul vositasida ayirboshlash yuzasidan kelib chiqqan iqtisodiy munosabatlari, ularning o'zaro aloqalaridir.

Sotuvchilar va haridorlarning birgalikdagi sa'yi-harakatlari bozorni keltirib chiqaradi, bozor esa ularni birlashtiruvchi

mexanizm bo'lib xizmat qiladi. Biroq, hozirgi kunda bozor deganda ko'pchilik yurtdoshlarimizning ko'z o'ngida kundalik ehtiyojlarini qondirish uchun zarur oziq-ovqat, kiyim-kechak va boshqa buyumlar sotib olinadigan «Chorsu», «Oloy», «Farxod», «Otchopar» kabi poytaxtimizdagi iste'mol bozorlari namoyon bo'ladi. Bular bozor haqida ilk tasavvur- tor tushuncha bo'lib, bozor- keng ma'noda mahsulotlarni hunarlar vositasida ishlab chiqarish qonuniyatlari bo'yicha tashkil qilingan Ayirboshlash, Mol va Pul muomalasi munosabatlarining majmuidir. Bozor-qadimgi faylasuflar ta'biri bilan aytganda, «ijtimoiy birlashish» vakillari-sotuvchilar bilan haridorlar o'rtasida mahsulotlarni ayirboshlash yoxud sotuvchilar bilan haridorlar o'rtasidagi insoniy-iqtisodiy munosabatlar majmuidir. «Ijtimoiy birlashish»da ayirboshlash ixtiyoriy va erkin baho orqali sodir bo'ladi.

Ayirboshlash miqyosining hududiy va huquqiy chegaralari bor: mahalliy bozor, milliy bozor, dunyo bozori - ichki va tashqi bozorlar muayyan ijtimoiy tartib-qoidalar asosida harakat qiladi. Ishlab chiqarilgan mahsulotlar hajmi, oldi-sotdi miqdori bozor munosabatlarining mavqeini-hajmini belgilaydi. Bozorni «ijtimoiy birlashmalarning» iqtisodiy taraqqiyoti yoxud tushkunligini ko'rsatuvchi kuzgu, makon va zamon o'lchagichi-adolat torozisi-olij hakam deyish mumkin; bozor jamiyat a'zolarining talab va ehtiyojlarini qondirishga, pul muomalasini barqaror saqlashga, mahsulot narxi bilan ishlab chiqarishga ketgan harajatlarning mos bo'lishiga, halqlar va davlatlar o'rtasidagi iqtisodiy aloqalarni kengaytirishga xizmat qiladi.

Bozor iqtisodiy munosabatlarni shakllanishida va rivojlanishida quyidagi 5 funksiyani bajaradi:

1. Ishlab chiqarish bilan iste'molni bog'lash funksiyasi.

Iqtisodiy faoliyat ishlab chiqarishdan boshlab, iste'mol bilan tugallanadi. Muhimi-ishlab chiqarish ixtisoslashadi, kishilar o'ziga kerakli barcha tovarlarni o'zi ishlab chiqarmaydi. Masalan, samolyot zavodi uchish apparatini chiqaradi, ammo o'z ishchilari uchun

oziq-ovqat, kiyim-kechak, turar joy yaratmaydi. Zavod samolyotini bozorda sotib, pulini ishchilarga maosh qilib beradi, ular iste'mol bozoridan tirikchilik tovarlarini sotib oladilar. Demak, bozor orqali iste'mol qondiriladi va ishlab chiqarish bilan bog'lanadi.

## 2. Qiymatni tovar shaklidan pul shakliga aylantirish funksiyasi.

Tovar ishlab chiqarish uchun mehnat sarflanadi, shu mehnat qiymatni shakllantiradi. qiymat ish kuchi va moddiy resurslar sarfidan iborat bo'ladi. Tovar bozorga chiqishga qadar mehnat moddiy shaklda (masalan, ovqat, kiyim, stanok) bo'ladi, bozorda sotilgach, undagi mehnat ma'lum miqdordagi pulga aylanadi, ya'ni tovar o'zining pul ekvivalentini topadi va qiymat pul shakliga kiradi.

## 3. Ishlab chiqarishni yangilashga shart-sharoit hozirlash funksiyasi.

Biznes faoliyatlari bozordan o'zlariga kerakli resurslar topadilar, stanoklar, xom-ashyo, yoqilgi, har xil materiallar harid etadilar. Ular mehnat (ish kuchi) bozoridan ishchilarni yollab ishlatadilar, bozordan kerakli axborot va har xil ishlab chiqarish uchun zarur xizmatlarni ham topadilar. Bu resurslarning iste'moli esa ishlab chiqarishning yangidan boshlanishini bildiradi.

## 4. Iqtisodiyotni tartiblash funksiyasi.

Bu vazifani bozor mexanizmi bajaradi. «Nimani, qancha ishlab chiqarish kerak?»-degan savolga bozor javob beradi. Tovarlarini bozorda chaqqon o'tishi yoki o'tmasligi, tovarlarning qimmatlashuvi yoki arzonlashuvi ularni qanchalik kerakli yoki kerak emasligini ko'rsatadi. Bozor barometr singari iqtisodiyotdagi «ob-havo» dan darak beradi. Tovar o'tmasa, demak u kerak emas, uni ishlab chiqarish to'xtatiladi. Tovar chaqqon sotilsa va yaxshi foyda olinsa, uni ishlab chiqarish o'sadi. Tovar mo'ljallangan narxdan arzonroq narxda, lekin yaxshi sotilsa, bu tovarga ketgan sarf-xarajatlarni kamaytirish zarurligini anglatadi.

5. Mamlakatlar, Xalqlar o'rtasida iqtisodiy hamkorlik o'rnatish funksiyasi. Bu funktsiyani davlatlararo yoki jahon bozori bajaradi. Bozor iqtisodiy hamkorlikning kengayib borishini talab qiladi. Azaldan bozor ko'pgina mamlakatlar, millatlar va elatlarni



yaqinlashtirib, ular o'rtasida manfaatli aloqalarga ko'maklashgan. Bunga misol qilib, savdo-sotiq orqali Sharq bilan g'arbni bog'lagan Buyuk ipak yo'lini olish mumkin. Bozor kengaygach, yangidan-yangi mamlakatlar va xalqlar o'zaro iqtisodiy aloqalarga tortiladi<sup>6</sup>.

## 2.2. Bozorning turlari

Bozorga g'oyat xilma-xil tovar va xizmatlar chiqariladi, ular bozor ob'yektini tashkil etadi. O'z ob'yekti jihatidan bozorni 6 turga bo'lish mumkin:

- 1) Iste'mol tovarlari bozori;
- 2) Ishlab chiqarish vositalari va resurslari bozori;
- 3) Ish kuchi yoki mehnat bozori;
- 4) Moliya bozori;
- 5) Intellektual tovarlar bozori;
- 6) Qurol-aslaha bozori.

Iste'mol tovarlari bozori-kishilar tirikchiligi uchun zarur bo'lgan tovarlar va xizmatlar bozorlaridir. Bu bozorda keng iste'mol buyumlari, madaniy-maishiy va kommunal xizmatlari oldi-sotisi olib boriladi. Bu bozorda deyarli barcha fuqarolar ishtirok etadi. Bu bozorning O'zbekistonda aniq ko'rinishlari bor: magazinlar, savdo uylari, firmalar, supermarket, do'kon, oshxona, nonvoyxona, har xil ustaxonalar, salonlar, nihoyat, dehqon bozorlari va buyum bozorlaridir.

Ishlab chiqarish vositalari va resurslari bozori- ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan narsalar bozoridir. Bu bozorda ulgurji savdo-sotiq yuz beradi. Mazkur bozor savdo firmalari, savdo uylari, birjalar faoliyatida, yer va boshqa ko'chmas mulk savdosida namoyon bo'ladi. Bunday bozorda resurslarga talabgorlar resurs yetkazuvchilar bilan kontrakt-shartnomalar asosida aloqa qiladilar. Resurs bozorining bosh bug'ini tovar birjasi hisoblanadi. Tovar birjasi ulgurji savdo bilan shug'ullanuvchi tijorat biznes faoliyatidir.

Birjada tovarlarni yetkazib berish haqida bitim tuziladi. Ish kuchi

---

<sup>6</sup> Предпринимательство: Учебник/Под ред. М.Г. Лапусты.-3-е изд., испр. и доп.-М.: ИНФРА-М, 2003.

yoki mehnat bozori-ish kuchi oldi-sotdi qilinadigan bozordir. Ish kuchi maxsus tovar bo'lganidan uning bozori o'z xususiyatiga ega. Agar oddiy tovar sotilganda uning egasi o'zgarsa, ish kuchi sotilganda uning egasi o'zgarmaydi, chunki uni inson jismidan ajratib bo'lmaydi.

Mehnat bozori mehnat birjalari, ishchi yollovchi vositachi firmalardan va nihoyat, kishilarni bevosita ishga jalb etuvchi Biznes faoliyatlarining o'zidan iborat. Sharqqa xos bo'lgan tartibsiz mehnat bozori - bu mardikor bozoridir. Moliya bozori ham bozorning maxsus turi. Moliya bozori deganda moliya resursiga aylangan pul mablag'lari va ularga tenglashtirilgan qimmatbaho qog'ozlar bozorini tushunish kerak. Moliya bozori tarkiban kredit bozori, qimmatli qog'ozlar bozori va valyuta bozoridan iborat. Valyuta auksioni, kredit pullari auksioni, banklar, moliya kompaniyalari, fond birjalari va boshqalarning faoliyati moliya bozorining yaqqol ko'rinishlaridir.

Intellectual tovarlar bozori-bu aqliy mehnat mahsuli bo'lgan tovarlar va xizmatlar bozoridir. Bu bozorda ilmiy ishlanmalar, g'oyalar, texnikaviy loyihalar va chizmalar, axborot, san'at, adabiyot va ilmga tegishli asarlar, ijrochilik xizmati va turli tomosha xizmatlari sotiladi. Bu bozorning muhim unsuri patent va lisenziya bozori va hozirgi kunda shou-biznes va kino bozorlaridir.

Qurol-aslaha bozori-bozorning alohida turini tashkil etadi, bu yerdagi tovarlar iste'mol buyumlari ham emas, resurslar ham emas. Bu yerda xavfsizlikni ta'minlovchi qurol-yaroqlar sotiladi. Bu bozor salonlar va ko'rgazmalar shaklida amal qiladi. Mayda qurollar magazinlar orqali sotiladi.

Bozorlar erkin bozor va monopol bozorga bo'linadi. Erkin bozor deganda haridorlar ham, sotuvchilar ham ko'p bo'lib, ulardan hech biri monopoliya mavqeyiga ega bo'lmay, bir-birini tezdan topa oladilar, raqobat to'la-to'kis hukmron bo'lgan, narxlar erkin savdolashuv asosida shakllangan bozor tushuniladi.

Erkin bozorga misol qilib, O'zbekistondagi qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorini ko'rsatish mumkin. Bu bozorda millionlab kishilar haridor, sotuvchilar esa davlat xo'jaligi, jamoa xo'jaligi, fermer xo'jaligi, tomorka xo'jaligidan iborat. Bu yerda kimga nimani

sotish, kimdan nimani olish, qanday narxda savdo qilish yuqoridan turib belgilanmaydi, buni bozorning o'zi hal qiladi.

Monopol bozor deb ozchilik haridorlar va sotuvchilar xukmron bo'lgan, monopol narx o'rnatilgan, raqobat cheklangan yoki raqobat umuman bo'lmaydigan bozorga aytiladi. Monopol bozorning o'zi 3 xil ko'rinishda bo'ladi:

1. Monopol raqobatlar bozori. Bu bozor son jihatidan ko'p bo'lmagan, bozorga bir xil o'xshash yoki o'rinbosar tovarlar chiqaradigan firmalar qo'lida bo'ladi, ular o'zaro raqobat qiladilar. Bunga misol qilib, O'zbekistondagi kiyim-kechak bozorini olish mumkin. Bu yerda asosan 8 ta firma mahsulot chiqaradi, lekin ular nafaqat o'zaro, balki tovari O'zbekistonga kirib kelgan xorij firmalari bilan ham raqobatlashadilar.

2. Oligapolistik bozor. Ozchilik firmalar hukmron bo'lgan bozor, bu yerda raqobat ko'pincha sotuvchilar orasida emas, balki haridorlar o'rtasida yuz beradi. Bunga misol tariqasida O'zbekistondagi sement bozorini olish mumkin. Bozorga 3 biznes faoliyati mahsulot chiqaradi. Sement harid qilish uchun raqobat esa haridorlar o'rtasida boradi.

3. Sof monopoliya bozori. Bunday bozorga tovarni butun tarmoqda hukmron bo'lgan ayrim biznes faoliyatlari yetkazib beradi. Masalan, O'zbekistonda paxta terish mashinalarini faqat Toshkent qishloq xo'jaligi mashinasozligi zavodi, traktorlarni faqat Toshkent traktor zavodi tayyorlab bozorga chiqaradi. Ichki bozorda ularning raqiblari yo'q.

### **2.3. Raqobat tushunchasi va raqobat strategiyasi**

Raqobat-bu tadbirkorlikning ajralmas bir bo'lagidir. Raqobat umumijtimoiy kategoriya bo'lib, ijtimoiy jarayon qatnashchilari o'rtasida yaxshiroq yashash uchun bo'ladigan kurashni anglatadi. Raqobat iqtisodiy faoliyat ishtirokchilarining o'z manfaatlarini to'laroq yuzaga chiqarish, ya'ni yaxshi daromad topish, o'z mavqeini mustahkamlash, o'z qobiliyatini namoyon etish va imij (obro'-e'tibor)ga ega bo'lish uchun boshqalar bilan kurashadilar.

Bozor tizimida raqobatning mukammal va nomukammal raqobatdan iborat ikki asosiy turi bor. Mukammal yoki sof raqobat shunday raqobat-ki, unda ko'pchilik qatnashadi. Erkin raqobatli

bozorda sotuvchilar va haridorlar ko'pchilik bo'lib, ulardan har biri monopol mavqega ega bo'lmaydi, bozorda zo'ravonlik qilib o'z izmini yurgiza olmaydi. Nomukammal raqobat cheklangan raqobat, tabiatan monopol raqobatdir. Bunda ko'pchilik bo'lmagan, lekin tovarlarning katta qismini taklif etuvchi yoki sotib oluvchi firmalar raqobatlashadi. Nomukammal raqobatning oligapolistik raqobat degan turi ham borki, unda g'oyat ozchilik, lekin yirik firmalar qatnashadi. Shu boisdan raqobat tor doirada yuz beradi.

Oligapolistik raqobatga misol qilib, avtomobil bozoridagi raqobatni olish mumkin. Nomukammal raqobatning yana bir turi sof monopolistik raqobatdir. Bu raqobatga xos belgi shuki, bunda u yoki bu tarmoqda aynan bir firmaning hukmronlik qilishidir. Masalan, Toshkent traktor zavodi O'zbekistondagi traktor bozorida tanho hukmron, undan boshqa traktorsozlik zavodlari yo'q. Lekin chetdan, xorijiy mamlakatlardan keltirilgan traktorlar uning tovari bilan raqobatlashadi.

Sof monopoliyani ikki omil yuzaga keltiradi:

a) texnologik monopoliya texnikaviy yangiliklar yirik firmalar qo'lida to'planadi, natijada boshqalar ulardan foydalana olmaydilar yoki foydalangan taqdirda ham bunga katta pul to'laydilar, natijada ularning tovarlari qimmatga tushib, raqobatga chiday olmaydi;

b) tabiiy monopoliya yer osti va yer usti boyliklari ayrim firmalarning ixtiyorida bo'lib, boshqalar ulardan foydalana olmaydi. Masalan, firma neftga boy bo'lgan erni sotib olgan bo'lsa, boshqa firmalar shu yerda neft qazib olib, bozorda raqobat qila olmaydi.

Raqobat kurash vositalari va usullari jihatidan halol raqobat va g'irrom raqobatga bo'linadi. Halol raqobat qonuniy, yo'l berilgan va hamma tan olgan, insoniy usullar bilan o'zaro bellashuvdir.

G'irrom raqobat man etilgan vositalar yordamida va g'ayriinsoniy usullar bilan olib borilgan kurashdir. G'irrom raqobat yovvoyi bozor iqtisodiyotining, halol raqobat madaniy bozor iqtisodiyotining belgisi hisoblanadi. G'irrom raqobat yuz berganda josuslik, qo'poruvchilik, reket, tuhmat, tovar belgisini o'g'irlash va hatto qotillik kabi usullar qo'llaniladi, raqibni turli yo'llar bilan obro'sizlantirish choralari ko'riladi.

Halol raqobatda madaniy usullar qo'llaniladi. Bu usullardan narx vositasida raqobatlashuv, tovar sifatini oshirish orqali kurashish, servis orqali bellashuv keng tarqalgan. Bu usullardan alohida emas, balki birgalikda foydalanish qo'llaniladi.

Raqobatning turli usullarini qo'llashdan asosiy maqsad, haridorni o'z tovariga jalb etib, uning pulini olishdir. AQSHda buni «Iste'molchi dollari uchun kurash» deb ataydilar. Raqobatchilik usuli qanchalik samarali bo'lsa, g'olib chiqish imkoniyati shunchalik ko'p bo'ladi. Hozirgi raqobat kurashida tovar reklamasiga alohida e'tibor beriladi.

Reklama qilishda biznesmenlar o'rtasida o'z tovarlarini va ko'rsatayotgan qo'shimcha xizmatlari hamda boshqa faoliyatlari bilan keng bozorga ta'sir etib keladilar. Reklama tovarning nafligi haqida xolisona axborot bo'lib, turli yo'llar bilan haridorga yetkaziladi. Bozor qoidasiga binoan reklamaga pul ayamagan firma raqobatda g'olib chiqadi. Reklama savdo-sotiqni harakatga keltiruvchi kuchdir.

Raqobat kurashida samarali faoliyat yurg'izish, unda muvaffaqiyat qozonish raqobat strategiyasining qanchalik puxta, izchil, uzoqni ko'ra oladigan rejasini ishlab chiqishga uzviy bog'liqdir. Raqobat strategiyasi-raqobat kurashining uzoq davrga mo'ljallangan bosh yo'li va yo'l-yo'riqlarini ifoda etadi. Strategiyaning maqsadi tez kunda foydani maksimallashtirish, oz foyda bilan qanoat qilgan holda o'z bozorini kengaytirish yoki raqibni bozordan siqib chiqarish, yangi bozorga asta-sekin kirib borish kabi masalalarda harakat yo'llarini belgilashdan iborat. Strategiyaga qarab kurash taktikasi (usuli va shakllari) tanlanadi.

Firmalar raqobatning bir usulidan asta-sekin boshqa usuliga o'tishi yoki bir yo'la turli usullarni qo'llashi mumkin. Masalan, Xitoy firmalari sifati past bo'lsa-da, arzon tovarlar chiqarib, narx raqobati yo'lidan, q'arbiy Yevropadagi firmalar narxi yuqori bo'lsa-da, sifatli tovarlarni taklif etish yo'lidan boradilar, chunki garbiy Yevropada aholining harid qobiliyati Xitoyga qaraganda ancha yuqori. Yangi industrial davlatlardagi (Tayvan, Gonkong, Singapur, Koreya) firmalar ham sifat, ham narx vositasida raqobatlashuvga moyil. Bu mamlakatlarda yuksak texnologiya mavjud va ishchi kuchi malakali bo'lsa-da, arzon turadi. Natijada mavjud afzalliklar harajatlarni pasaytirgan holda, sifatli tovar chiqarish imkonini

beradi. Bunga misol qilib Koreyaning «Samsong elektronik» kompaniyasi bozorga chiqaradigan televizorlarni va DEU korporatsiyasi avtomobillarini olish mumkin. Ular raqobatbardosh bo'lganidan jahon bozoriga shiddat bilan kirib bormoqda<sup>7</sup>.

Raqobatga har xil yondashuv O'zbekistonda ham bor. Masalan, Toshkent bozori uchun ishlovchi firmalar ham narx, ham sifat raqobatini qo'llashi mumkin, bu shaharda aholining boy qatlamlari borki, ular uchun narxga ko'ra tovarning sifati afzalroq, ayni vaqtda aholining kamquvvat qismi ham borki, ular uchun tovarning arzon bo'lishi muhim. Nukus va ayrim boshqa shaharlardagi firmalar ko'p hollarda narx raqobatiga moyil bo'ladilar, bu yerda aholining harid qobiliyatiga ko'ra arzon tovarlar raqobatbop hisoblanadi.

Raqobat qo'l qovushtirib o'tirishga yo'l qo'ymaydi, u ko'rash bo'lganidan hammani harakatga, yaxshi ishlashga undaydi. Biznesmen agar kimigadir yoki nimasigadir ishonib qoladigan bo'lsa yoki bozor muhiti to'g'risida ma'lumotlarga ega bo'lmasa, demakki, bunday biznesmen jamiyatda uzoq biznes faoliyati bilan shug'ullana olmaydi va bankrot yoki sinib ketish ehtimoli juda ko'p bo'ladi.

Raqobat bozor iqtisodiyotini harakatga keltiruvchi mexanizm, uni olg'a eltuvchi kuch hisoblanadi. Raqobatdagi iqtisodiy tanlov tamoyiliga ko'ra iqtisodiyot ishtirokchilari saralanadi, yaxshi ishlagan firma boyib boradi, yomon ishlagani sinadi, yopiladi yoki kuchli firmalarga qo'shilib ketadi. Raqobatga bardosh bera olmagan firmalar zarar ko'radilar, o'z majburiyatlari bo'yicha pul to'lay olmay qoladilar, ya'ni bankrot holiga tushadilar. Bozor iqtisodiyotining ilk belgilari paydo bo'lishi bilan unga xos raqobat ham yuzaga keladi. Iqtisodiyot rivojiga mos holda raqobatchilik ham takomillashib boradi. Bozor raqobati tarixan 4 bosqichdan o'tadi

Birinchi bosqich-bu natural xo'jalikdan bozor iqtisodiyotining dastlabki shakllariga o'tish bo'lib, bu davrda raqobat mayda tovar ishlab chiqaruvchilar o'rtasida boradi. Bu bosqichda raqobat mahalliy bozorlar doirasida borasida, u bir turdagi tovar ishlab chiqaruvchilar o'rtasida bo'ladi. Raqobatda g'olib chiqish vositasi

---

<sup>7</sup> Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Мухиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: «Ўқитувчи», 2003.

tajriba to'plab, mehnat mahoratini oshirish hisoblanadi.

Ikkinchi bosqich-bu kapitalistik erkin raqobat bosqichidir. Bu bosqich tovar xo'jaligining ommaviy tus olishi bilan, mayda tovar ishlab chiqarish o'rniga yirik mashinalar tizimiga va yollangan mehnatga tayangan tovar ishlab chiqarishning kelishi bilan xarakterlanadi. Raqobatni cheklashlar bo'lmaydi, u erkin kurashga aylanadi, bu kurash mahalliy bozorlar doirasidan chiqib, milliy bozor miqyosida yuz beradi. Raqobat shiddatli boradi, uning ishtirokchilari ko'pchilikdan iborat bo'ladi. Raqobatda g'olib chiqishning sharti yangi texnikani joriy etib, mehnat unumdorligini o'stirish, yangi tovarlarni ishlab chiqarish bo'ladi.

Uchinchi bosqich bu monopol raqobat bosqichi bo'lib, u yakka hokimlikka intiluvchi yirik biznes faoliyatlarining ko'rashidir. Raqobat iqtisodni monopollashgan va monopollashmagan sohalarida alohida boradi, ammo bu sohalar o'rtasida ham kurash ketadi. Raqobatda engib chiqish shartlari ikkinchi bosqichdagidek bo'ladi, ammo o'zaro kurashda bozorni egallab olish, siyosiy hokimiyatdan foydalanish kabilar keng qo'llanadi. Bu bosqichda monopol raqobat yetakchi bo'lsa-da, erkin raqobat yo'qolib ketmaydi, u ikkinchi qatorga suriladi. Iqtisodiyotda monopol raqobat sohasi va erkin raqobat sohalariga ajralish bo'ladi.

To'rtinchi bosqich-yangicha erkin raqobat bosqichi bo'lib, u aralash iqtisodiyotga xosdir. Bu bosqichda raqobatchilar g'oyat ko'pchilik bo'lib, ular yirik korporatsiyalar, o'rtacha, mayda va o'ta mayda biznes faoliyatlaridan iborat bo'ladi. Raqobat doirasi kengayib, u ishlab chiqarishdan tashqari, xizmat ko'rsatish sohasida ham faollashadi, u moliya bozoriga shiddat bilan kirib boradi, hatto sayohat biznesi, shou biznes, sport biznesi, harbiy biznes kabilarni ham o'z domiga tortadi. Raqobatlashuv baynalmilallashib, xalqaro bozor doirasida ham yuz beradi. Eng yangi texnika-texnologiyani qo'llash, boshqarishni kompyuterlashtirish, tovar tarkibini zudlik bilan yangilash, eng malakali ish kuchiga ega bo'lish, informatsiyadan foydalanish va, nihoyat, zamonaviy marketing xizmatini uyushtirish raqobatda yengib chiqish shartiga aylanadi.

Raqobatni uning xarakteriga qarab ham baholash mumkin. Qaysi

bosqichdayuz berishdan qat'iy nazar raqobat 2 tipdabo'ladi, ya'ni u tartibsiz yovvoyi raqobatdan va qonun-qoidalar bilan tartibga solinuvchi sivilizatsiyalashgan raqobatdan iborat bo'ladi. Turli bosqichlarda har ikkala raqobat tipining nisbati har xil bo'ladi. Sivilizatsiyalashgan raqobat aralash iqtisodiyotga xos bo'ladi, ammo u birdan emas, balki sekin-astaraqobatning asosiy tipigaaylanadi. Bu bozor munosabatining rivojlanishidan kelib chiqadi. Aralash iqtisodiyot bozor va nobozor munosabatining yaxlitligi bo'lganidan bu yerda raqobat bilan birgalikda partnyorlik aloqalari ham amal qiladi.

Bozor xo'jaligidagi raqobat kim bo'lishidan qat'iy nazar yaxshi ishlaganlarni yutib chiqishini bildiradi. Shu jihatdan u bozor iqtisodiyotini harakatlantiruvchi kuchi hisoblanadi, iqtisodiy resurslarni tejamli ishlatishga, tovar va xizmatlarni ko'plab va sifatli ishlab chiqarishga undaydi. U xo'jalik yuritishning eng samarali usullarini yuzaga keltiradi, iqtisodiy aloqalarning eng ma'qulini topishga majbur qiladi.

#### **2.4. Biznes subyektlariga xizmat ko'rsatuvchi institutsional va bozor infratuzilmalarni shakllantirish**

Respublikamizda biznes subyektlarining samarali faoliyat yuritishi va rivojlanib borishi ko'p jihatdan ular uchun yaratilgan shart-sharoitlarga bog'liq. Biznes faoliyatining rivojiga qulay imkoniyatlar yaratadigan shart-sharoitlar orasida infratuzilma xizmatini alohida ajratib ko'rsatish lozim.

Kichik biznes subyektlarida ishlab chiqarish kengayib borishi bilan ularning texnik ta'mirlash, moddiy-texnika ta'minoti, mahsulotlarini saqlash, qayta ishlash va sotish, kommunikatsiya va aloqa, maslahat va axborot kabi bir qator xizmat turlariga bo'lgan talabi ortib boraveradi. Chunki kichik biznes subyektlariga yuridik shaxs maqomini berish bilangina ish bitmaydi.

Ularning to'laqonli faoliyatini faqat mukammal tashkil etilgan infratuzilma bo'linmalari orqaligina tasavvur qilish mumkin.

Infratuzilma iqtisodiy tizimning bir bo'lagini tashkil qilib, u ishlab chiqarishning bir maromda faoliyat ko'rsatishi uchun zarur shart-sharoitlar yaratadi.



«Infratuzilma» soʻzi lotin tilidan (infrastructure) tarjima qilinganda «tuzilmadan tashqarida» maʼnosini anglatadi. Iqtisodiy nuqtai nazardan infratuzilma mohiyatiga quyidagi izoh koʻproq mos keladi: «inson hayoti va ijtimoiy ishlab chiqarish jarayonida faoliyatlar almashinuvini taʼminlovchi tovarlar va xizmatlar yaratishda oʻziga xos mehnat jarayonlari majmuasi».

Keyingi yillarda infratuzilma yuksak surʼatlar bilan rivojlanib bormoqda. Buni bir qator omillar bilan izohlash mumkin. Xususan, ishlab chiqarishning oʻsish surʼatlari infratuzilmalar rivojidan oldinda bormoqda va bu iqtisodiyotning rivojlanishiga ham oʻz taʼsirini oʻtkazmoqda.

Infratuzilma juda keng qamrovli tushuncha boʻlib, bu eng avvalo ishlab chiqarish jarayoniga har taraflama xizmat koʻrsatadigan xizmat turlarini yaratish bilan bogʻliq.

Infratuzilma boʻlinmalari rivojlanib borishidan kichik biznes subyektlari katta manfaat koʻra,di, negaki bunday boʻlinmalar ularni ishlab chiqarishga xizmat koʻrsatish bilan bogʻliq boʻlgan ishlardan ozod etib, kuch-gʻayratini asosiy faoliyatiga qaratishga imkon yaratadi.

Infratuzilma tomonidan yaratiladigan sharoitlarni oʻz navbatida quyidagicha turkumlash mumkin:

- bevosita ishlab chiqarish jarayoniga xizmat koʻrsatuvchi - moddiy-texnika taʼminoti va tayyor mahsulotni sotish, axborotni yigʻish va qayta ishlash, buxgalteriya xizmati, texnologik, boshqaruv masalalari boʻyicha maslahat xizmati va boshqalar;

- ishchi kuchini takror ishlab chiqarish shart-sharoitlari- ishchi va xizmatchilarning sogʻligʻini, taʼlim olishi va kasbiy tayyorgarlikni, dam olishlarini qoʻllab-quvvatlash.

Shu paytga qadar infratuzilmani ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmalar yigʻindisidan iborat deb qarab kelingan. Bozor iqtisodiyotiga asoslangan iqtisodiy tizim kirib kelishi bilan ishlab chiqarish infratuzilmasi koʻlami kengayib, «bozor infratuzilmasi» va «institutsional infratuzilma» (1-chizma) soʻzlari isteʼmolga kirib bormoqda<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тадбиркорлик асослари. Ўқув амалий қўлланма. Т.:ЕХ. TEMPUS «Консаудит», 2004.

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

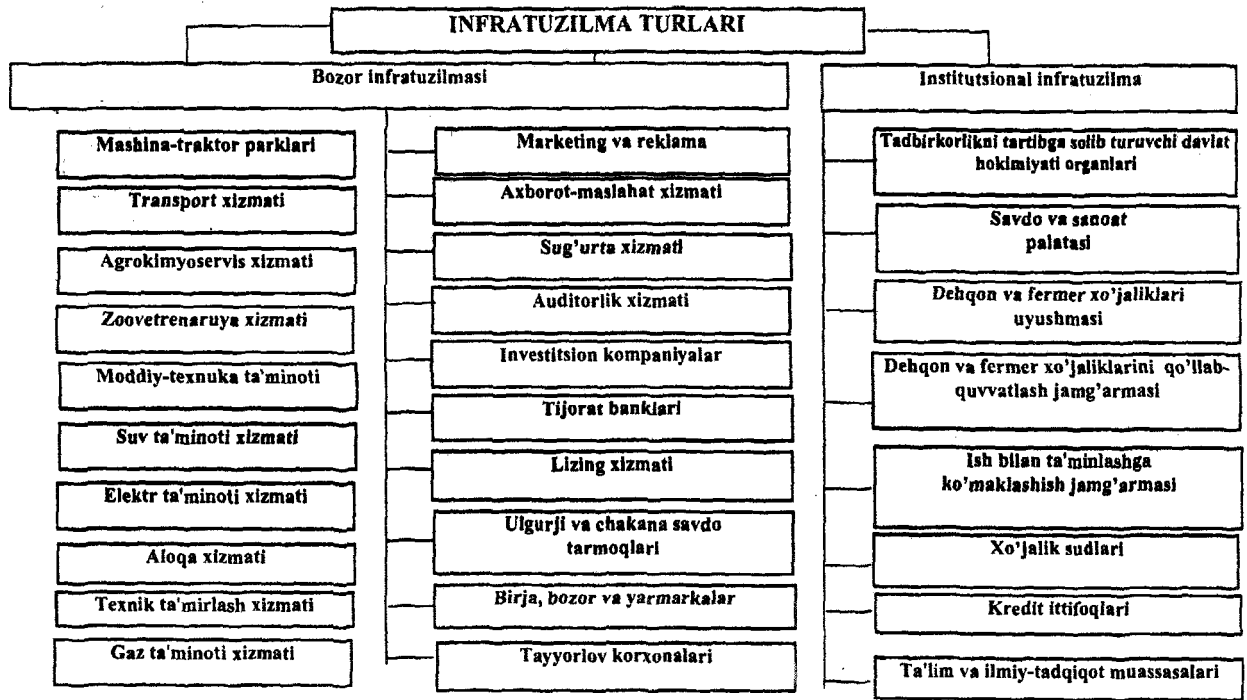
Ijtimoiy infratuzilma ishlab chiqarish jarayonida ishchi va xizmatchilarga normal mehnat faoliyati yaratish va ishchi kuchini takror hosil qilish, shuningdek, tadbirkorlarning turli maishiy xizmat turlariga bo'lgan talabini qondirish uchun xizmat qiladi.

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

Kichik biznes subyektlarini tartibga solib va qo'llab-quvvatlovchi bozor infratuzilmalarini shakllantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Buni yuqori darajada rivojlangan mamlakatlar tajribasi ham tasdiqlaydi. Masalan, AQSHda 1953 yili Kichik va o'rta Biznes ishlari bo'yicha Administratsiya (KBA) tashkil etilgan bo'lib, uning zimmasiga kichik biznesni qo'llab-quvvatlash bo'yicha barcha vazifalar (moliyaviy yordam, texnik va maslahat xizmati, davlat buyurtmalarini olishga ko'maklashish va boshqalar) yuklatilgan.

Biznes subyektlariga xizmat ko'rsatuvchi institutsional va bozor infratuzilmalari keyingi yillarda respublikamizda bozor infratuzilmalarini faol shakllantirish jarayoni boshlandi. Bu jarayonning natijalari sifatida kichik biznes subyektlariga xizmat ko'rsatuvchi brokerlik idoralari, kichik ulgurji va chakana savdo tuzilmalari, lizing, konsalting kompaniyalari, axborot-maslahat markazlari, injiniring, auditorlik firmalari, sug'urta kompaniyalari, transport-ekspeditsiya korxonalari, axborot-reklama byurolari va boshqa turli xil infratuzilmalar tizimi faoliyat ko'rsatmoqda.





1-chizma. Biznes subyektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzilmalar tizimi

## **Qisqacha xulosalar**

Biznes faoliyatini rivojlantirishdagi bozor tushunchasi ahamiyati va uning mohiyatidan kelib chiqqan holda bozorlarni takomillashuvi ham katta ahamiyat kasb etadi. Biznes faoliyatini rivojlantirishdagi sharoitlarni yaratish hukumat ma'suliyatidagi ish hisoblanadi. Uning shakllanishiga ta'sir etuvchi omillar qatoriga davlatning iqtisodiy siyosati, aholining ijtimoiy ahvoli, raqobatning shakllanish darajasi, biznesda raqobatlashish va boshqalarni kiritish mumkin.

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

1. Bozor tushunchasi va ahamiyatini tushuntirib bering.
2. Ayirboshlash tizimida bozorlarning roli va o'rnini nimalardan iborat?
3. Bozorga o'tish sharoitida biznesning o'rnini izohlab bering.
4. Bozorga o'tishda ilg'or davlatlar andozasi va xususiyatlari nimadan iborat?
5. Bozor iqtisodiyotiga o'tishining o'ziga xos xususiyatlarini izohlab bering.
6. Raqobat nima? Uning biznesda tutgan o'rnini va mohiyati nimalardan iborat?
7. Raqobat bosqichlarini izohlab bering.
8. Raqobatning biznesdagi roli nimalardan iborat ekanligini asoslab bering.
9. Raqobatning turlari va vositalari nimalardan iborat?
10. Raqobat strategiyasini tushuntirib bering.

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Муҳиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: «Ўқитувчи», 2003.
2. Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тадбиркорлик асослари. Ўқув амалий қўлланма. -Т.:ЕҲ. TEMPUS «Консаудит», 2004.

3. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательское конкуренции –М.: ООО Марлет Дс корпорейшен, 2004.

**Интернет веб-сайтлари**

Rambler-[http://www.rambler, ru](http://www.rambler.ru);

[www.edu.uz](http://www.edu.uz).

[www.gov.uz](http://www.gov.uz).

**BIZNES FAOLIYATINI TASHKIL ETISHNING O‘ZIGA  
XOS XUSUSIYATLARI****3.1. Biznesni tashkil etish tartibi**

O‘zbekiston Respublikasining mulkchilik to‘g‘risidagi, biznes faoliyatlari to‘g‘risidagi, xususiylashtirish va davlat tasarrufidan chiqarish to‘g‘risidagi va boshqa bir qator me‘yoriy hujjatlarda ko‘p ukladlilik asoslari belgilanib, ular mulkchilikning barcha shakllarining teng huquqliligini qaror toptirish, mulkdorlarning huquqlarini qat‘iy himoyalaniishi, xususiy mulkni yanada himoya qilish, tadbirkorlikni rivojlantirish va chet el investitsiyalarini jalb etishga qaratilgandir.

«O‘zbekiston Respublikasida mulkchilik to‘g‘risida»gi qonunida belgilab qo‘yilgan mulk shakllariga muvofiq quyidagi turdagi biznes faoliyatlariga bo‘linadi<sup>9</sup>:

-O‘zbekiston Respublikasi fuqarolarining, shuningdek ajnabiy fuqarolarning individual (xususiy) mulkiga asoslangan biznes faoliyati;

-jamoat mulkiga asoslangan jamoa, oila, mahalla, ishlab chiqarish kooperativlari; kooperativlarga qarashli, aksiyali jamiyatlarga, mas‘uliyatli cheklangan jamiyatlarga, o‘zga xo‘jalik jamiyatlari yoki shirkatlariga qarashli;

-jamoat tashqi lotlarining, diniy tashqi lotlarining va jamoa mulkchiligining boshqa shakllariga asoslangan biznes faoliyati;

-davlat mulkiga asoslangan respublika davlat, Qoraqalpog‘iston respublikasi davlat korxonalari, kichik va xususiy, viloyatlararo, viloyat, tumanlararo, tuman, shahar davlat korxonalari, kichik va xususiy biznes faoliyatlarining boshqa turlari;

-to‘la yoki ulush qo‘shib ishtirok etishga asoslangan (qo‘shma biznes faoliyatlari) respublika mulki, Qoraqalpog‘iston Respublikasi, ajnabiy huquqiy shaxslar, firmalar va davlatlar mulki bo‘lgan biznes faoliyati;

---

<sup>9</sup> Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тadbirkorлик асослари. Ўқув амалий қўлланма. -Т.:ЕХ. TEMPUS «Консаудит», 2004.

-mulkchilikning aralash shakllariga asoslangan biznes faoliyati.

Mulkchilik shakllaridan qat'iy nazar, biznes faoliyati ishlovchilar soniga qarab kichik biznes faoliyatlari jumlasiga kiritilgan, bunday biznes faoliyatlarini barpo etish va ular faoliyatining o'ziga xos jihatlari, maqomi, ularni ro'yxatga olish shartlari, shuningdek biznes faoliyatlarini bu turga kiritish tartibi, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Vazirlar Mahkamasi va Qoraqalpog'iston Respublikasi Vazirlar Kengashi tomonidan tartibga solinadi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, uni rivojlantirishning huquqiy asoslari, shuningdek rag'batlantirish yo'llari «O'zbekiston Respublikasida tadbirkorlik to'g'risida» va «Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish to'g'risida»gi farmonlarda o'z aksini topdi.

Mazkur qonunlar tadbirkorlikning iqtisodiy va huquqiy mustaqilligiga kafolat beradi, ularning huquq va mas'uliyatini aniqlaydi, tadbirkorlarning boshqa biznes faoliyatlari davlat boshqaruvi idoralari bilan munosabatlarini tartibga soladi. Bundan tashqari, fuqarolarning tadbirkorlik qobiliyatini butun choralar bilan ishga solish, ularning ishbilarmonligini oshirish, tadbirkorlikni rivojlantirishning huquqiy kafolatlarni belgilash asosida bozor munosabatlarini jadallashtirishga qaratilgandir.

Tadbirkorlik to'g'risidagi me'yoriy hujjatlar mulkchilik va xo'jalik yuritish shakllarini erkin tanlash, bu shakllarning tenghuquqlilik asosida amal qilishi, o'zaro hamkorlik va erkin raqobatlashuv ta'minlanadigan sharoitlarning yaratilishiga ko'maklashadi. Tadbirkorlikning o'zi- uning faoliyatini amalga oshirish asoslari va rivojlantirishning asosiy qoidalari nimalardan iborat? Tadbirkorlik-mulkchilik subyektlarining foyda olish maqsadida tavakkal qilib va mulkiy javobgarligi asosida, amaldagi qonunlar doirasida tashabbus bilan iqtisodiy faoliyat ko'rsatishidir.

O'zbekiston Respublikasida tadbirkorlik:

-tadbirkorning shaxsiy mol-mulki asosida;

-tadbirkorning boshqa fuqarolar va yuridik shaxslar, shu jumladan

ajnabiy fuqaroalar va yuridik shaxslarning mol-mulklarini turli shakllarda jalb etishi;

-tadbirkorning davlat va jamoat tashqi lotlari mol-mulklaridan foydalanishi;

-yuqorida qayd etilgan shakllarni qo'shib olib borish asosida amalga oshiriladi.

Biznes subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish uchun ro'yxatdan o'tkazish tartibotlari tizimini tubdan takomillashtirish to'g'risida»gi qarori<sup>10</sup> va shu qaror bilan tasdiqlangan «Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish, hisobga qo'yish va ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish tartibi to'g'risida NIZOM»ga muvofiq amalga oshiriladi. Ushbu qarorda barcha kelishib olish tartibotlari tadbirkorlik subyektlarini amaldagi qonun hujjatlariga rioya qilgan holda ro'yxatdan o'tkazadigan faqat bitta tashqi lot doirasida amalga oshirilishi belgilab berilgan.

Tuman (shahar) hokimliklari huzurida tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspektsiyalari tashkil etilgan bo'lib, ularning asosiy vazifalari etib quyidagilar belgilangan:

- tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishni mo'ljallayotgan ariza beruvchining hujjatlarini hamda buning uchun zarur bo'lgan asoslarni qabul qilish va ekspertizadan o'tkazish;

- tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish maqsadida muhandislik-kommunikatsiyalariga (gaz, energiya, suv, kanalizatsiya, issiqlik bilan ta'minlash, telefon aloqasi tarmoqlari) ulanish, turarjoylarni noturarjoy toifasiga o'tkazish, obyektlarni qurish va rekonstruktsiya qilishga texnik shartlarni belgilangan tartibda rasmiylashtirish, shuningdek, muhr va shtamp tayyorlashga ruxsatnoma olish uchun ularning vakolatlari doirasida majburiy tartibda kelishiladigan va ruxsat olinadigan tegishli tashqi lotlarni aniqlash;

---

<sup>10</sup> Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2003 йил 20 августдаги «Тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш учун рўйхатдан ўтказиш тартиботлари тизимини тубдан такомиллаштириш тўғрисида»ги 357 – сонли қарори.



- yuqorida ko'rsatilgan ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirishni hisobga olgan holda tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish, reestrni yuritish, shuningdek, ularni soliq va statistika organlarida hisobga quyish;

- ariza beruvchiga barcha ruxsat beruvchi hujjatlar bilan uning tadbirkorlik subyekti sifatida davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risida guvohnoma berish.

Tadbirkorlik subyektlarini ariza berilgan sanadan boshlab ruxsat beruvchi hujjatlarni bergan holda davlat ro'yxatidan o'tkazishgacha bo'lgan muddat texnik shartlar va boshqa ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirishning murakkabligini va hajmini hisobga olib, 7 ish kunidan bir oygacha belgilanadi.

Davlat soliq va statistika organlarida hisobga qo'yish bilan bir vaqtda davlat ro'yxatidan o'tkazish:

- Auditorlik va sug'urta tashqi lotlari, birjalar, shuningdek,, xorijiy investitsiya ishtirokidagi korxonalar va Toshkent shahrida tashkil etiladigan bozorlar va qonun hujjatlarida nazarda tutilgan hollarda boshqa tashqi lot - O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi tomonidan;

- Xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar hamda tegishli ravishda viloyatlarda tashkil etiladigan bozorlar va qonun hujjatlarida nazarda tutilgan hollarda boshqa tashqi lotlar —viloyatlar adliya boshqarmalari tomonidan;

- barcha tadbirkorlik subyektlari, shu jumladan,, xorijiy sarmoya ishtirokidagi korxonalar - tumanlar va shaharlar hokimliklari huzuridagi tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyalari tomonidan amalga oshiriladi.

Korxonalar va tashqi lotlarning yagona davlat registri joylardagi statistika organlari tomonidan to'ldiriladigan ro'yxatdan o'tkazish kartalari asosida O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi tomonidan yuritiladi.

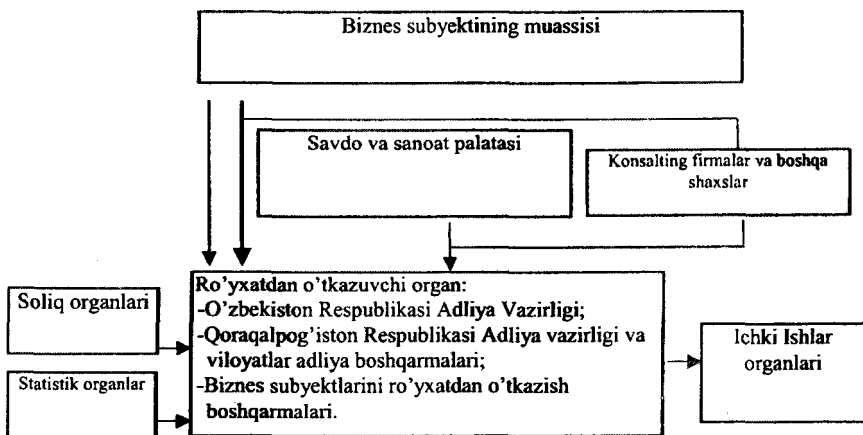
Tadbirkorlik subyekti davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi uchun davlat boji yoki ro'yxatdan o'tkazish yig'imi to'lanadi.

Biznes subyektlari davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi uchun Inspeksiyalarda ro'yxatdan o'tkazish yig'imi undiriladi, ularning

stavkalari davlat hokimiyati vakil organlari tomonidan belgilanadi.

Inspeksiya tomonidan ruxsat beruvchi hujjatlar rasmiylashtirilganda tegishli ruxsat beruvchi hujjatlar berilganligi uchun vakolatli organlar xizmatlariga haq to'lash faqat Inspeksiya orqali amalga oshiriladi. Yuridik shaxs maqomidagi tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish va ularni hisobga qo'yish tartibi quyidagicha (2-chizma):

1. Dastlab ta'sis hujjatlari tayyorlanadi. Bunda ta'sis hujjatlarini tadbirkorlarning o'zlari yoki ularning xohishiga ko'ra, Savdo va sanoat palatasining tuzilmalari (axborot-maslahat markazlari), konsalting xizmatlari yoki boshqa shaxslar tayyorlab berishlari mumkin.



2-chizma. Biznes subyektlarini (yuridik shaxs tashkil etgan holda) davlat ro'yxatidan o'tkazish va hisobga qo'yish tartibi<sup>11</sup>

2. Ta'sis hujjatlari davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun ro'yxatdan o'tkazuvchi organga (shaxsan kelib yoki pochta orqali) ariza bilan taqdim etiladi. Davlat ro'yxatidan o'tkazish to'g'risidagi arizaga:

<sup>11</sup> Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2003 йил 20 августдаги 357 – сонли қарори билан тасдиқланган «Тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатидан ўтказиш, ҳисобга қўйиш ва рўхсат берувчи ҳужжатларни расмиylаштириш тартиби тўғрисидаги НИЗОМ».

- ta'sis hujjatlarining notarial tasdiqlangan ikki asl nusxasi (davlat korxonalari negizida tashkil etilgan aksiyadorlik jamiyatlarini ro'yxatdan o'tkazish uchun notarial tasdiqlangan ta'sis hujjatlari talab etilmaydi);

- tadbirkorlik subyekting pochta manzilini tasdiqlovchi hujjat (fermer va dehqon xo'jaliklari, shuningdek, davlat korxonalari negizida tashkil etiladigan aksiyadorlik jamiyatlari bundan mustasno);

- davlat bojining yoki ro'yxatdan o'tkazish yig'imining belgilangan miqdori to'langanligi to'g'risidagi bank to'lov hujjati (dehqon xo'jaliklari, shuningdek, davlat korxonalari negizida tashkil etiladigan aksiyadorlik jamiyatlari bundan mustasno);

- belgilangan tartibda shahar (tuman)lar statistika organlari tomonidan berilgan firma nomi to'g'risidagi guvohnoma;

- muhr va shtamp eskizlari uch nusxada ilova qilinadi.

Bu hujjatlarga qo'shimcha ravishda:

a) bozorlarni davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun - uni tashkil etishga shahar (tuman) hokimligining roziligi (yoki qarori);

b) xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar va xorijiy sarmoya ishtirokidagi boshqa tashqi lozlarni davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun:

- xorijiy muassis to'g'risida yuridik shaxs ro'yxatdan o'tkazilgan joydagi savdo reestridan ko'chirma va O'zbekiston Respublikasining konsullik muassasasi tomonidan belgilangan tartibda legalizatsiya qilingan, bo'lar mavjud bo'lmagan taqdirda, muassis ro'yxatdan o'tkazilgan davlat Tashqi ishlar vazirligida, mamlakatning O'zbekiston Respublikasidagi konsullik muassasasidagi yoki diplomatik vakolatxonasida legalizatsiya qilinadi.

s) bir nafardan ortiq shaxs tomonidan tashkil etilayotgan aksiyadorlik jamiyatlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun ta'sis yig'ilishi (konferensiya) bayonnomasi;

d) cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlarni va xo'jalik shirkatlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun har bir muassis tomonidan ustav fondiga ta'sis hujjatlarida ko'rsatilgan o'z

ulushining 30 foizi to'langanligini tasdiqlovchi bank ma'lumotnomasi taqdim etiladi.

Tadbirkorlik subyektining Ustavi, mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha majburiyatli jamiyatlar uchun - ta'sis shartnomasi va ustav, to'liq va kommandit shirkatlar uchun esa faqat ta'sis shartnomasi tadbirkorlik subyektini - yuridik shaxs tomonidan ro'yxatdan o'tkazuvchi organga taqdim etiladigan ta'sis hujjati hisoblanadi.

Firma nomi to'g'risidagi guvohnomani olish uchun tadbirkorlik subyektini muassasa tuman (shahar) statistika organlariga murojaat qiladi. Arizani ko'rib chiqish va firma nomi to'g'risidagi guvohnomani yoki shunga o'xshash firma nomi mavjudligi to'g'risidagi axborotni berish muddati uch ish kunidan oshmasligi kerak.

Firma nomi to'g'risidagi guvohnoma yoki shunga o'xshash firma nomi mavjudligi to'g'risida axborot berilganligi uchun to'lov undirilmaydi.

Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ taqdim etilgan hujjatlarni o'rganib chiqish asosida tadbirkorlik subyektini tegishli organlarda hisobga qo'ygan holda ro'yxatdan o'tkazish yoki tegishli asoslar bo'lgan holda rad etish to'g'risida qaror qabul qiladi. Tadbirkorlik subyektini davlat ro'yxatidan o'tkazishga qaror qilinganda ro'yxatdan o'tkazuvchi organ Ichki ishlar vazirligi organlaridan muhr va shtamplarni tayyorlashga ruxsatnomani ham oladi.

Tadbirkorlik subyektiga davlat ro'yxatidan o'tkazilganlik to'g'risidagi guvohnoma hamda muhr va shtamp tayyorlashga Ichki ishlar vazirligi organlarining ruxsatnomasi beriladi.

Yakka tartibdagi tadbirkorlar va yuridik shaxs bo'lmasdan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklarini davlat ro'yxatidan o'tkazish quyidagi tartibda amalga oshiriladi. Davlat ro'yxatidan o'tish uchun yakka tartibdagi tadbirkor tomonidan yashash joyidagi Inspektsiyaga (shaxsan hozir bo'lgan holda) davlat ro'yxatidan o'tkazish to'g'risida ariza taqdim etiladi.

Davlat ro'yxatidan o'tkazish to'g'risidagi arizaga 3x4 sm. o'lchamli ikkita fotosurat, ro'yxatdan o'tkazish yig'imining belgilangan

miqdori to'langanligi to'g'risidagi bank to'lov hujjati, muhr va shtamp eskizlari uch nusxada taqdim etiladi. Ariza berishda pasport ko'rsatiladi.

### **3.2. Biznesni tashkil etishning xususiyatlari va ularning mazmuni**

Biznes faoliyatlarini barpo etish va uni ro'yxatdan o'tkazish quyidagi tartibda amalga oshiriladi:

1. Biznes faoliyatini barpo etishning umumiy shart-sharoitlari:

a) biznes faoliyati mol-mulk egasi yoki u vakillik qilgan idora, tashqi lot qaroriga muvofiq, yo bo'lmasa ta'sis etuvchilar guruhi va ayrim ta'sis etuvchi shaxslar qarori bilan ushbu hamda O'zbekiston Respublikasi boshqa qonun hujjatlarida ko'zda tutilgan tartibda barpo etiladi;

b) biznesda ishlab turgan biznes faoliyatlari tarkibidan bitta yoki bir nechta tarkibiy bo'linmaning shu bo'linma mehnat jamoasi tashabbusi bilan ajralib chiqishi natijasida, agar bunday ajralib chiqish uchun biznes faoliyati mol-mulk egasining (u vakil qilgan idora, biznes faoliyati va tashqi lotning) roziligi bo'lsa va biznes faoliyati ilgari o'z zimmasiga olgan majburiyatlarning bajarilishi ta'minlansa tuziladi;

s) biznes faoliyatini barpo etish va uning faoliyati uchun yer uchastkasi, boshqa tabiat resurslari talab qilinadigan hollarda ulardan foydalanishga ruxsatnomani hokimiyat idorasi, tegishli qonun hujjatlarida kuzda tutilgan hollarda esa ekologiya ekspertizasining ijobiy xulosasi bo'lgan taqdirda tabiatdan foydalanuvchi tegishli boshlangich tashqi lot tomonidan ham beriladi. Yer uchastkasi va boshqa tabiat resurslarini berish rad etilganida O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlarida ko'zda tutilgan tartibda shikoyat qilinishi mumkin;

d) biznes faoliyati davlat ro'yxatidan o'tgan kundan boshlab barpo etilgan deb hisoblanadi va huquqiy shaxs huquqini oladi.

2. Biznes faoliyatini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi:

a) biznes faoliyati agar O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlarida o'zgacha tartib kuzda tutilgan bo'lmasa, biznes faoliyati

joylashgan erdagi mahalliy hokimiyat va boshqaruv idoralari tomonidan davlat ro'yxatidan o'tkaziladi. Biznes faoliyati davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi ma'lumotlar O'zbekiston Respublikasi yagona davlat reestriga kiritish uchun 10 kun muddat ichida Moliya vazirligiga xabar qilinadi;

b) biznes faoliyatini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun tegishli mahalliy hokimiyat va boshqaruv idorasi bu biznes faoliyatini barpo etish to'g'risidagi qaror, ustav hamda me'yoriy hujjatlarda belgilab qo'yilgandek ro'yxat bo'yicha boshqa hujjatlar taqdim etiladi;

Biznes faoliyati tegishli mahalliy hokimiyat va boshqaruv idorasiga zarur hujjatlar ilova qilinib ariza topshirilgan paytdan boshlab o'zog'i bilan 30 kunda davlat ro'yxatidan o'tkaziladi;

s) biznes faoliyatini barpo etishning O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlarida belgilab qo'yilgan tartibi buzilganligi, shuningdek ta'xis hujjatlari qonun talablariga mos kelmasligi sabablariga ko'ra biznes faoliyatini davlat ro'yxatidan o'tkazish rad etilishi mumkin.

d) biznes faoliyatini davlat ro'yxatidan o'tkazganlik uchun undan O'zbekiston Respublikasi qonunlarida belgilab qo'yiladigan miqdorida haq olinadi. Olingan mablag' mahalliy hokimiyat va boshqaruv idorasi tomonidan biznes faoliyati ro'yxatdan o'tkazilgan joydagi tuman, shahar, shahardagi tuman byudjetiga o'tkaziladi.

3. Biznes faoliyatining ustav asosida ish olib borish tartibi.

-biznes faoliyatining nomi, uning qayerda joylashganligi;

-faoliyat turi va maqsadlari;

-uning boshqaruv va nazorat organlari, ularning vakolatlari;

-biznes faoliyati mol-mulkini tashkil etish va foydani taqsimlash

tartibi;

-biznes faoliyatini qaytadan tashkil etish va uning faoliyatini

to'xtatish shartlari. 4. Biznes faoliyatini boshqarishni tashkil etishning

umumiy qoidalari. Biznes faoliyati o'z ustaviga muvofiq boshqariladi.

Biznes faoliyati boshqaruv strukturasi, shakli va uslublarini mustaqil aniqlaydi, shtatlarni belgilaydi<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тадбиркорлик асослари. Ўқув амалий қўлланма. Т.:ЕХ. TEMPUS «Консаудит», 2004.

5. **Biznes faoliyatining mehnat jamoasi, uning vakolatlari.** O'z mehnati bilan biznes faoliyatida mehnat shartnomasi (bitim, kelishuvi), shuningdek xodimning biznes faoliyati bilan mehnat munosabatlarini tartibga soluvchi boshqa shakllar asosida qatnashuvchi barcha fuqarolar shu biznes faoliyatining mehnat jamoasini tashkil etadilar.

6. **Jamoa shartnomasi.** Jamoa shartnomasi hamma turdagi biznes faoliyatlarda tuzilishi mumkin va u amaldagi qonunlarga zid bo'lmazligi lozim. Biznes faoliyatidagi ishlab chiqarish va mehnat munosabatlari, mehnatni muhofaza qilish, jamoaning ijtimoiy taraqqiyoti va jamoa a'zolarining salomatligi masalalari jamoa shartnomasi (bitimi) bilan tartibga solinadi.

7. **Tadbirkorning huquqlari.** U quyidagilardan iborat:

-mamlakat territoriyasida yashovchi va faoliyat yurituvchi har bir fuqaro xo'jalik yurituvchi boshqa subyektlar bilan teng asoslarda qonunlarda belgilangan shartlarga rioya qilgan holda biznes faoliyatini vujudga keltirish, ta'sis etish, sotib olish va qayta tuzish yo'li bilan tadbirkorlik faoliyatini boshlash va davom ettirishi;

-bu faoliyatni bajarish uchun boshqa yuridik shaxslar va fuqarolarning mol-mulki hamda pul mablag'larini ixtiyoriy asoslarda jalb etishi, xodimlarni mustaqil yollash va ishdan bo'shatishi;

-tadbirkorlikdan qonunlarda belgilangan tartibda soliqsolinadigan cheksiz miqdorda shaxsiy daromad orttirishi, ijtimoiy ta'minlanish va ijtimoiy sug'urta qilish huquqlariga egadirlar.

8. **Tadbirkorning majburiyatlari.** U quyidagilardan iborat:

-tadbirkor amaldagi qonunlardan hamda o'zi tuzgan bitimlardan kelib chiqadigan barcha majburiyatlarni bajarishi;

-yollanib ishlayotgan xodimlar bilan qonunlarga muvofiq mehnat shartnomalari (bitimlar) tuzishi, yollanib ishlayotgan xodimlarni ijtimoiy va tibbiy sug'urta qilishi;

-ishga jalb etilgan barcha xodimlar bilan tuzilgan bitimga muvofiq, biznes faoliyatining moliyaviy ahvolidan qat'iynazar, to'la hisob-kitob qilishi;

-maxsus bilim va ko'nikma talab qilinadigan ishlarga faqatgina zarur tayyorgarlikka ega, kasb-kori jihatidan yaroqli va tegishli

ma'lumotga ega bo'lgan shaxslariga jalb etishi muqarrardir.

9. Tadbirkorning mas'uliyatlari. Soliq va kredit majburiyatlarining, tuzilgan bitimlarining ijrosi, boshqa subyektlarning mulkiy huquqlarni buzganligi, bexatar mehnat sharoitlariga rioya etmasligi, iste'molchilarga odamlarning salomatligiga zarar yetkazadigan mahsulot yetkazib berganligi, atrof-muhitga zarar yetkazganligi, yakka hokimlikka qarshi qonunlarni buzganligi uchun, tadbirkor o'z mol-mulk doirasida amaldagi qonunlarga muvofiq javobgar bo'lib hisoblanadi.

10. Moliya va kredit munosabatlari. Foyda, amortizatsiya ajratmalari, qimmatli qog'ozlarni sotishdan tushgan pul, mehnat jamoasi a'zolarining, biznes faoliyatlari, tashqi lotlar, fuqarolarning pay va o'zga badallari, shuningdek, boshqa tushumlar biznes faoliyati moliyaviy resurslarini tashkil etuvchi manbalardir.

### **3.3. Kichik biznesni davlat tomonidan tartibga solish va qo'llab-quvvatlash shakllari va usullari**

Jahon tajribasi kichik biznesni davlat tomonidan doimiy ravishda qo'llab-quvvatlash zarurligini ko'rsatmoqda.

Biznes subyektlari faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish va qo'llab-quvvatlash zaruriyati davlatning oldiga bir qator vazifalarni qo'yadi<sup>13</sup>:

1. Huquqiy kafolatlar berish, himoyalash va tartibga solish vazifasi - tadbirkorlarning barqaror rivojlanishini hamda ularning boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlar bilan teng sharoitlarda faoliyat yuritishini ta'minlashga imkon beruvchi qonuniy-me'yoriy hujjatlarni qabul qilish hamda ularga rioya etilishi ustidan nazorat yuritishni nazarda tutadi.

2. Rag'batlantirish vazifasi - xususiy biznes tashabbusi, adolatli raqobat kurashi hamda ularga xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlar faoliyatini turli iqtisodiy dastaklar yordamida rag'batlantirish va qo'llab-quvvatlash choralari o'z ichiga oladi.

<sup>13</sup> Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тadbirkorлик асослари. Ўқув амалий қўлланма. -Т.:ЕХ. TEMPUS «Консаудит», 2004.



3. Taqsimlash vazifasi - ijtimoiy adolat va himoyalash vositasi sifatida daromadlarni qayta taqsimlash, shuningdek, tadbirkorlarning moddiy-texnikaviy resurslardan imtiyozli asoslarda foydalanishiga sharoit yaratish maqsadida resurslar taqsimotiga tuzatishlar kiritish bilan bog'liq.

4. Axborot-maslahat ta'minoti vazifasi - tadbirkorlarning axborot ta'minoti tizimidan teng sharoitlarda, to'siqlarsiz foydalanish imkoniyatini yaratish, ular uchun iqtisodiy muammolarning samarali yechimini topish, xom ashyo va resurslar ta'minoti, ilg'or texnika va texnologiyalarni qo'llash yuzasidan maslahatlar berishni nazarda tutadi.

5. Ijtimoiy kafolatlash vazifasi - ijtimoiy ta'minot va himoyalashning samarali tizimini yaratish, shuningdek, tadbirkorlarning ta'lim, sog'liqni saqlash va madaniy tadbirlarga bo'lgan ehtiyojini qondirish bilan bog'liq chora-tadbirlarni o'z ichiga oladi.

6. Tashqi iqtisodiy faoliyatni muqobillashtirish vazifasi - xalqaro bozorlarda tadbirkorlarning manfaatlarini himoyalash, imtiyozli bojxona tariflari va soliqlar orqali eksport uchun qulay iqtisodiy muhit hosil qilish tadbirlaridan iborat.

Davlat biznes subyektlari faoliyatini respublikada amalda bo'lgan qonunchilik doirasida tartibga solib turadi. Bu, birinchi navbatda, ularni tashkil etish va faoliyat ko'rsatishi bo'yicha qoidalarni belgilash, yerdan foydalanish, mehnat, mol-mulk va boshqa munosabatlarni tartibga solish hamda buxgalteriya, soliq va statistika hisobotlarini yuritish tartiblarini joriy etish va boshqalarni nazarda tutadi.

O'zbekistonda kichik biznesni davlat tomonidan tartibga solish va qo'llab-quvvatlash quyidagi yo'nalishlarda amalga oshirilmoqda:

- tadbirkorlarning ishbilarmonlik faolligini oshirish, fuqarolarning biznes faoliyati bilan erkin shug'ullanishlari va undan manfaatdorligining kafolatli tizimini yaratish hamda ularning qonuniy huquqlari va manfaatlarini muhofaza qilish;

- kichik biznes korxonalarini yaratilishi va faoliyatining me'yoriy-huquqiy negizini takomillashtirish;

- kichik biznes korxonalarining kredit manbalari va sarmoyalardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish;

- biznes xatarlaridan barqaror himoyalaniшни ta'minlash uchun sug'urta tizimining ahamiyatini oshirish;

- biznes sohasiga investitsiyalarni (shu jumladan, chet el investitsiyalarini), zamonaviy texnologiyalar va uskunalarni jalb etish;

- kichik biznesga xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzilmalarini kengaytirish va rivojlantirish;

- kichik korxonalarining xom ashyo, axborotlar va texnologiyalardan erkin va to'siqlarsiz foydalanish imkoniyatini kengaytirish, ular tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotni ichki va tashqi bozorlarda sotish tizimini takomillashtirish;

- kichik biznes faoliyati ko'rsatkichlarining buxgalterlik hisobi va tahlili tizimini takomillashtirish, ular uchun davlat statistika, buxgalteriya va soliq hisobotining soddalashtirilgan tartibini joriy etish;

- biznes faoliyati subyektlari samarali faoliyat yuritishi uchun ularni zaruriy iqtisodiy, statistik, ishlab chiqarish-texnologik, ilmiy-texnik va boshqa xil axborotlar bilan ta'minlash;

- soliqlar, yig'imlar va tariflar bo'yicha imtiyozlar belgilash.

- kichik biznes uchun kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini rivojlantirish va boshqalar.

Davlatning biznes subyektlarini rivojlantirishni tartibga solish va qo'llab quvvatlash sohasidagi faoliyati ma'lum bir shakllar hamda usullar asosida olib boriladi. Davlat biznes subyektlari faoliyatiga ma'muriy, iqtisodiy yoki institutsional usullar yordamida bevosita yoki bilvosita ta'sir o'tkazadi.

Davlat biznes subyektlari faoliyatini ma'muriy usullar yordamida tartibga solsa, iqtisodiy yoki institutsional usullar yordamida ularni qo'llab-quvvatlash choralari amalga oshiradi.

Ma'muriy usullar yordamida xususiy mulk va biznes erkinligi daxlsizligini himoyalash va kafolatlar berish, monopoliyani cheklash va qaloq raqobatni muhofaza qilish, qonun ustuvorligini

ta'minlash, davlat tomonidan qabul qilingan huquqiy-me'yoriy tartiblarga rioya etilishini nazorat etish kabi muhim tadbirlarni amalga oshirish ta'minlanadi.

Iqtisodiy usullar yordamida davlat bozor jarayonlarining rivojlanishini davlatning iqtisodiy siyosatiga mos yo'nalishga solish uchun ta'sir etish choralari qo'llaydi. Iqtisodiy usullar yordamida kichik biznesni tartibga solish va qo'llab-quvvatlash moliya, pul-kredit, soliq, bojxona, baho, sug'urta va boshqa dastaklar orqali ta'minlanadi.

Iqtisodiy va institutsional usullar orqali biznes subyektlarini qo'llab-quvvatlash ko'proq ahamiyat kasb etib boraveradi. Chunki, ular biznes va tanlov erkinligi, shaxsiy manfaatdorlik va sog'lom raqobat muhitida biznes subyektlarining samaradorligini yuksaltirishda davlatning rag'batlantiruvchilik rolini yuzaga chiqaradi.

Davlatning iqtisodiy jarayonlarga ta'siri darajasiga ko'ra, tartibga solishning bevosita va bilvosita usullari mavjud.

Bevosita qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlari to'g'ridan-to'g'ri biznes subyektlariga yo'naltirilgan bo'ladi va ularning moddiy ahvolini yaxshilash hamda iqtisodiy samaradorligini oshirishga xizmat qiladi. Bunday chora-tadbirlar sarasiga soliqlar to'lashda yengilliklar joriy etish, imtiyozli shartlar va foizlarda kreditlar berish, davlat buyurtmasi bo'yicha harid qilinadigan mahsulotlarga kafillangan baholar belgilash, eksport-import operatsiyalarida qulay tariflar va to'lovlar o'rnatish kabi iqtisodiy dastaklar kiradi.

Ba'zan davlat biznes subyektlariga qulay shart-sharoitlar yaratish va ularning samaradorligini oshirish maqsadida bilvosita qo'llab-quvvatlash choralari ishga soladi. Bilvosita qo'llab-quvvatlashda davlat ma'lum bir sohalarda to'g'ridan-to'g'ri biznes subyektlariga imtiyozlar yaratmasdan, balki ularga xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlar korxonalariga imtiyozlar yaratadi. Bundan asosiy maqsad ushbu korxonalarining tadbirkorlarga yetkazib berayotgan tovar-moddiy qiymatliklari hamda xizmatlarining narxini sezilarli darajada pasaytirish va pirovard natijada biznes subyektlariga qulay iqtisodiy sharoitlar yaratib berishdir.

### **3.4. Biznesni davlat tomonidan moliyaviy qo'llab-quvvatlash**

Davlat kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining huquqlari hamda qonuniy manfaatlariga rioya etilishini kafolatlaydi, erkin raqobat uchun shart-sharoit yaratadi, moddiy, moliyaviy, mehnatga oid va boshqa resurslardan foydalanishda teng imkoniyatlarni ta'minlaydi.

Vazirliklar, davlat qo'mitalari, idoralar va mahalliy davlat hokimiyati organlarining kichik biznes va xususiy tadbirkorlik masalalariga oid, hamma uchun majburiy bo'lgan normativ hujjatlari tegishlicha Adliya vazirligida, uning mahalliy organlarida huquqiy ekspertizadan o'tkazilishi, davlat ro'yxatiga olinishi zarur, bu hujjatlar ommaviy axborot vositalarida e'lon qilinadi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari faoliyatining xizmat yoki tijorat siri bo'lgan axborotlarning himoya qilinishi kafolatlanadi. Davlat organlari va boshqa organlarning, ulardagi mansabdor shaxslar va xodimlarning, me'yoriy hujjatlarida nazarda tutilgan hollarni istisno etganda, kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlari faoliyatiga aralashuviga yo'l qo'yilmaydi.

Davlat tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining mol-mulki olib qo'yilishiga yo'l qo'yilmaydi, qonun hujjatlarida belgilangan hollar va tartibda olib qo'yish bundan mustasnodir<sup>14</sup>.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni shakllantirish, rivojlantirish jarayonlarini tartibga solish va rag'batlantirish davlat tomonidan normativ-huquqiy negizni takomillashtirish, infrastrukturani shakllantirish hamda kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlari faoliyati uchun shart-sharoit yaratish asosida iqtisodiy ta'sir ko'rsatish yo'li bilan amalga oshiriladi.

Bu borada mahalliy davlat hokimiyati organlari o'z vakolatlari doirasida:

-kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari uchun mahalliy soliqlar va yig'imlar bo'yicha imtiyozlar belgilaydi;

<sup>14</sup> Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тadbirkorlik asoslari. Ўқув амалий қўлланма. Т.:ЕХ. TEMPUS «Консаудит», 2004.

-kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning hududiy dasturlarini ishlab chiqadilar;

-kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlarini aniqlaydilar.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish Vazirlar Mahkamasi va mahalliy davlat hokimiyati organlari tomonidan ishlab chiqiladigan kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning davlat hamda hududiy dasturlariga muvofiq amalga oshiriladi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning davlat va hududiy dasturlari bozor infrastrukturasi vujudga keltirishni, qulay tadbirkorlik muhitini shakllantirishni hamda kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni iqtisodiy rag'batlantirish tadbirlarini o'z ichiga oladi.

Dasturlarni moliyaviy ta'minlash kichik va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash fondlari, xalqaro dasturlar bo'yicha, xususiy va boshqa manbalardan jalb etilgan mablag'lar hisobiga amalga oshiriladi. Kichik va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash fondlari tomonidan ajratiladigan mablag'lar quyidagi maqsadlar uchun beriladi:

-kreditlar, shu jumladan imtiyozli kreditlar berish asosida investitsiya loyihalarini moliyaviy ta'minlash;

-ustav sarmoyasida ishtirok etish;

-maslahat va axborot xizmatlari ko'rsatish shaklida texnik jihatdan ko'maklashish;

-infrastrukturani rivojlantirishga ko'maklashish;

-olinayotgan kreditlar uchun kafolatlar, majburiyatlar va kafilliklar berish yo'li hamda qo'llab-quvvatlashning boshqa shakllari bilan kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlarini rivojlantirishni rag'batlantirish uchun hosil qilinadi.

-qishloq joylardagi kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlarini, shuningdek raqobatbardosh va eksportga mo'ljallangan mahsulotlar ishlab chiqarish va shunday xizmatlar ko'rsatish yuzasidan kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlarini barpo etish kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirishning ustuvor yo'nalishlari bo'lib hisoblanadi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatlarini barpo etishda davlat tasarrufidan chiqarilayotgan va xususiylashtirilayotgan asosiy fondlar qiymatining imtiyozli indeksatsiyasi qo'llaniladi.

Davlat boshqaruv organlari kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlari zamonaviy uskuna va texnologiyalar olishga, texnoparklar, lizing, biznes faoliyatlari, biznes inkubatorlar, ishlab chiqarish-texnologiya markazlari va infrastrukturaning boshqa obyektlari tarmog'ini barpo etishga yordam berish yuzasidan tadbirlar ishlab chiqilishi va amalga oshirilishini ta'minlaydilar, ixtisoslashgan ulgurji bozorlar, yarmarkalar barpo etish va tashkil etishda yordamlashadilar.

Davlat boshqaruv organlari mahsulotlar harid etish va yetkazib berish, xizmatlar ko'rsatish uchun shartnomalarni tuzish vaqtida buyurtmalarni tanlov asosida kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlariga tasimlab berishlari ham mumkin.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari o'z mahsulotlari va xizmatlarini, mavjud talab-ehhtiyojlardan kelib chiqib erkin baholarda realizatsiya qiladilar.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatlariga imtiyozli kreditlarni berish kichik va xususiy tadbirkorlik qo'llab-quvvatlash Fondi tomonidan amalga oshiriladi.

Ixtisoslashgan sug'urta agentliklari tadbirkorlik tavakkalchiliklaridan hamda kreditlar qoplanmaganligi uchun qarzdorni javobgarlikdan imtiyozli shartlarda sug'urta yo'li bilan himoya qilish majburiyatini o'z zimmasiga oladilar.

Tijorat banklari kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlariga zarar yetkazganligi uchun, shu jumladan boy berilgan foyda tarzida zarar yetkazganligi uchun me'yoriy (qonun) hujjatlarida belgilangan tartibda javobgar bo'ladilar.

### **3.5. Biznesni qayta tashkil etish va yopish tartibi**

Biznes faoliyatini tugatish va qayta tashkil etish (birlashtirish, qushish, bo'lib yuborish, ajratish, qaytadan tuzish), biznes faoliyati mol-mulki egasining yoki shunday biznes faoliyatlarni tugatishga vakolatli bo'lgan idoralar qaroriga binoan yoxud sud yoki hakamlik

sudining qaroriga binoan amalga oshiriladi. Singan biznes faoliyatlarni tugatish qonun hujjatlari bilan tartibga solinadi.

Biznes faoliyati davlat ro'yxati reestridan chiqarib yuborilgan paytdan boshlab qayta tashkil etilgan yoki tugatilgan hisoblanadi.

Biznes faoliyatini qayta tashkil etish va tugatish davomida ishdan bo'shatilayotgan xodimlarga me'yoriy hujjatlarda belgilanganga muvofiq ularning huquqlari va manfaatlariga rioya etilishiga kafolatlar beriladi.

Biznes faoliyati boshqa biznes faoliyati bilan qo'shilgan taqdirda mazkur biznes faoliyatlarning xar biriga taalluqli barcha mulkiy huquqlar va majburiyatlar qo'shilish natijasida vujudga kelgan biznes faoliyatiga o'tadi. Bunda uning barcha mulkiy huquqlari va majburiyatlari qo'shib olgan biznes faoliyatiga o'tadi.

Biznes faoliyati bo'lib yuborilgan taqdirda qaytadan tashkil etilgan biznes faoliyatining mulkiy huquqlari va majburiyatlari ana shu bo'lib yuborish natijasida vujudga kelgan yangi biznes faoliyatlarga bo'lib yuborish hujjatlari (balansi) ga muvofiq tegishli qismlarda o'tadi.

Davlat biznes faoliyatlari uchun kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish tizimini rivojlantirishni ta'minlaydi. qishloq joylardagi kichik va xususiy tadbirkorlik uchun kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish bilan shug'ullanuvchi muassasalar va tashqi lotlar me'yoriy hujjatda belgilangan tartibda imtiyozlardan foydalanadilar.

### **Qisqacha xulosalar**

Mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishda asosiy va uni yanada ravon izga solishda biznes faoliyati katta ahamiyat kasb etadi. Shuning uchun ham biznes subyektlarini tashkil qilish va uni davlat tomonidan har tomonlama qo'llab-quvvatlash davlatni va aholi turmush darajasini yaxshilashga imkon hosil qiladi

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

1. Biznesni tashkil etish huquqiy asoslari nimadan iborat?
2. Biznes faoliyati tushunchasi, ahamiyatini izohlab bering.

3. Biznesni rivojlantirishni qoidalari nimalardan iborat?
4. Biznes faoliyatini tashkil etish, boshqarish tartibi.
5. Tadbirkorning huquq va burchlari nimalardan iborat?
6. Biznesda moliya-kredit munosabatlari qanday?
7. Davlat tomonidan biznesni rag'batlantirish yo'nalishlari nimalardan iborat?
8. Davlat tomonidan biznesni qo'llab-quvvatlash yo'nalishlari nimalardan iborat?
9. Biznesning tashqi iqtisodiy faoliyat yuritish tartibi?
10. Biznes faoliyatini nazorat qilish, tugatish va qayta tashkil etish shartlari nimalardan iborat?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Муҳиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: «Ўқитувчи», 2003.
2. Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тadbirkorлик асослари. Ўқув амалий қўлланма. -Т.:ЕҲ. TEMPUS «Консаудит», 2004.
3. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательское конкуренции –М.: ООО Марлет Дс корпорейшен, 2004.
4. Предпринимательство: Учебник/Под ред. М.Г. Лапусты.- 3-е изд., испр. и доп.-М.: ИНФРА-М, 2003.

### **Интернет веб-сайтлари**

Rambler-[http://www/rambler, ru](http://www/rambler.ru);  
Yandex- <http://yandex/ru>;  
[www.gov.uz](http://www.gov.uz).



## IV BOB

# BIZNESDA MULK TUSHUNCHASI VA MULKCHILIK SHAKLLARI

### 4.1. Mulk shakllarining turlari va tarkibi

O'zbekiston Respublikasida «Mulkchilik to'g'risida» qonun qabul qilingan va bu qonunning 4-moddasida kursatilishicha O'zbekiston Respublikasida mulk quyidagi shakllarga bo'linadi<sup>15</sup>:

-fuqarolarning shaxsiy va xususiy mulki;

-jamo'a mulki, shu jumladan oilaviy, maxalla, kooperativ mulk, ijaraga olingan biznes faoliyati mulki, aksiyadorlar jamiyati, davlat Biznes faoliyati jamoasining jamoat tashqi lotlari va diniy tashqi lotlarning mulki, turli xo'jalik birlashmalari va uyushmalari mulki, yuridik shaxs hisoblangan boshqa jamoalar mulki;

-davlat mulki;

-aralash mulk;

-qo'shma korxonalar, ajnabiy fuqarolar, tashqi lotlar va davlat, shuningdek ajnabiy yuridik shaxslar mulki shaklida yuzaga chiqadi.

O'zbekiston Respublikasida mulkning hamma shakllari teng huquqlidir. Shaxsiy mulk - individual o'zlashtirishni bildiradi, ammo xususiy mulkdan farqli o'laroq daromad topishga xizmat qilmaydi, balki shaxsiy ehtiyojini qondirishga qaratiladi.

Xususiy va shaxsiy mulk birgalikda fuqarolar mulki deyiladi.

Jamo'a mulki- boylkning muayyan maqsad yo'lida ayrim jamoalarga birlashgan kishilar tomonidan birgalikda o'zlashtirilishidir.

Jamo'a mulkining afzalligi shuki, bu mulk ishlab chiqaruvchining o'zini mulkdor qiladi. Bu yerda mulk egalari va ishlovchilar aynan bir kishilardir, shu sababli ishlab chiqarish omillari to'g'ridan-to'g'ri birikadi.

Davlat mulkining paydo bo'lishini rivojlanishi quyidagilar hisobidan bo'ladi:

---

<sup>15</sup> Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Мужиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. Т.: «Ўқитувчи», 2003.

- mulkni davlat mulkiga aylantirilishi;
- davlat mablag'i hisobidan biznes faoliyatlari qurilishi;
- jamiyatda yaratilgan, ammo boshqa mulklarga taalluqli daromadlarning bir qismini soliq undirish orqali davlat byudjetiga olinishi.

Aralash mulk muayyan bir obyektning turli mulkdorlar ishtirokida o'zlashtirishini bildiradi.

Mulkchilik shakllarining yana bir ahamiyatlisi bu- qo'shma mulkdir. Qo'shma mulk tufayli jalb etiladigan chet el kapitali yangi texnologiyani olib kirmoqda. Chetki kapital asosidagi qo'shma Biznes faoliyatlarining ahamiyati investitsiyani kuchaytirish, milliy iqtisodiyotni bozor munosabatlari asosida shakllantirishda ortib boradi. Katta mablag'lar zaruriyati sharoitida qo'shma mulk orqali chet el kapitalini jalb etish zaruriyatidir.

Mulkdorlar sinfi tushunchasi eng keng tushunchalardan biridir. Bozor iqtisodiyoti va bozor munosabatlari rivojlanishi jarayonida bu sinfning ichidan tabaqalanib, farqlanib, tafovutlanib borishi muqarardir. Hozirgi vazifa mulkdorlar sinfining shakllanishiga keng yo'l ochib berishdir. Bu vazifani bajarish-O'zbekistonni ilg'or davlatlar qatoriga olib chiqishda hal qiluvchi omildir.

Mulkdor boshqalarning emas, balki o'zining istagi, roziligi, moyilligi, xohishiga ko'ra o'z mol-mulkiga egalik qiladi. Mulkiy huquqning asosiy yuridik mazmuni unga egalik qilishdan, foydalanishdan, uni tasarruf qilish bilan bog'liq huquqiy vakolatlardan iborat. O'z huquqiy vakolati doirasida mulkdor boshqa mulkdor shaxslarning talabi yoki topshirig'iga binoan emas, balki o'zining xohishiga ko'ra o'z mulkiga egalik qiladi, xohlasa o'zining mazkur huquqiy vakolatini boshqarishga o'tkazishi mumkin. Mulkdor o'z xohishi bilan mulkidan foydalanadi, shuningdek, undan o'ziga zarur bo'lgan foydali daromadlarni undirish uchun ishlatadi.

Bozor munosabatlariga o'tish va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish maqsadida, fuqarolar o'ziga tegishli mulkni ko'paytirish uchun boshqa fuqarolarni yollanma mehnatga jalb qilishi

mumkin. Fuqaro o'z mulkiy huquqini amalga oshirish uchun tadbirkorlik bilan shug'ullanishi, mulkni ijaraga berishi mumkin. Fuqarolarda o'timish tuzum so'ndirgan mulkiy mustaqillik hissini uyqotish, tiklash, kengaytirish va mustahkamlash-davlatimizning eng dolzarb vazifalaridan biridir.

Respublika bozor iqtisodiyotini birinchi bosqichida mulkni xususiyashtirish natijasida turli mulkchilikka asoslangan ko'p ukladli iqtisodiyot yaratildiki, shu asosda iqtisodiyotni ichki tuzilishi o'zgarib, raqobatchilik muhiti zaminida xo'jalik yuritish usuli barpo etildi. Mamlakat iqtisodiyoti davlat mulki bilan bir qatorda jamoa, xususiy, aktsionerlik, hamkorlikdagi va boshqa turdagi Biznes faoliyatlari tashkil topdi. Davlat o'z navbatida turli mulkchilik biznes faoliyatlari uchun teng iqtisodiy sharoit yaratish orqali ishlab chiqarishni jonlantirishga erishildi.

#### **4.2. Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish jarayoni**

«Davlat tasarrufidan chiqarish va xususiyashtirish to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasining qonuni «Mulkchilik haqida»gi qonunni ro'yobga chiqarish uchun shart-sharoitni ta'minladi. 1993 yil 7 mayda «Mulkchilik to'g'risidagi qonunga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish to'g'risida»gi qonunda mustahkamlanib qo'yilgan qonunga muvofiq faqat jismoniy shaxslargina emas, balki nodavlat yuridik shaxslar ham mulk huquqining subyektlari deb e'tirof etiladi.

Xususiyashtirishning bir necha yo'llari mavjud:

- davlat korxonalarini aktsionerlik jamiyatiga aylantirish;
- ijaraga olingan davlat korxonalarini jamoa mulkiga aylantirish;
- davlat mulkini fuqarolarga bepul berish;
- davlat mulkini mas'uliyatni o'z zimmasiga oladigan mulk sohibiga berish;
- davlat mulkini chet el fuqarolariga berish;
- davlat mulkini auksionda sotish orqali amalga oshirish mumkin.

Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish-sho'rolar iqtisodiy tizimini sindirib, uning asoratlarini bartaraf etish va erkin bozor

iqtisodiyotiga o'tishining eng samarali yo'llaridan biri. Bu tadbir xususiylashtirish jarayoni bilan mantiqan bog'langan tushuncha bo'lib, davlatga oid tashqi lot, Biznes faoliyati, muassasalarni hamda birlashmalarni davlat tasarrufidan, ya'ni davlat ixtiyoridan chiqarib, xususiy mulk egalariga bo'lib berish, aniqrogi, uni sotish tushuniladi. Davlat tasarrufidan chiqarish-yangi boshqaruv tuzilmalarini barpo etish demakdir.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi 1994 yilning mart oyida «O'zbekiston Respublikasida davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish jarayonlarini chuqurlashtirish bo'yicha davlat dasturi»ni tasdiqladi. Dastur bo'yicha-ular xususiylashtirishning Respublika dasturlarining ustivor yo'nalishlarini hisobga olgan holda ishlab chiqarilishi, xususiylashtirishning mintaqaviy va tarmoq dasturlari asosiy qoidalarini amalga oshirish, qonun bo'yicha mintaqada yoki tarmoqda davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish uchun mas'ul bo'lgan bo'linmalar va mansabdor shaxslarning mas'uliyat tartibi asosida tezkor va sifatli bajarilishi kerak.

Xususiylashtirishning mintaqaviy va tarmoq dasturlari asosiy qoidalarini amalga oshirish qonun bo'yicha mintaqada yoki tarmoqda davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish uchun mas'ul bo'lgan bo'linmalar va mansabdor shaxslarning mas'uliyat tartibi asosida operativ va sifatli bajarilishi kerak.

#### **4.3.Tadbirkorlik shakllari va raqobatning kuchayishi**

Tadbirkorlik shakllari «Tadbirkorlik to'g'risida»gi qonunning 5-moddasiga binoan quyidagilardan iborat<sup>16</sup>:

- yakka mehnat faoliyati;
- xususiy tadbirkorlik-ayrim fuqaro tomonidan yollanma mehnatni jalb etish asosida amalga oshiriladi;
- jamoatadbirkorligi-bir guruh fuqarolar tomonidan amalga oshiriladi;

---

<sup>16</sup> Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тadbirkorlik асослари. Ўқув амалий қўлланма. Т.:ЕХ. TEMPUS «Консаудит», 2004.

-hamkorlikdagi tadbirkorlik- yuridik shaxslar va fuqarolarning o'z mulklari va mulkiy huquqlarini birlashtirish asosida amalga oshiriladi.

Bu Nizomda ko'rsatilishicha, xususiy tadbirkor faoliyati turini amalga oshirishda xo'jalik yurituvchi boshqa subyektlar va mijozlar bilan o'z munosabatini shartnoma asosida olib boradi.

O'z faoliyatini yollanma mehnatni jalb qilib amalga oshiradigan xususiy tadbirkor yuridik shaxs sifatida nomoyon bo'ladi va u biznes faoliyatini belgilangan tartibda ro'yxatdan o'tkazish shart.

O'zbekiston tajribasi ko'rsatganidek, mulk shakllarining amaldagi realizatsiyasi Raqobatning asosiy vositasi narx bo'ladi. Bozor iqtisodiyotiga o'tish davrida narxsiz raqobatga sharoit bo'lmaydi, shu boisdan narxlarni liberallashtirish, ya'ni ularni erkin qo'yib borish va bozorda shakllantirish raqobatning asosiy talabi hisoblanadi. O'zbekiston davlat nazorati ostidagi narxlardan, kelishilgan narxlarga, ulardan erkin bozor narxlariga o'tish yuz beradi.

Raqobatchilik strategiyalari. Raqobatchilikni tahlil qilish firmaning eng xavfli raqobatchilarga nisbatan raqobatli afzalliklari qo'llashini baholashga imkon beradi. Hamda ularning harakatlari qo'llashini baholashga imkon beradi. Keyingi bosqich yoki qadam-amal qiluvchi raqobatli kuchlarni haqqoniy baholash asosida strategiyani ishlab chiqarish va qo'yilgan strategik maqsadlarga erishishi vositalarini aniqlashdir.

F. Kotler firmaga tegishli bo'lgan bozor ulushidan kelib chiqqan holda quyidagi raqobat strategiyalari turini ajratadi;

1. Lider strategiyasi. Tovar bozordagi «lider»- firma hukmronlik pozitsiyasiga ega bo'ladi va buni uning raqiblari ham tan oladi. Lider kategoriyasiga eng taniqli firmalar yoki markazlar kiradi: «Prokter and Gembel», «IBM», «Kodak» va xokazolar. «Lider» firmaning keng qamrovli strategiyalariga ega.

2. Birlamchi talabni yoki endi paydo bo'lgan talabni kengaytirish, bunda biz intensiv o'sish strategiyasi komponentlarini aniqlaymiz, ya'ni topamiz. Himoyalani shartlari maqsadi bozor ulushini

eng xavfli raqiblariga qarshilik qilib, himoya qilishdan iboratdir. Buni asosan novator firma qoʻllaydi.

3. Bosib olish strategiyasi. Bundan maqsad tajriba samarasini maksimal ravishda keng qullash hisobiga rentabellikni oshirishdan iboratdir.

4. Demarketing strategiyasi. Bunda firma monopolizm ayiblanishdan qochish maqsadida oʻz bozor ulushini qisqartiradi.

5. Oʻrtaga chiqaruvchi strategiya. Hukmronlik pozitsiyasiga ega boʻlmagan korxonalar yoki lider ketidan borish strategiyasini yoki liderga hujum qilish, yaʼni uni oʻrtaga kurashga chaqiruvchi strategiya deb bilish mumkin. Bu strategiyaning maqsadi lider oʻrnini egallashdir. Bunda ikkita muammo hal qiluvchi ahamiyatga egadir:

a) liderga hujum qilish uchun platsidarmni taʼminlash,

b) uning javob qaytarish va himoyalaniish imkoniyatlarini baholash.

Platsidarmni taʼminlashda frontal va flangli hujum muqobil variantlari hisobga olinadi. Frontal hujum raqibga qarshi uning oʻzi qoʻllaydigan vositalaridan raqibning kamchilik va zaif tomonlarini aniqlashdan intilmay foydalanish tushuniladi. Unda hujum qiluvchi kuch uch marta ortiq boʻlishi maqsadga muvofik hisoblanadi.

Flangli hujum raqibchining zaif tomonlari yoki himoyalanganligi evaziga u bilan kurashni nazorat qilib turadi. Bunda oʻrtaga chaqiruvchining plastik strategiyasi - narx orqali hujum qilish, yaʼni, xuddi oʻxshash tovarlarni pastroq narxda taklif etishdan iboratdir.

Lider ketidan boruvchi strategiya. Bunda lider ketidan boruvchi katta boʻlmagan hajmdagi bozor ulushiga ega hamda oʻz qarorlarini raqiblari qabul qilgan qarorlarga moslashtirib boruvchi raqobatchilar. Bu holat koʻpincha oligapoliya bozorlari vazifalarida boʻlib turadi.

#### **4.4. Biznes faoliyati shakllari**

Biznes faoliyati keng qamrovli boʻlib, uni quyidagicha guruhlash mumkin:

1. Huquqiy maqomi boʻyicha - jismoniy shaxs va yuridik shaxs maqomida.

2. Band bo'lgan xodimlar soni bo'yicha- yakka tadbirkor, mikrofirma, kichik korxonona.

3. Mulkchilik shakli bo'yicha- xususiy mulk egaligi, hamkorlik, korporatsiya.

4. Tashkiliy-huquqiy shakli bo'yicha- yakka tartibdagi biznes, dehqon xo'jaligi, fermer xo'jaligi, to'liq shirkat, kommandit shirkat, mas'uliyati cheklangan jamiyat, qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat, aksiyadorlar jamiyati (ochiq va yopiq turdagi), ishlab chiqarish kooperativlari, unitar korxonona va boshqalar.

5. Faoliyat yo'nalishi bo'yicha- ishlab chiqarish yo'nalishidagi, xizmat ko'rsatish yo'nalishidagi, tijorat yo'nalishidagi, moliyaviy yo'nalishdagi, konsalting (maslahat) yo'nalishidagi va hokazo.

6. Tarmoq tarkibi bo'yicha- sanoat sohasidagi, qishloq xo'jaligi sohasidagi, savdo va umumiy ovqatlanish sohasidagi, maishiy xizmat ko'rsatish sohasidagi, transport va aloqa sohasidagi, uy-joy va kommunal xo'jalik sohasidagi, qurilish sohasidagi, tijorat va moliya sohasidagi, ta'lim va fan sohasidagi, boshqa sohalardagi<sup>17</sup>.

O'zbekiston Respublikasining amaldagi qonunchiligiga ko'ra, biznes faoliyati bilan jismoniy yoki yuridik shaxs sifatida shug'ullanish mumkin.

O'zbekiston Respublikasining «Fuqarolik Kodeksi»ga muvofiq fuqarolar (jismoniy shaxslar) deganda respublikamizning fuqarolari, boshqa davlatlarning fuqarolari, shuningdek, fuqaroligi bo'lmagan shaxslar tushuniladi. Fuqaro (jismoniy shaxs) yakka tadbirkor sifatida davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan boshlab biznes faoliyati bilan shug'ullanishga haqlidir.

«Fuqarolik Kodeksi»ga muvofiq: «o'z mulkida, xo'jalik yuritishida yoki operativ boshqaruvda alohida mol-mulkka ega bo'lgan hamda o'z majburiyatlari yuzasidan ushbu mol-mulk bilan javob beradigan, o'z nomidan mulkiy yoki shaxsiy nomulkiy huquqlarga ega bo'la oladigan va ularni amalga oshira oladigan, majburiyatlarni bajara

---

<sup>17</sup> Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тadbirkorлик асослари. Ўқув амалий қўлланма. -Т.:ЕХ. TEMPUS «Консаудит», 2004.

oladigan, sudda da'vogar va javobgar bo'la oladigan tashqi lot yuridik shaxs hisoblanadi»<sup>18</sup>. Ammo, yuridik shaxslarning faqatgina foyda olishni o'z faoliyatining asosiy maqsadi qilib olgan turlari, ya'ni tijoratchi tashqi lotlar biznes subyektlari hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2003-yil 30-avgustdagi «O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1998- yil 9-apreldagi xususiy biznes, kichik va o'rta biznesni rivojlantirishni yanada rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risidagi Farmoniga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish haqida»gi PF-3305-sonli Farmoniga muvofiq 2004-yilning 1-yanvaridan kichik biznes subyektlari toifasiga quyidagilar kiradi:

- yakka tartibdagi tadbirkorlar;
- ishlab chiqarish tarmoqlarida band bo'lgan xodimlarning o'rtacha yillik soni 20 kishidan, xizmat ko'rsatish sohasi va boshqa ishlab chiqarishga aloqador bo'lmagan tarmoqlarda 10 kishidan, ulgurji, chakana savdo va umumiy ovqatlanish sohasida 5 kishidan oshmagan mikrofirmalar;

Quyidagi tarmoqlarning o'rtacha yillik xodimlari soni:

- yengil va oziq-ovqat sanoati, metallga ishlov berish va asbobsozlik, yog'ochni qayta ishlash, mebel sanoati va qurilish materiallari sanoati - 100 kishidan;

- mashinasozlik, metallurgiya, yoqilg'i-energetika va kimyo sanoati, qishloq xo'jaligi mahsulotlari yetishtirish va qayta ishlash, qurilish hamda boshqa sanoat ishlab chiqarish sohalari - 50 kishidan;

- fan, ilmiy xizmat ko'rsatish, transport, aloqa, xizmat ko'rsatish sohasi (sug'urta kompaniyalaridan tashqari), savdo va umumiy ovqatlanish hamda boshqa ishlab chiqarishga aloqador bo'lmagan sohalari - 25 kishidan oshmagan kichik korxonalar.

Mikrofirmalar va kichik korxonalarining o'rtacha yillik xodimlari sonini aniqlashda sho'ba korxonalar, filiallar va vakolatxonalarda ishlovchi xodimlar soni ham hisobga olinadi. Faoliyatning bir necha turini amalga oshiruvchi (ko'p tarmoqli) yuridik va jismoniy shaxslar yillik oborot hajmida ulushi eng ko'p bo'lgan faoliyat turi mezonlari

---

<sup>18</sup> «Фуқаролик Кодекси»нинг 39-моддаси.



bo'yicha kichik biznes subyektlari jumlasiga kiritiladi.

Yakka biznes - kichik biznesning eng ko'p sonli qismidir. Respublika qonunchiligiga muvofiq, yuridik shaxs maqomidan xoli va ishchilarni yollash huquqsiz mustaqil mehnat faoliyati bilan shug'ullanayotgan jismoniy shaxslar, shuningdek, hamkorlikda biznes faoliyatini olib borayotgan oilaviy biznes va dehqon xo'jaliklari xususiy tadbirkor deb yuritiladi. Ular asosan qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishi, savdo, jamoat ovqatlanish tarmoqlari, xizmat ko'rsatish va hunarmandchilik bilan mashg'ul.

Mikrofirmalar va kichik korxonalar yuridik shaxs sifatida faoliyat ko'rsatadi. 2002 yilda faoliyat ko'rsatayotgan 239,5 ming kichik biznes korxonalarining 78,3 foizini mikrofirmalar, 10,7 foizini kichik korxonalar tashkil etdi.

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

- yakka mulk egaligi (yakka tartibdagi tadbirkorlar, dehqon xo'jaliklari, xususiy korxonalar);
- hamkorlik (xo'jalik shirkatlari, mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat, fermer xo'jaliklari va boshqalar);
- korporatsiya (aksiyadorlik jamiyati).

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

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

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

Hamkorlik biznesni tashkil etishning yakka biznesga nisbatan mukammalroq shakli hisoblanadi. Hamkorlikda ikki yoki undan ortiq sheriklar korxonani tashkil etish va uni birgalikda boshqarishga kelishib oladilar. Bunda ular korxonani ta'sis etish jarayonida o'zlarining moliyaviy mablag'larini va ishbilarmonlik qobiliyatlarini

ham birlashtiradilar. Shu bilan birga biznesni yuritish bilan bog'liq biznes xatari hamda foyda yoki zararlarni o'zaro taqsimlaydilar. Korxonada faoliyatida ishtirok etishiga ko'ra, hamkorlar turlicha mavqega ega bo'ladilar. Ayrim hollarda hamma sheriklar biznesni boshqarishda birdek faol ishtirok etishsa, boshqa holatlarda bir nechta sheriklar boshqaruvda ishtirok etmasligi mumkin (masalan, kommandit shirkatda).

### **Qisqacha xulosalar**

Mulkning fuqarolarning shaxsiy va xususiy mulki, jamoa mulki, davlat mulki, aralash mulk, qo'shma Biznes faoliyatlari mulki kabi shakllari mavjud. O'zbekiston Respublikasida mulkning hamma shakllari teng huquqlidir. O'zbekistonning mulk to'g'risidagi qonunida mulkiy huquqlarning barchasi ko'rsatilgan. Davlat tasarrufidan chiqarish-sho'rolar iqtisodiy tizimini sindirib, uning asoratlarini bartaraf etish va erkin bozor iqtisodiyotiga o'tishning eng samarali yo'llaridan biri.

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

1. Mulk shakllarining qanday turlarini bilasiz?
2. Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish jarayoni qanday amalga oshiriladi?
3. Mamlakatimizda qanday mulklar davlat tasarrufidan chiqarilishi mumkin?
4. Tadbirkorlik shakllarinin qanday turlarini bilasiz?
5. O'zbekistonda xususiylashtirishning eng muhim xususiyati nima hisoblanadi?
6. Davlat biznes faoliyatlari qanday guruhlariga bo'linadi?
7. Biznesda mulkning ahamiyati nimada?
8. Mulk deganda nimani tushunasiz?
9. Kimlar mulkdor hisoblanadi?
10. Mamlakatimizda qanday mulklar xususiylashtirilishi mumkin?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Мухиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: «Ўқитувчи», 2003.

2. Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тадбиркорлик асослари. Ўқув амалий қўлланма. -Т.:ЕХ. TEMPUS «Консаудит», 2004.

3. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательское конкуренции –М.: ООО Марлет Дс корпорейшен, 2004.

4. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учеб. пособие для ВУЗов/Под ред. Проф. В.Я.Горфинкеля, проф. В.А Швандара.-2е изд., пререб. И доп.-М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2003.

### **Интернет веб-сайтлари**

Rambler-[http://www/rambler, ru](http://www/rambler.ru);

Yandex- <http://yandex/ru>;

[www.edu.uz](http://www.edu.uz).

## **V BOB**

### **BIZNES FAOLIYATINI TAHLIL ETISH VA REJALASHTIRISH**

#### **5.1. Biznes faoliyatini iqtisodiy tahlil qilish asoslari**

Biznes faoliyati natijalari sistematik va kompleks tahlil qilinadi. Sistematik tahlilda doimo o'zgarib turuvchi bozor muhitini tahlil qilishdan, biznes faoliyatini foydali va raqobat qabil qilishni ta'minlash uchun tahlil qilinadi.

Har qanday biznes faoliyati o'zini katta kichikligiga, faoliyat yo'nalishiga foydador yoki zarar ko'ruvchi ekanligidan qat'iy nazar bozor muhiti bilan o'zaro harakat qiluvchi murakkab tizimdir. Biznes faoliyatini birgina ko'rsatkich bilan, ya'ni masalan foyda ko'rsatkichi bilan ifodalash mumkin emas. U ko'rsatkichlar tizimiga asoslanadi. Bunday ko'rsatkichlarga-foйда, sotilgan mahsulot hajmi yoki ko'rsatilgan xizmat hajmi, moddiy harajatlar, mehnat haqi fondi, ishchilar soni va hokazolar, ya'ni biznes faoliyatini oxirgi natijalarini xarakterlovchi ko'rsatkichlar kiradi.

Biznes faoliyatini baholashning eng oddiy usuli haqiqiy ko'rsatkichlarni reja (normativ) ko'rsatkichlariga solishtirish bo'lib hisoblanadi.

Biznes faoliyati samaradorligini baholashni murakkab uslubi esa oxirgi faoliyat natijalarini o'zaro aloqalarini, harajatlar bilan resurslarni, shuningdek turli omillar ta'sirini baholashdan iborat<sup>19</sup>.

Biznes amaliyotida ikkita tahlil turini farqlash mumkin, ya'ni:

-Strategik tahlil;

-Operativ tahlil.

Strategik tahlil biznes faoliyatini kuchli va ojiz tomonlarini, imkoniyatlarini va xavf-xatarlarini aniqlashga yo'naltirilgandir. Strategik tahlil asosan biznes faoliyatini sifat xarakteristikalarini (tavsifnomasini) beradi.

Operativ tahlil. Biznes faoliyatining faoliyat natijalarini baholashga yo'naltirilgan bo'ladi. Operativ tahlil mahsulot sifatini

---

<sup>19</sup> Б.А.Райзберг. Основы бизнеса. Учебное пособие. -М.: «Ось-89», 2001.

ta'minlashda va harajatlarni optimallashtirishda muhim rol o'ynaydi, u resurslarni boshqarishni samarali vositasi bo'lib xizmat qiladi. Operativ tahlil ishlab chiqarish xo'jalik faoliyatini barcha tomon va jihatlariga taalluqli bo'lib, quyidagilarni o'z ichiga oladi.

Biznes faoliyati natijalarini tahlil qilish ishlab chiqarish harajatlari tahlili mahsulot tahlili har qanday biznes faoliyati o'zini katta kichikligiga, faoliyat yo'nalishiga foydali yoki zarar ko'ruvchi ekanligidan qat'iy nazar bozor muhiti bilan o'zaro harakat qiluvchi murakkab tizimdir. Biznes faoliyatini birgina ko'rsatkich bilan, ya'ni masalan, foyda ko'rsatkichi bilan ifodalash mumkin emas. U ko'rsatkichlar tizimiga asoslanadi. Bunday ko'rsatkichlarga-foйда, sotilgan mahsulot hajmi yoki ko'rsatilgan xizmat hajmi, moddiy harajatlar, mehnat haqi fondi, ishchilar soni va hokazolar, ya'ni biznes faoliyati faoliyatini oxirgi natijalarini xarakterlovchi ko'rsatkichlar kiradi.

Biznes faoliyatini baholashni eng oddiy usuli harakat ko'rsatkichlarni reja (normativ) ko'rsatkichlariga solishtirish bilan hisoblanadi.

Biznes faoliyati samaradorligini baholashning murakkab uslubi esa oxirgi faoliyat natijalarini o'zaro aloqalarini, harajatlar bilan resurslarni, shuningdek turli omillar ta'sirini baholashdan iborat.

Ishlab chiqarish harajatlari tahlili-biznes faoliyatining asosiy iqtisodiy ko'rsatkichlaridan biri ishlab chiqarish harajatlaridir. Chunki hech qanday harajatlarsiz bu faoliyatni amalga oshirib bo'lmaydi. Har qanday iqtisodiy faoliyat uchun ma'lum miqdordagi resurslarni jalb qilishga to'g'ri keladi. O'z navbatida bu resurslarni u yoki bu ishga jalb qilish uchun ularni sotib olish, demak mablag' sarf qilish kerak. Ushbu resurslardan foydalanish jarayonida ularni harid qilish uchun sarflarning bir qismi tadbirkorlikning ishlab chiqarish harajatlariga aylanadi. Shunday qilib, tovarlarni ishlab chiqarish va ularni sotish jarayonida ishlab chiqarish omillaridan foydalanishning puldagi ifodasi biznes faoliyatining ishlab chiqarish harajatlari deb ataladi.

Hozirgi paytda ularning tarkibiga quyidagi harajatlar kiradi:

**Materiallar sarfi.** Ularga xom-ashyo, yarim fabrikatlar, harid qilingan mahsulotlar, yoqilg'i va energiya, boshqa biznes faoliyatlari tomonidan bajarilgan, ishlab chiqarish xususiyatiga ega ishlar va xizmatlar kiradi.

**Tabiiy boyliklardan foydalanish harajatlari.** Ularga - yer osti boyliklaridan foydalanish bilan bog'liq harajatlar, erdan foydalanish harajatlari, limitlar miqiyosida suv, undan suv hujaligiga to'langan mablag'lar, atrof-muhitga tashlangan ishlab chiqarish qoldiqlari uchun to'langan mablag'lar, asosiy aktivlarning yemirilishi, eskirishi.

**Mehnatga haq to'lash harajatlari.** Ularga - ishbay rastsenkalar, ta'rif setkalari, oylik okladlar asosida to'langan ish haqi, ishlab chiqarish ilg'orlariga yillik ish yakunlari bo'yicha va boshqa mukofotlar, kompensasiya to'lovlari (mehnat ta'tili haqi, o'zaytirilgan ish kuni, bekor turib qolish), rahbatlantiruvchi to'lovlar (turli faxriy unvonlar uchun rahbatlantiruvchi to'lovlar), sug'urta to'lovlari (nafaqa fondiga ajratmalar, bandlik fondi, ijtimoiy sug'urta).

**Joriy ta'mirlash harajatlari.**

**Texnologik jarayonlarni rivojlantirish va mahsulotlar ishlab chiqarishni joriy etishga sarflangan harajatlar.**

**Qisqa muddatli omonatlar uchun to'langan foizlar.**

**Soliqlar, shu jumladan mulk solig'i, daromad(foйда) soliqlari, yer solig'i va boshqalar.**

**Boshqa harajatlar, ya'ni xizmat sarflari, telefon va aloqa hamda shunga o'xshash harajatlar.**

**Tadbirkorlarning harajatlarini belgilariga ko'ra turlicha tavsiflash mumkin.**

**Birinchidan, tadbirkorning harajatlari smeta bo'yicha ularning elementlari va kalkulyatsiya moddalariga qarab turlarga bo'linadi.**

**Harajatlar smetasi biznes faoliyati byudjetini aniqlash va aylanma aktivlarga ehtiyoj miqdorini rejalash uchun tuziladi.**

**Kalkulyatsiya moddalari umumlashma, majmua ko'rinishiga ega bo'lib, o'z ichiga, xom-ashyo va materiallarni, yoqilg'i va**

energiyani, tabiiy boyliklardan foydalanishi bo'yicha harajatlarni, ish haqini, jihozlarni saqlash va ulardan foydalanish harajatlarini, noishlab chiqarish harajatlari va boshqalarni oladi.

Ikkinchidan, tadbirkorning harajatlari ishlab chiqarish hajmiga bog'liqligiga qarab shartli-doimiy va shartli-o'zgaruvchan harajatlarga bo'linadi.

Ishlab chiqarish hajmining o'zgarishi bilan deyarli o'zgaraydigan harajatlar shartli doimiy, harajatlar deyiladi.

Savdo tashqi lotlari daromadining asosiy qismi tovarlarning sotib olish va sotish o'rtasidagi farq hisobidan yuzaga keladi. Hozirgi paytda nafaqat tovarlar, balki xom-ashyo, materiallar va jixozlar ham savdo Biznes faoliyatlari tomonidan erkin ayirboshlanmoqda. Bulardan tashqari daromadlar quyidagi manbalardan yuzaga keladi:

-hamkorlikda tashkil etilgan biznes faoliyatlaridan tushadigan daromadlar;

-aksiyalardan olinadigan dividendlar va boshqa qimmatbaho qog'ozlardan tushgan foyda;

-depozitlar bo'yicha bank foizlari;

-ijaraga berilgan mulk uchun ijara haqi;

-hamkorlikdan shartnoma shartlarini to'liq bajarmaganligi uchun undirilgan jarimalar, tovar yetkazib berish muddatini kechiktirgani uchun undirilgan jarima, shartnomani bajargani uchun undirilgan qoplamalar yig'indisi.

Yalpi daromad biznes faoliyatining tovar sotish hajmiga, sotilgan tovarlarning tarkibi va ularda rentabelli tovarning salmog'iga, hamkorlarning shartnoma shartlarini to'liq bajarishiga, biznes faoliyatini madaniyati va ishbilarmonligiga hamda ko'plab boshqa omillarga bog'liq.

Tadbirkorlik faoliyatining yana bir natijaviy ko'rsatkichi uning balans foydasidir. Balans foyda biznes faoliyatining barcha sohalarida tushgan foyda bo'lib, quyidagilarni o'z ichiga oladi:

-tovar moddiy boyliklarni sotish, tovar ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatishdan tushgan foyda, ya'ni sotilgan tovarlar qiymatidan uni sotib olishga va sotishga sarflangan mablag'larni ayirib tashlagach qolgan qismi;

-undirib olingan jarimalarning to'langan jarimalardan ortiq qismi.

Balans foydadan to'lanadigan soliqlardan olingan ssudalar uchun foizdan va nobyudjet fondlariga turli to'lovlardan qolgan qismi sof foydadir. Sof foyda biznes faoliyatining xohishi bilan quyidagi to'rtta yo'nalishga sarflanishi mumkin.

Biznes faoliyati rentabelligini oshirishning asosiy yo'nalishlariga - mahsulot tannarxini pasaytirish ham kiradi. Buning uchun:

-materiallar sarfini qisqartirish maqsadida mahsulot konstruksiyasini rasionallashtirish, samarali texnologiyalarni qo'llash, chiqindilarni qayta ishlash va sotishni yo'lga qo'yish va boshqa choralarni ko'rish lozim.

-mahsulot birligiga sarflanadigan ish haqi harajatlarini kamaytirish. To'planma harajatlarini tejash. Ishlab chiqarish va sotish tartibini takomillashtirish. Unga:

-bozor kon'yukturasini hisobga olgan holda haridorgir tovarlarni ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish, tovarlar assortimentini takomillashtirish, rentabelligi nisbatan baland bo'lgan tovarlar ishlab chiqarish va sotishni yo'lga qo'yish.

-mahsulot sifatini yaxshilash va haridorlarga qo'shimcha xizmat ko'rsatishni yo'lga qo'yish, baho siyosatini oqilona boshqarish.

-samarali investitsiya loyihalarini sotish kabilar kiradi. Ishlatilmayotgan yoki kam samarali aktivlarni sotish. Unga:

-ortiqcha jixozlar va tovar-moddiy boyliklarni sotish, o'z jihazlarini lizing shartnomasi asosida olingan jihazlar bilan almashtirish.

Rentabellikka ta'sir etuvchi muhim omil bo'lib, bozor ulushi hisoblanadi. Son jihatdan bu ko'rsatkichning bog'liqligi shundan iboratki, bozor ulushini har 10% ga usish uchun rentabellik 3,5 % o'sadi<sup>20</sup>.

Foydaga ta'sir etuvchi ikkinchi omil bo'lib mahsulot sifati hisoblanadi. Tadqiqotlar ko'rsatadiki, yuqori sifat- bozorda yuqori ulushni saqlash uchun ishonchli kafolatdir. Mahsulotni

---

<sup>20</sup> Б.А.Райзберг. Основы бизнеса. Учебное пособие. М.: «Ось-89», 2001.



differentiatsiyasi (turli xil) va yuqori sifatli mahsulotni bozorda yuqori ulushiga ega bo'lishining eng optimal variantlari bo'lib hisoblanadi. Bu ikki ko'rsatkich bozordagi ulush va mahsulot sifati bir-biri bilan o'zaro uzviy bog'liq bo'lib, birini biri to'ldiradi.

## **5.2. Biznes faoliyatini rejalashtirish usullari**

Har qanday Biznes faoliyati o'zining faoliyat yo'nalishidan qat'iy nazar rejalashtirish bilan shug'ullanish kerak.

Rejalashtirish deganda biznes faoliyatining kelajakdagi maqsadini aniqlash, ularni amalga oshirish usullari tahlili va resurslar bilan ta'minoti tushuniladi. Tadbirkor faoliyatini rejalashtirish ko'pgina afzalliklarga ega:

-u rahbar va mutaxasislarni doimo kelajak uchun fikrlashga rag'batlantiradi;

-rejalarni ishlab chiqarish va bajarish jarayonida biznes faoliyati tomonidan qilinayotgan ishlarni aniq muvofiqlashtirish amalga oshiriladi;

-u tashqi lot o'z vazifalarini aniq belgilashga majbur qiladi;

-rejalashtirish tashqi lotlarni to'satdan bo'ladigan o'zgarishlarga tayyor qiladi, mansabdor shaxslar vazifalarini, o'zaro munosabatlarini ko'rgazmali ravishda namoyon qiladi.

Yangi qonun chiqaruvchi hujjatlarda ko'rsatib o'tilganki, biznes faoliyati o'z faoliyatini mustaqil holda rejalashtiradi va rivojlanish istiqbollari ishlab chiqarish mahsulotlar, ishlar, xizmatlarga ehtiyoj va biznes faoliyati ishlab chiqarish va ijtimoiy rivojlanishni ta'minlash zaruriyati, uning xodimlari shaxsiy daromadlarni oshishidan kelib chiqqan holda belgilaydi. Tadbirkorlik faoliyatini olib boruvchi biznes faoliyati rejani ishlab chiqishda quyidagilarga e'tibor berishlari kerak:

Maqsadlar va vazifalarni belgilash. Bozor iqsodiyotiga o'tish sharoitida mustaqil xo'jalik subyektlari bo'ladi va rivojlanishni o'z-o'zini mablag'lar bilan ta'minlash uchun yetarli bo'lgan foyda olish maqsadida mahsulotlar ishlab chiqarish va sotish, bozordagi ulushni o'stirish yoki saqlab qolish, avvalgi davrga nisbatan mahsulotlarni sotish yoki ishlab chiqarishning o'sishini ta'minlashni amalga oshiradi.

Resurslar - hammadan ilgari moddiy, moliyaviy va mehnat resurslariga bo'lgan ehtiyojlarni aniqlash va uning tuzilishini muvofiqlashtirish talab etiladi. Faoliyat turini tanlash va samaradorligi baholash foydaning asosiy jamg'armalar va aylanma mablag'larga munosabati bo'lib, amalga oshirish maqsadga muvofiq.

Mutanosiblikni o'rganish. Rejani ishlab chiqishda ko'rsatkichlarni barobarlashtirilganligini ta'minlashni talab qiladi. Shaxsiy aylanma mablag'larni ularning yig'ini miqdoridagi eng oz ulushini, MTB rivojlanishini transport xizmatlari bilan ta'minlanishi va hokazolarni aniqlash muhim ahamiyatga ega.

Rejani bajarilishini tahlil qilish. Iqtisodiy ehtiyojlarni to'liq ta'minlash va foyda omiliga qaratilgan iqtisodiy va tashqi liy texnik choralarini aniqlash yoki belgilangan maqsadlarga erishish yo'llari va vositalar haqida boradi. Rejani bajarilishini nazorat qilish.

Rejani bajarilishini doimiy o'z vaqtida tekshirish iqtisodiy jarayonni maqsadga muvofiq rivojlanishni ta'minlash, o'z vaqtida kamchiliklarning oldini olish, ilg'or tajribalarni qo'llash va samaradorlikni aniqlashga yo'naltiriladi. Masalan, savdo biznes faoliyatlarida chakana tovar oboroti hajmi daromadlar, harajatlar, foyda, tovar zahiralari va ba'zi bir ko'rsatkichlar.

Strategik rejalashtirishning tarkibiy tuzilishidan ko'rinib turibdiki, strategik rejalashtirish asosida avvalo maqsad va vazifalar bilan bir qatorda strategiya mushtarak hal etiladi. Keyingi bosqichda joriy va strategik dasturlarni tuzish orqali byudjetni rejalashtirish va uni ro'yobga chiqarish tadbirlari amalga oshiriladi.

Rejalashtirishning asosiy elementlari quyidagilar hisoblanadi:

-bashorat qilish;

-vazifani qo'yish (umumiy vazifalarning shakllanishi bashorat asosida kelib chiqadi);

-rejani to'g'irlash (bajarilish muddati aniqlanadi)-byudjetni tuzish (byudjetning son ko'rinishidagi rejasi bo'lib, daromadlar va harajatlar balansi pul va natural ko'rinishda);

-rejani aniqlashtirish (yakunlovchi bosqich-quyi bo'g'inlarga qabul qilingan qarorlar tarqatiladi va rejani amalga oshirish boshlanadi).

Rejalashtirish jarayoni uch bosqichni o'z ichiga oladi:

- Strategik muammolar tahlili.

- Faoliyatni kelgusi sharoitini bashorat qilish va vazifalrni aniqlash.

- O'z imkoniyatlarini optimal variantini tanlash.

Firmaning istiqbolini tahlil qilishda asosiy tashqi xavf-xatarlar, imkoniyatlar, «favqulodda» holatlarni vujudga kelishi va ularni bartaraf etish imkoniyatlari hal etiladi.

Birinchi bosqichda biznes faoliyati ish yuritadigan bozorda tahlil qilinadi. Tahlil ikki tomonlama bo'lib, bozor muhitidagi pozitiv va negativ holatlar haqida o'ylash kerak bo'ladi. Shuni hisobga olish kerakki, tadbirkorlikni rivojlantirish jarayonida bir muammoga ruxsat etilishi bilan boshqasi kelib chiqadi. Ehtiyoj va haridor xohishi o'zgaradi, fan-texnikani yangi yutuqlari joriy etiladi, ishlab chiqarishning rivojlanish darajasi o'sadi, bozor va raqobatchilar strategiyasi o'zgaradi, moliyaviy qiyinchiliklar tug'iladi. Shuning uchun o'z faoliyatini 1-5 yillarga bashorat qilishga harakat qiladi.

Ikkinchi bosqichda, biznes faoliyatining ichki imkoniyatlarini aniqlash zarur. Bu o'rinda biznes faoliyatini bozor muhitini o'zgarishiga qarab ishlab chiqarishdagi, bozordagi, iqtisodiyotdagi, boshqarishdagi, resurslardagi biznes faoliyatining kuchli va kuchsiz tomonlari aniqlanadi. Shular asosida maqsadga erishishdagi eng muhim vazifalari aniqladandi. Bu bosqichda firmaning qaysi yo'nalishlarida «raqobatchilik stretegiyasini takomillashtirib, firmani yalpi ish faoliyatini qanday yaxshilash mumkin?» degan savolga javob topiladi.

Uchinchi bosqichda uch muhim ko'rsatkich tahlil qilinadi:

- biznes faoliyatini bozordagi o'rni;

- tarmoqqa biznes faoliyatini mosligi;

- ishlab chiqarish dasturini assortiment tuzilishi.

Bu bosqichda firmaning turli faoliyat yo'nalishlari bilan istiqbolini qiyoslash, tanlangan strategiyani amalga oshirishda turli faoliyat yo'nalishlari bo'yicha prioritet va resurslarni taqsimlash asosiy o'rin egallaydi.

### **5.3. Biznes-rejaning iqtisodiy mohiyati, mazmuni, asosiy bo'limlari**

Bozor iqtisodiyoti sharoitida biznes-reja tadbirkorlikning hamma sohalarida qo'llaniladigan go'yo bir ish asbobidir. U firmaning ish jarayonini tasvirlab, firma rahbarlarining o'z maqsadlariga qay tariqa erishishlarini, birincha galda ishning daromadlilikini qay tariqa oshirish mumkinligini ko'rsatib beradi. Yaxshi ishlab chiqilgan biznes-reja firmaga o'sib borishga, bozorda yangi mavqelarni qo'lga kiritishga, o'z taraqqiyotining istiqbollari belgilab olishga, yangi tovarlar ishlab chiqarish va yangi xizmat turlarini yaratishga hamda mo'ljallarni amalga oshirishning maqsadga muvofiq usullarini tanlab olishga yordam beradi. Biznes-reja doimiy hujjat bo'lib, muntazam ravishda yangilab beriladi, unga ham firmaning ichida, ham umuman iqtisodiyotdagi sharoitlarga qarab ro'y bergan o'zgarishlar kiritiladi. Biznes-reja firma ichi tahlilini maxsus ilmiy tashqi lotlar tomonidan amalga oshiriladigan makroiqtisodiy tahlillar bilan bog'laydi. Odatda har bir firma biznes-reja tuzadi, lekin bunday hujjatlarni tayyorlash imkoniyatlari har xil bo'lishi mumkin: biznes-rejani ishlab chiqish uchun kichik firmalar konsalting tashqi lotlarining mutaxassislarini jalb etishlari mumkin.

Biznes-reja firmaning muayyan bozordagi faoliyatning aniq yo'nalishini o'rganish maqsadida o'tkaziladigan tadqiqotlar va tashqi liy ishning natijasi bo'lgan munosabati bilan u quyidagilarga asoslanadi:

-Ma'lum tovarni ishlab chiqarish (xizmatlar ko'rsatish)ning aniq loyahasiga-yangi turdagi buyumlar yaratish yoki yangi xil xizmatlar ko'rsatishga;

-Firmaning zaif va kuchli tomonlarini aniqlab, olish maqsadida har tomonlama o'tkaziladigan ishlab chiqarish- xo'jalik va tijorat tahliliga;

-Aniq masalalarni amalga oshirish uchun qo'llaniladigan moliyaviy, texnik-iqtisodiy va tashqi liy mexanizmlarga.

Umuman aytganda, biznes-reja loyihaning muvaffaqiyat darajasini belgilab beruvchi ko'rsatkich hisoblanadi.

Biznes-rejaning qisqacha bayon etilgan mazmunidan keyin odatda firma to'g'risidagi ma'lumotlar keltiriladi, bo'larda kompaniyani boshqarish uchun kerakli va investorlarni qiziqtiradigan tafsilotlar lo'nda qilib bayon etiladi. Ana shunday materialning quyidagi asosiy bo'limlarini ajratish mumkin:

1. Firmaning tashkil topishi.

2. Firmaning tashqi liy strukturasi ya'ni tuzilishi, bunda asosiy tashqi liy chiqarish va boshqaruv bo'linmalari ko'rsatiladi.

3. Firma imidji, ya'ni haridorlarning firma to'g'risidagi fikri. Bu bo'limda quyidagi savollarga javob berilgan bo'lishi zarur.

4. Firma faoliyati sharoitlarining tahlili biznes-reja birinchi bo'limining muhim qismidir. Firma faoliyatining sharoitlari ikki katta qismga bo'linadi: tashqi va ichki sharoitlar.

Tashqi sharoitlarga firma aytarli ta'sir ko'rsata olmaydi, lekin ularni nazarda tutishi kerak bo'ladi. Bu sharoitlar iste'molchilar xohish-istaklari va didlarining, bozor talablarining o'zgarib turishini, ishchi kuchi bor yo'qligini, moddiy resurslar manbalarini, buyum (mahsulot, xizmat)ning hayot sikli, ishlab chiqarish sikli, soliqla tortish tahlili, baholar ustidan nazorat va boshqalarni o'z ichiga oladi.

Xulosa qismida qancha hajmda mablag' ajratilishi muljallanayotganini qisqacha bayon qilib, ajratiladigan mablag'lar sarmoyaning o'sib borishiga yordam beradigan bo'lishi uchun firmalar nimalar qilmoqchi ekanligini aytib o'tishi zarur.

Biznes-rejani asosiy bo'limlarining mazmuniga - mo'ljallanayotgan loyihaning tabiatiga qarab uning o'ziga xos xususiyatlarini aks ettiradigan bo'limlar bo'lishi mumkin, lekin biznes-reja bu ish hujjatining mazmuni, umuman olganda, bir qolipda bo'lib, quyidagilarni o'z ichiga olishi kerak<sup>21</sup>:

1. Rezyume.

2. Tovar (Mahsulot yoki xizmat turlari):

3. Mol o'tkaziladigan bozor:

---

<sup>21</sup> Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тадбиркорлик асослари. Ўқув амалий қўлланма. -Т.:ЕХ. TEMPUS «Консаудит», 2004.

4. Marketing strategiyasi:
5. Ishlab chiqarish dasturi:
6. Ishlab chiqarishni tashkil qilish:
7. Biznes faoliyatining tashqi liy -rejaviy shakli:
8. Moliyaviy reja:
9. Loyihaning rentabelligi:

### **Qisqacha xulosalar**

Biznes faoliyati strategik va operativ tahlil qilish tavsiflanadi. Strategik tahlil biznes faoliyatini kuchli va kuchsiz tomonlarini, imkoniyat va xavf-xatarlarini aniqlashga yo'naltirilgan. Operativ tahlilda esa Biznes faoliyati xo'jalik faoliyatini natijalari tahlili beriladi. Unda Biznes faoliyatining natijalarini tahlili, ishlab chiqarish harajatlarini tahlili, mahsulot tahlili to'liq yoritib beriladi. Rejalashtirish-bu biznes faoliyati maqsadlari, uning marketing sohasidagi potensial imkoniyatlari orasidagi strategik muvofiqlikni qo'llashni taqqoslovchi boshqaruv jarayonidir.

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

1. Biznes faoliyatlari qanday tahlil qilinadi?
2. Operativ tahlil xo'jalik faoliyatini qanday natijalari tahlil qilinadi?
3. Daromadlar manbalari nimalardan iborat?
4. Sof foyda qanday yo'nalishlarga sarflanadi?
5. Yalpi daromadga qanday omillar ta'sir qiladi?
6. Biznes faoliyatini rejalashtirishda nimani tushunasiz?
7. Rejalashtirishning qanday elementlarini bilasiz?
8. Rejalashtirish jarayoni qanday bosqichni o'z ichiga oladi?
9. Rejalashtirishning qanday yo'llarini bilasiz?
10. Biznes-rejani mohiyati va mazmuni nimadan iborat?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Мухиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. Т.: «Ўқитувчи», 2003.

2. Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тадбиркорлик асослари. Ўқув амалий қўлланма. -Т.:ЕҲ. TEMPUS «Консаудит», 2004.

3. Предпринимательство: Учебник/Под ред. М.Г. Лапусты.- 3-е изд., испр. и доп.-М.: ИНФРА-М, 2003.

4. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательское конкуренции –М.: ООО Марлет Дс корпорейшен, 2004.

### **Интернет веб-сайтлари Lot**

Rambler-<http://www Rambler.ru>;

Yandex- <http://yandex.ru>;

**Ошибка! Закладка не определена..**

[www.gov.uz](http://www.gov.uz).

## VI BOB

### BIZNESNI BOSHQARISH NAZARIYASI

#### 6.1. Biznesda boshqaruvning vujudga kelishi va rivojlanishi

Boshqarishda biznes faoliyati deyilganda-ishni tashkil etishga ta'sir ko'rsatadigan shart-sharoitlar va omillar borligi tushuniladi. Biznes faoliyatining maqsadlari va vazifalari bevosita bozor tamoyillaridan kelib chiqadi.

Ma'lumki, bozor iqtisodiyoti sharoitlarida sotuvchilar o'z tovarlarini imkon boricha ko'proq foyda beradigan qilib sotishga, haridorlar esa bu tovarlarni imkoni boricha arzonroq harid qilishga intiladi.

Bozor iqtisodiyotida davlat tomonidan ko'rsatiladigan choralari ijtimoiy himoya, atrofdagi muhit muhofazasi, inson qadrini, demokratiyani himoya qilish va boshqalarga qaratilgan bo'lishi mumkin. Biznesning muhim tomoni uning faoliyatini boshqarib borishdir. Biznesni boshqarish mohiyat e'tibori bilan olganda maqsadga erishish yo'lida qilinadigan xatti-harakatlarni jonlantirish uchun bir shaxs yoki shaxslar guruhi tomonidan boshqa shaxsga ta'sir o'tkazishdan iborat.

Biznesni boshqarish jihatlarni o'z ichiga oladi<sup>22</sup>: «Kimni» «kim» boshqaradi? Bu boshqaruv vazifalari, boshqaruv organlari vazifalarining ijrosini ta'riflaydi. Ikkinchidan, shaxslarni va qarorlarga aloqador vositachi kishilarni kim boshqarib borishi shu yo'l bilan aniqlanadi. Boshqaruv «qay tariqa» amalga oshiriladi va boshqariladigan kishilarga u qay tariqa ta'sir o'tkazadi?

Boshqaruv «nima» bilan amalga oshiriladi? Tadbirkorlikni boshqarishning muhim vazifasi tadbirkorlik siyosatini belgilashdir. Tadbirkorlik faoliyatining siyosati barcha normativ talablar va shu talablarni amalga oshirish usullarini o'z ichiga oladi.

Tadbirkorlik faoliyatining samarali bo'lishida tadbirkorlik muhiti omillarini tadqiq etish muhim o'rinni egallaydi. Tadbirkorlik muhiti

---

<sup>22</sup> Б.А.Райзберг. Основы бизнеса. Учебное пособие. М.: «Ось-89», 2001.



deyilganda firmaning faoliyat ko'rsatib borishiga ta'sir o'tkazadigan va boshqaruvga oid qarorlar qabul qilishning talab etadigan shart-sharoitlar va omillar bor yo'qligi tushuniladi. Tadbirkorlik muhitining ichki va tashqi omillari tafovut qilinadi. Ichki muhit deyilganida firmaning olinadigan foydani ko'paytirishga qaratilgan boshqaruv mexanizmini o'z ichiga oluvchi xo'jalik faoliyati tushuniladi.

Tadbirkorlikning tashqi muhiti deyilganda raqobatchi firmaning faoliyatini qat'iynazar atrofidagi muhitda yuzaga keladigan, lekin, uning ish olib borishga ta'sir o'tkazadigan barcha shart -sharoitlar va omillar tushuniladi.

Tadbirkor katta foyda olish uchun quyidagi yo'nalishlarda o'z maqsadini aniqlab olishi kerak: fan-texnika sohasida - yangi mahsulotni ishlab chiqish va joriy etishni; ishlab chiqarish sohasida texnologiya jarayonini takomillashtirish va yangi texnologiyadan foydalanish, ishlab chiqarilgan mahsulot sifatini yaxshilashni; mehnatni o'tkazish, sotishda- har bir mehnatga nisbatan bozor ulushini saqlab qolish va kengaytirib borishi lozim.

Boshqarishning asosiy vazifasi omillar ta'sirining tabiati va darajasini aniqlab, tadbirkorlik faoliyatining samarali amalga oshib borishi va rivojiga ta'minlashga qaratilgan qarorlar qabul qilishdir. Shu maqsadda tadbirkorlik muhiti omillari quyidagi jarayonlarda:

-marketing tadqiqotlari va marketing dasturlarini ishlab chiqishda;

-biznes-reja ko'rsatkichlarini ishlab chiqarishda;

-operativ boshqarishda;

-xo'jalik faoliyati natijalarini nazorat qilib borish jarayonida muntazam tahlil qilib boriladi<sup>23</sup>.

Respublikamizda iqtisodiy islohatlarni amalga oshirishga asosiy maqsad-bozor munosabatlarni tashkil etish, bozorni turli tuman zarur tovar va xizmatlar bilan to'ldirib, iste'molchilarning saralab tovar harid qilishiga keng imkoniyatlar yaratib, pirovard natijada Xalqning farovon turmush sharoitini ta'minlashdan iborat.

---

<sup>23</sup> Предпринимательство: Учебник/Под ред. М.Г. Лапусты. -3-е изд., испр. и доп.-М.: ИНФРА-М, 2003.

## **6.2. Biznes faoliyatida boshqaruv elementlari**

Xususiy tadbirkorlik bu fuqarolar tomonidan uzlarining shaxsiy daromad (foyda) olish maqsadida, amaldagi qonunchilik doirasida amalga oshiriladigan tashabbuskor xo'jalik faoliyatidir. Xususiy tadbirkorlik ikki turdagi kurinishda bo'ladi. Uning biri yonlanma mehnatni jalb qilish asosida huquqiy shaxs va uni belgilangan tartibda ro'yxatdan utqazib faoliyat ko'rsatadigan tadbirkorlik, ikkinchisi esa yuridik shaxs bo'lmay faoliyat ko'rsatadigan, yollanma mehnatni jalb etmaydigan yakka tartibdagi tadbirkorlikdir.

Xususiy biznes faoliyatiga yangi xodimlar tomonlarining huquqi va burchlari kelishilgan shartnoma asosida qabul qilinadilar.

Mehnat shartnomasida xodimning ixtisosligi, malakasi, lavozimi, kontrakt tuzilgan muddat, mehnat sharoiti va unga mehnat faoliyatining u yoki bu turini bir biridan farqlovchi haq to'lash, ijtimoiy va tibbiy sug'urta, ijtimoiy ta'minot, xodimning ijtimoiy himoyalanganligi, shartnomani buzganligi uchun javobgarligi kabi majburiyatlar, sharoitlar va shartlar belgilanadi.

Tadbirkorlikning mazmuni va tabiatiga ko'ra ayrim kishilar yoki guruhlarining o'z o'zini ish bilan ta'minlash va tashabbuskorligiga asoslangan faol mehnat faoliyati sifatida baholashimiz mumkin.

Bu o'rinda tadbirkorlik mehnatining bozor munosabatlariga xos tavsakkalchilik sharoitida mehnat, ishlab chiqarish va ijtimoiy iqtisodiy vazifalarning tashkiliy yechimini qidirish va ro'yobga chiqarish bilan bog'liq ijodiy, aqliy ish sifatidagi o'ziga xos tabiati xususida gapirish mumkin. Shunday qilib, tadbirkorlikni o'zaro bog'liq bo'lgan ikki xil ko'rinishda qarash kerak: birinchidan, bozorning harakatlantiruvchi kuchi sifatida, ikkinchidan, mehnatning alohida sohasi sifatida. Ana shuning uchun ham tadbirkor inson bilan bozor iqtisodiyoti va mehnat faoliyatining o'ziga xos, xo'jalik tavsakkalchiligi bilan bog'liq turining subyektivi sifatida namoyon bo'luvchi shaxsdir.

Biznes faoliyatlarini turli shakllarida mehnatni tashkil etish va uni boshqarishga alohida e'tibor berilsa, biznes faoliyati mahsuloti

tovar sotish hajmini oshirish, aylanma vositalar aylantirishning tezlashtirish, hamkorlik sharoitlariga rioya etish, yangi bozorlar va yangi texnologiyalarni egallash orqali erishildi. Jamoa bo'lib tadbirkorlik faoliyatini olib boruvchilar uchun nafaqat foydaning ko'payishi va foyda darajasining yuksalishi, balki yalpi daromadning oshishi ham katta ahamiyatga egadir. Chunki mehnatga haq to'lash va boshqa fondlar unga bog'liq bo'ladi.

Ishlab chiqarish va savdo menejmenti maqsadiga minimal harajat sarflab shartnoma asosida kelishilgan muddatga tovarlar ishlab chiqarish yoki tovarlar mohiyatini yetkazib berish, hamda xizmat ko'rsatishdan ko'proq foyda orttirish kiradi. Menejer uchun qiyinchilik tugdiruvchi masalalarning eng asosiylari quyidagilar kiradi:

- kompyuter yordamida ishlab chiqarish jarayonlarini kuzatib borish uchun qo'l keladigan ko'rsatkichlarning eng zarurligini tanlash;

- firma boshqaruvining eng samarali tartibini yuzaga keltirish;

- mahsulot sifatini boshqarish;

- kadrlarni boshqarish;

- ishlab chiqarish vositalarini yangilab turish va xom-ashyo bilan ishlab chiqarishni beto'xtov ta'minlashni tashkil etish, hamda zaxiralarni boshqarish.

Tijorat menejmenti - firmaning tijorat faoliyatini boshqarish tizimi bo'lib, haridorlar talabini tahlil etish va o'rganishni, ishlab chiqarish, sotish va etkazib berish, hamda servis xizmatini ko'rsatish rejalarini talabga qarab moslashtirishni o'z ichiga oladi. Marketolog-menejerlarning maqsadi haridorlarga avval ishlab chiqarilgan tovarlarni qanday bo'lsada, sotish emas, balki ularning talabiga qarab tovarni ishlab chiqarish va taklif etishga erishish bo'lsagina, ular raqobatkor bo'la oladi.

Tovarning qanday hayotiy bosqichda ekanligini hisobga olish zarur, chunki yangi tovarning bozorga kirib kelishida uning rentabeli yoki rentabelsiz tovarga aylanishi davrini aniqlash mumkin. Tovarning andozasini yaratishdan tortib uni ishlab chiqarish, sotish

va sotuvdan keyin xizmat ko'rsatishgacha bo'lgan murakkab boshqaruv ishlari marketologlar ishi bo'lib, quyidagilarni o'z ichiga oladi:

-bozorni o'rganish, haridorlar talabini, daromadlarini, baholar darajasini kelajak uchun aniqlash;

-loyihalovchilarga baholar limitini va texnik vazifalarini bo'lib tovar andozasini yaratish bo'yicha buyurtma berish;

-reklama, turini ko'rgazmalar tashkil etish buyurtmachilarga ma'lumotlar junatish orqali bozor uchun yangi mahsulotni shakllantirish;

-shartnomalar tizimi, ishlab chiqarishni boshlash va mohiyatni yanada takomillashtirish choralarini ko'rish;

-tovar sotilishini tashkil etish;

-iste'molchilarga qo'shimcha xizmat ko'rsatish, ta'mirlash, extiyot qismlar yetkazib berish hamda ularni foydasi bo'yicha maslaxat berish va boshqalar.

Moliyaviy menejment firmaning moliyaviy masalalariga rahbarlik qilishdan iborat. Ushbu masalalarga daromadlarni shakllanish, soliqlarni vaqtida to'lash, sudalar hamda gaz, suv, elektr energiyasi, kommunal va aloqa xizmatlari uchun haq to'lash, sarflanadigan sarmoyalar rezerv mablag'larini yuzaga keltirish, dividendlar to'lanishini boshqarish kabilar kiradi.

#### **6.4. Boshqaruvning tashqi liy tuzilishi, tashqi liy tuzilmalarning turlari va elementlari**

Boshqaruvning tashqi liy tuzilishi deganda boshqaruv bo'g'inlar va boshqaruv bosqichlari miqdori va tarkibi tushuniladi. Boshqaruv tashqi liy tuzilishining oddiy va tushunarli bo'lishi uning ish qobiliyati yuqori bo'lishini kafolatlaydi, ya'ni boshqaruv tashqi liy tuzilmasida bosqich va bo'g'inlar qanchalik kam bo'lsa, boshqaruv shunchalik samarali bo'ladi.

Boshqaruv bo'g'inlari-bu bitta va bir qancha vazifalarni bajaruvchi mustaqil tarkibiy unsurlardir. Tuzilma elementlari, ularning bo'linmalari va boshqaruv apparatida ishlovchilardir.

Boshqaruv bosqichlari-bu boshqarishning biror darajasidagi ma'lum bo'g'inlar yig'indisidir. Shu belgisiga ko'ra boshqaruvning tashqi liy tuzilmalari-ko'p bosqichli(ko'p bo'g'inli), uch, ikki bosqichli(bo'g'inli) bo'lishi mumkin. Bosqichlar va bo'g'inlar o'rtasidagi Xalqa vertikal yoki gorizonttal bo'lishi ham mumkin. Vertikal bo'g'inlar-rahbarlarning ularga bo'ysunuvchilar o'rtasidagi munosabatlarni o'rganishga qaratilgan bo'ladi.

Gorizonttal aloqalar boshqaruvning teng huquqli bo'g'in va unsurlari o'rtasidagi munosabatlarni bildiradi.

Boshqaruvning tashqi liy tuzilmalari juda turli-tuman, lekin ular umumiy izchil bog'liqlikka ega va qonuniyatlarga bo'ysunadi. Boshqaruvning tashqi liy tuzilmasining asosiy turi chiziqli va funksional turlardir. Ularning birikishi asosida turli tuman chiziqli-funksional tuzilmalar tarkib topadi va ular quyidagilardan iboratdir<sup>25</sup>:

- Chiziqli;
- Funksional;
- Chiziqli- shtabli;
- Chiziqli- funksional boshqaruv tuzilmalariga bo'linadi.

Chiziqli boshqaruv tuzilmasi boshqaruv jarayonlarining eng oddiy shakli bo'lib, u bozor iqtisodiyoti sharoitida eng qulay va sodda varianti hisoblanadi. Chunki, har bir xodimga bitta rahbar to'g'ri keladi va boshqarish samaradorligi juda katta hisoblanadi.

Funksional boshqaruv tuzilmasi boshqaruv jarayonlarini murakkablashuviga va boshqarishning ixtisoslashuvining rivojlanishi bilan bog'liq holda vujudga keladi.

Funksional tuzilmada boshqaruvchi ko'rsatmalari nisbatan malakali bo'ladi, lekin yakka boshqarish tamoyillariga rioya qilinmaydi.

Chiziqli-shtabli boshqaruv tuzilmasida chiziqli tuzilma asos qilib olinadi, lekin boshqaruvning quyi bo'g'iniga ega har bir bo'g'inida

---

<sup>25</sup> Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учеб. пособие для вузов/ Под ред. Проф. В.Я.Горфинкеля, проф. В.А.Швандара.-2е изд., пререб. И доп.-М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2003.

ayrim muhim muammolar bo'yicha shtablar tuziladi. Shtablar malakali qarorlar tayyorlaydilar va rahbar tomonidan tasdiqlab uning ijrosi quyi darajaga yuboriladi.

Chiziqli-funksional boshqaruv tuzilmasida boshqaruv chiziqli va funksional boshqaruvi shakllarini birga qo'shish natijasida olib boriladi. Bunda rahbar va uning ko'plab muovinar va o'rinbosarlari bo'lib, ular orasida boshqaruv taqsimlangan bo'ladi. Ushbu boshqaruv tuzilmasi boshqa boshqaruv tuzilmalari ichida eng murakkabi deb hisoblanadi.

### **Qisqacha xulosalar**

Biznesni to'g'ri tashkil etish va boshqarish biznesning rivojlanishi uchun zarur shartlardan biridir. To'g'ri tashkil etilgan boshqaruv jarayoni imkoniyatlardan samarali foydalanish daromadlarning ko'payishini, harajatlarning oqilona sarflanishni hamda foydaning oshishini ta'minlashi shubxasizdir. Biznesning muhim tomoni uning faoliyatini boshqarib borishdir. Biznesni boshqarishning muhim vazifasi biznes siyosatini belgilashdan iborat bo'lib, bu siyosat barcha normativ talablar va shu talablarni amalga oshirish usullarini o'z ichiga oladi. Boshqarishning asosiy vazifasi omillar ta'sirining tabiati va darajasini aniqlab, tadbirkorlik faoliyatining samarali amalga oshib borishi va rivojini ta'minlashga qaratilgan qarorlar qabul qilishdir.

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

1. Biznesda boshqarishning roli nimadan ibrorat?
2. Biznesni tashkil etish usullariga ko'ra boshqarishning qanday turlarini bilasiz?
3. Biznesni boshqarish qanday jihatlarni o'z ichiga oladi?
4. Boshqarishning asosiy vazifasi nimadan iborat?
5. Tadbirkorlikda mehnatning qanday shaklidan foydalaniladi?
6. Biznesda boshqaruvning ahamiyati?
7. Biznesda boshqaruvning vujudga kelishi va rivojlanishi.
8. Biznes faoliyatida boshqaruv elementlari.

9. Biznes faolyatida boshqaruv an'anasi.

10. Boshqaruv tashqi liy tuzilishi, tashqi liy tuzilmalarning turlari va elementlari.

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Мухиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: «Ўқитувчи», 2003.

2. Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тадбиркорлик асослари. Ўқув амалий қўлланма. Т.:ЕҲ. TEMPUS «Консаудит», 2004.

3. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательское конкуренции –М.: ООО Марлет Дс корпорейшен, 2004.

4. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учеб. пособие для ВУЗов/Под ред. Проф. В.Я.Горфинкеля, проф. В.А Швандара.-2е изд., пререб. И доп.-М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.

### **Интернет веб-сайтлари Lot**

Rambler-<http://www/rambler.ru>;

Yandex- <http://yandex/ru>;

[www.edu.uz](http://www.edu.uz).

[www.gov.uz](http://www.gov.uz).

## **VII BOB**

### **BIZNESNING MOLIVAVIY FAOLIYATI VA KREDIT BILAN TA'MINLASH SHAKLLARI**

#### **7.1. Biznes faoliyatida moliyaning mohiyati va ahamiyati**

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tovar-pul munosabatlari-amal qilishi moliyaviy zaruriyatni ifodalaydi. Muomala doirasida tovar harid qilinadi, sotiladi va bu jarayon yana takrorlanadi.

Savdo va Biznes faoliyatlarining xo'jalik faoliyati tovar yetkazib beruvchilar, bank, byudjet, haridorlar, savdo xodimlari va boshqalar bilan bo'ladigan turli-tuman pul munosabatlaridan tarkib topadi.

Pul mablag'larining rejali ravishda vujudga keltirilishi, to'planishi va sarflanishini ifodalovchi iqtisodiy munosabatlar moliyani anglatadi. Moliya markazlashgan va markazlashtirilmagan fondlarni tashkil etish va foydalanish bilan bog'liq pul munosabatlarini o'z ichiga oladi. Markazlashtirilgan fondlarga davlat byudjeti, banklari, omonat kassalari, sug'urta organlari resurslari kiradi. Markazlashtirilmagan fondlarga davlat mulkidan boshqa mulk shaklidagi banklar, omonat kassalari, sug'urta firmalari, Biznes faoliyatlarining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish fondlari, mehnatga haq to'lash fondlari, amortizatsiya, sug'urta, tavakkalchilik fondlari kiradi.

Odatda moliya ikki vazifani: taqsimot va nazorat vazifalarini bajaradi. Biznesda o'z mablag'lari yetishmagan holda zarur mablag'ni bankdan qarz olishi mumkin. Moliya bozori - bu pul bozoridir. Bu bozorni hamma agentlari-pul agentlaridir. Moliya bozorlarida boshqa bozorlardagidek sotuvchi va haridorlar mavjud. Moliya bozorida ayirboshlanadigan tovarlar moliyaviy talablar bo'yicha ifodalangan. Moliyaviy majburiyat-bu kelgusida pulni to'lashni bo'yniga olish, bugungi moliyaviy bozorda olinayotgan pulni kelgusida to'lash. Moliyaviy vositachi rolini bank o'ynaydi. Moliyaviy bozor ishtirokchilari ikki guruhga bo'linadi<sup>26</sup>:

<sup>26</sup> Ходиев Б.Ю., Самадов Ф., Юсупов М.С., Мелибоев Ш.А., Ишмуродов С.Т. Кичик тадбиркорлик молиявий менежменти.-Т.: «Консаудит», 2004.



- harakatdagi sektor;
- moliyaviy vositachilar;
- biznes faoliyati doimo o'z foydasidan: davlatga soliq;
- bank krediti foizini;
- aksionerlarga dividend to'lashi zarur;
- moliyaviy sohada yutuq keltiruvchi omillarga: vaqt omili;
- tavakkalchilik omili;
- inflyatsiya omillari kiradi.

Vaqt omili muvaffaqiyat imkoniyatlarini oshiradi va yomon natijalar ehtimolini pasaytiradi. Narx (kelgusidagi qiymat) quyidagi formula orqali ifodalanadi. Kelgusidagi bugungi pul, X qiymat mablag'lari soni. Moliyaviy muhitni katta noaniqligi tovarlar va xizmatlarga bo'lgan narx darajasini doimiy o'sishiga-inflyatsiyaga olib keladi. Inflyatsiya foiz stavkasiga, moliviy bozorlarga, investorlar daromadlariga. Korporatsiyalari loyihalariga, firmani kapital quyilmalariga, ya'ni barcha moliyaviy muhitga ta'sir ko'rsatadi.

Tavakkalchilik omili, inflyatsiya omili. Vaqt omili bilan birgalikda olib boriladi. Tavakkalchiliksiz tadbirkorlik faoliyati bo'lishi mumkin emas. Tavakkalchilikni bir necha guruhlariga bo'lish mumkin: birinchidan, pulni harid qobiliyati tushib ketishi bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchilik, boshqacha aytganda bu inflyatsiyali tavakkalchilikdir; ikkinchidan, moliyaviy tavakkalchilik, firmani moliyaviy holati va xulq-atvoriga bog'liq bo'ladi; uchinchidan, operatsion tavakkalchilik, sizni tovarlar va xizmatlar bozoridagi nostadilligini aniqlaydigan mavqedir.

Bu o'rinda uchta turdagi investorlarni ajratish mumkin: tavakkalchilikni yoqtirmaydigan;

unga neytral qaraydigan; tavakkalchilikni yaxshi deb hisoblaydigan.

Bozor munosabatlari rivojlanib, uning elementlari tobora ko'proq tadbir etilayotgan, iqtisodiyot isloh etilib, aksiyadorlik jamiyatlarining soni o'sib borayotgan, bank ishi har tomonlama rivojlanib, takomillashib kelayotgan, xalqaro aloqalar kengayib,

mamlakat jahon iqtisodiyot tizimiga kirib borayotgan sharoitlarda moliyaviy aktivlar tobora ko'proq rusum bo'lib boradi.

Moliyaviy bozorning eng muhim tomonlaridan biri shuki, bu bozor yuqori samara beradigan iqtisodiyotni faollik bilan shakllantirib boradi. Moliyaviy bozor sarmoyalarning safarbar etilishini rag'batlantirib, bo'sh turgan pul mablag'larini iqtisodiyotdagi turli sohalar o'rtasida qaytataqsimlanishni ta'minlab beradi. Moliyaviy bozor rentabel Biznes faoliyatlariga mablag' berib turish orqali samarali iqtisodiyot shakllanib borishiga yo'l ochadi.

Hozirgi zamon moliya bozorini ko'p sonli moliya muassasalari yoki vositachilar tashkil qiladi. Bu-sotuvchilar va haridorlar ya'ni, sotiladigan va harid qilinadigan tovar, pul va boshqa moliya aktivlari mavjud bo'lgan bozor. Ular vaqtinchalik foydalanish uchun (majburiyatli qarzar shaklida) yoki butunlay (aksiyaga) berilishi mumkin.

Shu bilan birga, moliya bozorlari pul mablag'lari jamg'armalarining egalariidan qarzar oluvchilarga boradigan ko'plab turli-tuman yo'llar bilan ta'minlanib turadi. Iqtisodiy adabiyotda ular ikkita asosiy guruhga ajratiladi.

Birinchi guruhga pul mablag'lari bevosita jamg'armalarining egalariidan qarzar oluvchilarga boradigan mablag' bilan bevosita moliyalash yo'llari kiradi. Ular o'z navbatida ikki turga bo'linadi: kapital moliyalash-unga muvofiq tadbirkor mablag'ni mulkning bir qismiga almashtirish hisobiga oladi (oddiy aksiya) va qarzar olish yo'li bilan moliyalash-unga muvofiq firma mablag'ni oldindan kelishilgan foiz bo'yicha keyin to'lash va firmaga egalik qilish huquqini olmaslik haqidagi sharti bilan oladi (obligatsiya). Bu barcha qimmatli qog'ozlar, bozorining rivojlanishi va faoliyat ko'rsatishini belgilaydi.

Bevosita mablag' bilan ta'minlashga omonatchilarning mablag'larini moliya muassasalariga: tijorat banklari, sug'urta va trast kompaniyalari, pensiya fondlari va hokazolarga quyishga doir barcha operatsiyalar kiradi.

## **7.2. Kredit turlari va kredit operatsiyalarini sug'urta qilish**

Kredit deganda o'z egalari qo'lida vaqtincha bo'sh turgan pul mablag'larini boshqalar tomonidan ma'lum muddatga haq to'lash sharti bilan qarzga olish va qaytarib berish yuzasidan kelib chiqqan munosabatlari tushuniladi.

Kredit munosabati ikki subyekt o'rtasida yuzaga keladi: biri pul egasi, ya'ni qarz beruvchi; ikkinchisi pulga muxtoj, ya'ni qarz oluvchi. Kredit tovar va pul ko'rinishidagi mablag'larni:

qaytarib berishlik;

muddatlilik va foiz to'lash shartlari asosida berish natijasida yuzaga keladi.

Kredit va moliya tushunchalari o'rtasida bir tomondan umumiylik bo'lsa, ikkinchi tomondan farqli jihatlari mavjud. Agar moliya barcha xo'jalik subyektlarining o'ziga tegishli pul mablag'lari xususidagi aloqalarini anglatsa, kredit, bundan farqliroq, o'zga mulki bo'lgan pulni qarzga olib ishlatish borasidagi munosabatlarni bildiradi va bozor munosabatlarining bir unsuri hisoblanadi.

Moliya bilan kreditning umumiyligi shuki, ularning har xil bo'lishidan kelib chiqadi. Moliyada o'z mulki bo'lgan pul resurslarini xohlagan vaqtda, hech bir harajatsiz ishlatishi mumkin. Kredit esa o'zgaralar mulkini ishlatish uchun foizlar to'lash sharti bilan va qaytarib berish sharti bilan ishlatiladi.

Respublika milliy iqtisodiyot tarmoqlari biznes faoliyatlarini kreditlashning eng muhim manbalaridan biri-xususiylashtirishdan tushadigan mablag'lardir. O'zbekiston-xususiylashtirishdan tushgan barcha mablag'ni davlat byudjetiga emas, balki xususiylashtirilgan biznes faoliyatlarini qo'llab-quvvatlashga hamda bozor infratuzilmasini rivojlanishiga yo'naltirilgan dunyodagi kamdan-kam davlatlardan biri hisoblanadi.

Shunday qilib, xususiylashtirilgan biznes faoliyatlarini mablag' bilan ta'minlashning birinchi xususiyati shundaki, mablag'lar davlat tasarrufidan chiqarish hisobiga hosil bo'ladi va davlat mulki Qo'mitasining maxsus hisob varag'ida jamg'ariladi. Ikkinchi xususiyati shundan iboratki, Respublika Moliya Vazirligi bilan

kelishilgan holda kreditdan foydalanishning imtiyozli suriluvchi foiz stavkalari belgilanadi. Foiz stavkasi miqdorining o'zgarishi har chorakda yuz beradi, lekin u har doim respublika o'rtacha bank foiz stavkasidan past bo'ladi. Shunday qilib, mulkchilik shaklini nodavlat mulkchilik shakliga o'zgartirgan biznes faoliyati yangi shakllarda faoliyat ko'rsatishining birinchi kunidanoq o'z biznes dasturini amalga oshirish uchun davlat biznes faoliyatlariga nisbatan foydaliroq shartlarda mablag' olish imkoniga ega bo'ladi.

### **7.3. Qimmatli qog'ozlar, ularni tushunchasi va ahamiyati**

Aksiya-hissadorlik jamiyati mablag'iga qo'shilgan ulushni ifodalovchi, uning egasiga sof foydaning bir qismini olish va ushbu jamiyatni boshqarishda qatnashish huquqlarini beruvchi qimmatli qog'ozdir. Aksiya qimmatli qog'ozlar bozorida oldi-sotdi qilinadi. Aksiya qiymati aksiyada qayd etilgan pul miqdoridir. U sotiladigan narx aksiya kursi deb ataladi.

Aksiya o'zining maxsus va o'ziga xos sifatlariga ega bo'lib, u boshqa turdagi qimmatli qog'ozlar orasida alohida o'rin tutadi. Ana shunday xususiyatlaridan biri amal qilish muddati belgilanmagan qimmatli qog'oz ekanligidir. U aksiyani chiqargan xissadorlik jamiyati faoliyati tugatilgunga qadar amal qilaveradi. Sotib olingan aksiya o'z xissadorlarga jamiyat ixtiyoridagi umumiy mulkdan o'ziga tegishli ulushga huquqi borligi to'g'risida guvohlik beradi<sup>27</sup>.

Har qanday aksiyani, u fuqaro yoki yuridik shaxs tomonidan sotib olinganmi yoki bepul ega bo'linganmi, mulkdor qonunchilikka mos ravishda cheklanmagan holda sotishi mumkin. Aksiya egasi, agar xissadorlik jamiyatining faoliyati tugatilsa, shu jamiyatning mulkini taqsimlashda ishtirok etish huquqiga egadir. Boshqa qimmatli qog'ozlar (xazina majburiyatlari, obligatsiyalar, veksellar, depozit sertifikatlari) amalda kredit quroli bo'lib, kredit munosabatlarini o'zida aks ettirsa, aksiya mulkchilik munosabatlarini boshqaruvchi vosita hisoblanadi. Aksiya egasi kompaniya hissadorlarining umumiy

---

<sup>27</sup> Ходиев Б.Ю., Самадов Ф., Юсупов М.С., Мелибоев Ш.А., Ишмуродов С.Т. Кичик тадбиркорлик молиявий менежменти.-Т.: «Консаудит», 2004.

yig'ilishida u yoki bu qaror uchun ovoz berar ekan, mazkur jamiyatni boshqarishda ishtirok etish huquqiga ega hisoblanadi.

Mamlakatimiz hududida chiqarilayotgan aksiyalar quyidagi turlarga bo'linadi:

- Nomi yozilgan va «ko'rsatuvchiga».

Nomi yozilgan aksiyada egasining ismi sharifi albatta yozilgan bo'lishi shart, agar aksiyaning egasi yuridik shaxs bo'lsa, u holda aksiyaga Biznes faoliyatining nomi yoziladi. Nomi yozilgan aksiyalar odatda nisbatan balandroq qiymatli qilib chiqariladi. Bu ularning fond bozoridagi muomalasi xususiyati bilan belgilanadi. «Ko'rsatuvchiga», ya'ni uni ko'rsatgan kishiga mansubligini bildiradi va egasining nomi ko'rsatilmaydi.

- Oddiy va imtiyozli aksiyalar.

Oddiy aksiyalar xissadorlarning umumiy yig'ilishida ovoz huquqini beradi, bunday aksiyalar bo'yicha olinadigan dividendlarning hajmi xissadorlik jamiyatining bir yil davomida ishlagan ishiga bog'liq, boshqa biron-bir narsa bilan kafolatlanmagan.

Oddiy aksiyalarning egalari boshqa qimmatli qog'ozlarning egalari nisbatan ko'proq mas'uliyatini zimmaga olganlikdari tufayli bunday aksiyalar bo'yicha olinadigan dividendlar yuqoriroq qilib belgilanadi. Imtiyozli aksiyalar ularning egasiga umumiy yig'ilishda (ba'zi hollardan tashqari) ovoz huquqini bermaydi. Bunday aksiyalarning imtiyozligi shundayki, bir tomondan, jamiyatning xo'jalik faoliyati (daromadi) qanday bo'lishidan qat'iy nazar, kafolatlangan dividendlarni olishi mumkin bo'lsa, ikkinchi tomondan, xissadorlik jamiyatining faoliyati tugatilganda aksiyalar qiymati bo'yicha to'lovlar birinchi navbatda ana shunday aksiyalarga to'lanadi. Imtiyozli aksiyalarning umumiy nominal qiymati jamiyat nizam fondining 10 foizidan oshmasligi kerak.

Aksiyalar to'g'risida gap ketganida yana quyidagi tushunchalarni farqlay bilishimiz kerak:

-aksiyalarning nominal narxi va aksiyaning kursi.

Aksiyada ko'rsatilgan pul summasi aksiyaning nominal narxi hisoblanadi. Bu qiymat aksiyaning dastlabki bahosi bo'lib, bundan

keyin uning bozorda harakat qilishi uchun jiddiy ahamiyatga ega emas, u faqat aksiya egasi sarmoya ulushining hajmini ifodalaydi. Ko'pchilik mamlakatlarda, ayniqsa, xissadorlik mulki yetakchi urin tutgan mamlakatlarda (masalan, AQSH) aksiyalar nominal narxi ko'rsatilmagan holda chiqariladi. Ularda faqat nizom fondi ma'lum xissalarga bo'linganligi ko'rsatilgan. Ayrim iqtisodchilar haridor aksiyaga qancha pul to'lashni lozim deb bilsa, aksiyaning narxi xuddi ana shunchadir, deb hisoblashadi. Biroq ko'pchilik mamlakatlarda aksiyaning nominal narxi ko'rsatiladi.

Aksiyalarda nominal narxining ko'rsatilishi fond bozori endigina rivojlanayotgan bizning respublikamizda ham o'z ahamiyatini saqlaydi. Birinchidan, nominal aksiya egasiga ruhiy ta'sir ko'rsatadi, unga bu shunchaki mavxum majburiyat emas, balki ma'lum bir hajmdagi mulkchilik unvoni deb hisoblash asosini beradi. Bundan tashqari, chiqarilgan aksiyalarning nominal narxidan hissadolik jamiyatining nizom fondi vujudga keladi, aksiyalar nominalsiz chiqishi ularni hisobga olishni qiyinlashtiradi. Nihoyat, aksiyalar ikkilamchi bozorda sotiladigan ijobiy laj (nominal narx va kurs narxi o'rtasidagi farq) sarmoyadorlarga kompaniya ishlarining ahvoli haqida ba'zi bir xulosalar chiqarish imkonini beradi.

Turli mamlakatlarda aksiyalarning minimal nominal narxi har xil qilib belgilangan. Masalan, Olmoniyada, Fransiyada-100 yevro, Yaponiyada-100 iyen va hokazo. O'zbekiston Respublikasining qonunchiligiga ko'ra, aksiyalarning minimal nominal narxi-100 so'mdir.

Aksiyaning bozorda sotiladigan bahosi uning kursi sanaladi. Bu aksiya qiymatining asosiy shaklidir. Aksiya kursi aksiyaning haqiqiy narxini aniqlaydi. Kurs aksiyalar bo'yicha olinadigan dividendga bog'lik. Aksiya kursining nominal narxdan yuqorida bo'lishi kajem deb nomlanadi va aksincha, kursning aksiya nominal narxidan pastda bo'lishi esa dizajno deyiladi. O'zbekiston Respublikasi hududida qimmatli qog'ozlarni, jumladan, aksiyalarni muomalaga chiqarish (depozit sertifikatlari va veksellardan tashqari) va ularni ro'yxatdan o'tkazish qoidasi Moliya Vazirligi tomonidan tasdiqlanadi. Qimmatli

qog'ozlar bozorining faoliyati hamda ushbu qimmatli qog'ozlarga egalik qiluvchi sarmoyadorlarning huquqlari va burchlari «qimmatli qog'ozlar bozori va fond birjasi to'g'risida», «Aksiyadorlik jamiyatlar va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida»gi qonunlarda belgilanib qo'yilgan.

#### **7.4. Biznesda moliyaviy holatni tahlil qilish va moliyaviy qaror qabul qilish asoslari**

Har qanday biznes faoliyatining moliyaviy ahvoli barcha uchun befarq emas. Chunki, ularning moliyaviy ahvoli davlat, xissadorliklar va ta'sischilarning manfaatlariga bevosita ta'sir etadi. Shuning uchun biznes faoliyatlarining moliyaviy ahvolini baholash katta ahamiyatga ega.

Biznes faoliyatlarida mulkiy va moliyaviy munosabatlarni rasmiy hujjatlashtirish uchun buxgalteriya hisobi olib boriladi. Davr oxirida u moliyaviy hisobot tuzish bilan yakunlanadi. Hujjatning moliyaviy hisobotlari esa har bir xo'jalik yili oxirida xissadorliklarning yoki ularning vakillarining umumiy yig'ilishida muxokama etiladi hamda tasdiqlanadi.

Hujjatning ta'sis hujjatlari va ta'sis shartnomasida ko'zda tutilgan taqdirda unga kredit ajratuvchi bank muassasasiga, jamiyat ixtiyoriy a'zo bo'lgan assotsiatsiyalarga, birjalarga va boshqa tashqi lotlarga buxgalterlik hisobining nusxasi topshiriladi.

Yangicha hisobot balansida aktivlar va passivlarning tavsifi bozor iqtisodiyoti munosabatlariga muvofiq keladigan darajada o'z ifodasini topgan. Hujjatning aktivlari balansda jamiyat tomonidan hisobot davrida tasarrufida bo'lgan va uning nazoratiga olingan vositalar hamda bergan qarzlarning qiymati sifatida ifodalangan.

Passiv uzilishi vositalar qiymati va tushadigan daromadlarning kamayishiga olib keladigan qarz hamda kreditorlik qarzi bo'yicha jamiyat zimmasidagi majburiyatlardir. Aktivlar qiymatining passivlar qiymatidan oshishi, jamiyatning o'ziga qarashli vositalarini tovarlar yetadi va uning qiymati hisobot balansining passivida, o'ziga qarashli vositalar manbai bo'limida ifodalanadi. Shu yerda jamiyat foydasi

ham o'z foydasini topadi. Hujjatning yangicha balansi aktivlarning 3 ta bo'limi va passivlarning 3 ta bo'limidan iborat. Balans aktivlarining 1-bo'limida asosiy vositalar nomaterial aktivlar, sarmoya sarflari va pudratchilarga berilgan avanslar, uzoq muddatli moliyaviy quyilmalar qiymati ifodalanadi. Shu yerda foydaning ishlatilishi, ziyonlar, hissador qo'yan vositalar amalga oshirilgan hisob kitoblar ham ifodalanadi.

Balansning aktiv qismi 2-bo'limida jamiyat ixtiyoridagi moddiylashgan aylanma vositalar: ishlab chiqarish zaxiralari qiymati, tugallanmagan ishlab chiqarish, tayyor mahsulotlar va boshqalar to'g'risidagi ma'lumotlar beriladi. Ishlab chiqarishdagi arzon vositalar, maxsus jixozlar va moslamalar, maxsus kiyimlar va poyafzal dastlabki qiymatida ifodalanadi. Jamg'arilgan yemirilishi, eskirish qiymatiga esa alohida modda shaklida balans passivida ifodalanadi.

Balans aktivlarining 3-bo'limida gaznadagi va bank schetidagi mavjud pul mablag'lari, qisqa muddatli qiymatli qog'ozlar sotib olishga qilingan sarflar va boshqa sarmoya sarflari, tovarlar va xizmatlar bo'yicha debitorlik qarzlari to'g'risida ma'lumotlar jamlangan. Balans passivining 1-bo'limida hujjatning o'ziga qarashli aktivlari manbai to'g'ri ma'lumotlar o'z ifodasini topgan. Bu yerda ustav fondi, maxsus fondlar, ta'minlash fondi, kelgusi davr daromadlari va balans foydasi, hisob-kitoblar va moliyaviy kapital kuyilmalari bo'yicha kreditorlik qarzlarning hajmi qayd etiladi. Ushbu bo'limda asosiy fondlar va nomaterial aktivlarining eskirishiga qilingan ajratmalar, kam qiymatli vositalar, kutilayotgan harajatlar va to'lovlarni koplashiga ajratilgan rezerv mablag'lari, ham sotilmagan tovarlar savdo ustamasining jamlangan qiymati foydalaniladi.

Balans passivlarining 2-bo'limida banklardan va boshqa mablag'lardan olingan kredit to'g'risidagi ma'lumotlar ifodalanadi. Shu bo'limda barcha turdagi uzaytirilgan ssudalar bo'yicha jamiyatning bankdan qarzi to'g'risidagi ma'lumotni ham ifoda etadi. Balansda bank kreditlari 3-modda bo'yicha turlarga ajratiladi<sup>28</sup>:

---

<sup>28</sup> Ходиев Б.Ю., Самадов Ф., Юсупов М.С., Мелибоев Ш.А., Ишмуродов С.Т. Кичик тадбиркорлик молиявий менежменти.-Т.: «Консаудит», 2004.



- qisqa muddatli kreditlar (1yilga);
- o'рта muddatli kreditlar (1 yildan 3 yilgacha);
- uzoq muddatli kreditlar (3 yildan ortiq muddatga olingan kreditlar)

Balans passivlarining 3- bo'limida to'lash muddati yuzaga kelgan kundan boshlab, bir yil mobaynida tugaydigan qisqa muddatli kreditorlik qarzlari ifodalanadi. Ushbu bo'limda to'lash muddati bir yildan oshmaydigan veksel evaziga olingan qarzlarning ham ko'rsatiladi. Uzoq muddatli veksellar bilan rasmiylashtirilgan qarzlarning esa balans passivining 2-bo'limida «uzoq muddatli qarzlarning» tarkibida ifodalanadi. Balans foyda xo'jalik faoliyatining moliyaviy natijasi sifatida har qanday jamoa uchun katta ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatga ega. Balans foyda mazmunan bitta ko'rsatkich bo'lib, hujjat undan foydaga qo'yilgan soliqni to'lagan qolgan sof foydaga egalik qiladi.

Moliyaviy tahlil tizimi va uning asosiy usullari. Bozor sharoitida korxonalarining aniq moliyaviy qarorlarini qabul qilishda qator moliyaviy tahlil tizimi va usullari keng qo'llaniladi. Yuqori samarali moliyaviy qarorlarga ega bo'lish moliyaviy menejmentning qo'yidagi tahlil tizimi va usullari tarkibiga bog'liq bo'ladi - hisobotni o'qish, gorizontal (yoki trendli) moliyaviy tahlil, vertikal (yoki tarkibiy) moliyaviy tahlil, taqqosli moliyaviy tahlil, integral moliyaviy tahlili, moliyaviy koefitsiyentlar tahlili.

Vertikal (yoki tarkibiy) moliyaviy tahlil korxonaning alohida moliyaviy hisobot ko'rsatkichlari tarkibi bo'yicha shakllanadi. Bu tahlildan foydalanishda barcha alohida tarkiblarning moliyaviy ko'rsatkichlari jami salmog'i olib hisoblanadi. Bunda, tahlil ayrim moliyaviy ko'rsatkichlarning 100 foizga qabul qilingan umumiy yakuniy ko'rsatkichdagi sarmoyani aniqlash maqsadida o'tkaziladi. Moliyaviy menejmentda tahlilning quyidagi shakllariga asoslanadi:

- aktivlarning tarkibiy tahlili;
- kapitallarning tarkibiy tahlili;
- pul oqimlarining tarkibiy tahlili.

Taqqosli moliyaviy tahlil korxonaning alohida bo'lgan bir

tarkibdagi ko'rsatkichlarni o'zaro bog'liqlikda mazmuniga qarab solishtirishlar asosida amalga oshiriladi.

Moliyaviy menejmentda foydalanish uchun qo'yidagi tahlil shakllari mavjud- moliyaviy ko'rsatkichlarni tarmoqlararo taqqoslash, moliyaviy ko'rsatkichlarni raqobatbardoshligi bilan taqqoslash, moliyaviy ko'rsatkichlarni korxonada ichki tarkibiy bo'lim birliklari bilan taqqoslash, moliyaviy ko'rsatkichlarni hisobot va reja bo'yicha taqqoslash.

Integral moliyaviy tahlil ba'zi korxonaning alohida moliyaviy ko'rsatkichlarini chuqur baholash shartlarini shakllantirishga imkon beradi. Bu tahlilning quyidagi shakllari mavjud:

- dyupon tizimining integral tahlili;
- aniq mo'jallangan integral moliyaviy tahlil;
- portfelli moliyaviy tahlil.

Moliyaviy koefitsientlar tahlili (R-tahlil) korxonaning umumiy moliyaviy ko'rsatkichlari turli hisoblashishlar bo'yicha o'zaro solishtirilishiga asoslanadi.

Ayniqsa, nisbiy yoki boshqa ko'rsatkichlar bilan korxonaning moliyaviy holati va moliyaviy faoliyati natijalari aniqlanadi. Bu tahlilning quyidagi shakllari mavjud:

- moliyaviy barqarorlik tahlili;
- to'lov qobiliyatining tahlili;
- aktivlarning aylanishi tahlili;
- kapitalning aylanishi tahlili;
- rentabillik tahlili.

### **Qisqacha xulosalar**

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tovar-pul munosabatlari amal qilishi moliyaviy zaruratni ifodalaydi. Moliya bozori-bu pul bozoridir. Moliya bozori sarmoyalarning safarbar etilishini rag'batlantirib, bo'sh turgan pul mablag'larini iqtisodiyotdagi turli sohalar o'rtasida qaytataqsimlanishini ta'minlab beradi. Kreditlar qisqamuddatli, o'rta muddatli, o'zoq muddatli kredit turlariga bo'linadi. Lizingni asosiy xususiyati shundan iboratki, lizing obyekini oluvchi uning

qiymatini tezda to'lashi shart bo'lmaydi, balki uni to'lashga kerakli miqdorda puli bo'lmashligi mumkin.

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

1. Biznes faoliyati moliyaviy sohasi deganda nimani tushunasiz?
2. Biznes faoliyati moliya bozori, funksiyalarini tushunchasi.
3. Kreditni qanday turlarini bilasiz?
4. Kredit operatsiyalarini sug'urta qilish qanday amalga oshiriladi?
5. Lizing nima?
6. Lizing kontraktini asosiy bo'limlari nimadan iborat?
7. Aksiya chiqarish va joylashtirish qanday amalga oshiriladi?
8. Aksiyalarni qanday turlarini bilasiz?
9. Biznesning moliyaviy ahvolini baholashning ahamiyati nimada?
10. Biznesning asosiy moliyaviy hujjatlariga nima kiradi?
11. Moliyaviy ko'rsatkichlar tahlili qanday olib boriladi?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Муҳиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: «Ўқитувчи», 2003.

2. Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тадбиркорлик асослари. Ўқув амалий қўлланма. -Т.:ЕХ. TEMPUS «Консаудит», 2004.

3. Еременко А. Разработка бизнес-приложений в Microsoft Business solutions-Аларта версии. 3.0/Фелексей Ермененко, Руслан Шашков. -М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.

4. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательское конкуренции -М.: ООО Марлет Дс корпорейшен, 2004.

5. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учеб. пособие для ВУЗов/Под ред. Проф. В.Я.Горфинкеля, проф. В.А Швандара.-2е изд., пререб. И доп.-М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2003.

### **Интернет веб-сайтлари Lot**

ambler-<http://www/rambler, ru;>

Yandex- <http://yandex/ru;>

[www.edu.uz.](http://www.edu.uz)      [www.gov.uz.](http://www.gov.uz)

## VIII BOB

### BIZNESNI BANK, SOLIQ VA AUDIT BILAN ALOQALARI

#### 8.1. Biznes faoliyatini rivojlantirishda tijorat banklarining o'рни va ahamiyati

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatlarini asosiy faoliyati banklar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, ular olib borayotgan faoliyat xom ashyoni sotib olish, ishlab chiqarilgan tovarlar, ko'rsatiladigan xizmatlarga haq to'lash, ish haqi bilan ishlovchilarni ta'minlash, turli toifadagi biznes faoliyatlari, firmalar, yuridik shaxslar bilan bo'ladigan iqtisodiy munosabatlar ya'ni olingan foydadan, daromaddan soliq to'lash, transport, kommunal xizmatlar uchun to'lovlarning barcha turlari, o'z navbatida olinadigan kreditlar ham boshqa hisob-kitoblar ham banklar orqali amalga oshadi. Umuman bank operatsiyalari passiv va aktiv operatsiyalardan iborat bo'lib, passiv operatsiyalar pul mablag'larini ma'lum biror yo'nalishga safarbar etishga qaratilgan.

Banklar passiv operatsiyalar orqali jamg'armalarni va vaqtinchalik bo'sh turgan mablag'larni ishlab chiqarishga safarbar etib foyda oladi.

Aktiv operatsiyalar turli xarakterdagi kreditlarni berish operatsiyalari bilan bog'liq bo'lib, quyidagi elementlari bo'yicha turkumlanadi<sup>29</sup>:

1. Muddatlar bo'yicha kreditlar 1 yillik, 5 yillik, 7-10 yilga mo'ljallangan bo'lishi;

2. Kreditlarni hajmi bo'yicha kichik, o'rta, yirik miqdorda har bir mijozga individual va moliyaviy imkoniyatlarini hisobga olgan holda amalga oshiriladi;

3. Ayrim turlari bo'yicha maxsus kafolatni talab qilmaydigan, garov evaziga berilmaydigan kreditlar;

4. Kreditorlarni turlari bo'yicha ya'ni davlat, tijorat, xususiy va boshqa turlari bo'yicha berish;

---

<sup>29</sup> Ходиев Б.Ю., Самадов Ф., Юсупов М.С., Мелибоев Ш.А., Ишмуродов С.Т. Кичик тadbirkorlik moliyaviy menejmenti.-Т.: «Консаудит», 2004.

5. Zayomni turlari bo'yicha yuridik shaxslar va hokozolarga berish;
6. Vaqtinchalik foydalanish uchun investitsiya, iste'mol uchun, qarzlarni to'lash, eksport va import operatsiyalarini bajarish uchun beriladigan kreditlar.

## **8.2. Biznes faoliyatida soliqlar va ularning ahamiyati**

Barcha mulk shakllaridan qat'iy nazar biznes faoliyatlari O'zbekiston Respublikasining «Tadbirkorlik faoliyatlari, birlashmalar va tashqi lotlardan olinadigan soliqlar to'g'risidagi»gi qonunga va Vazirlar Mahkamasining «Xalq iste'moli mollari ishlab chiqarishni rag'batlantirish maqsadida soliq tizimini takomillashtirish to'g'risida»gi qaroriga muvofiq davlat va mahaliy byudjetlarga to'lanadigan soliqlar tarzidagi daromadlar manbalari belgilab berilgan. Bu soliqlarni joriy etishdan kuzlangan maqsad davlat ijtimoiy kafolatlarining tadbirkorlik faoliyatini taqibga solishdan, tabiiy boyliklardan tejab-tergab foydalanishni va atrof muhitni muhofaza etishni rag'batlantirishdan iboratdir. Belgilash usuliga ko'ra soliqlar bevosita va bilvosita soliqlarga bo'linadi. Bevositalari jumlasiga quyidagilar kiradi: daromad solig'i, foydadan olinadigan soliq, resurs to'lovlari, mol-mulkka solinadigan soliqlar. Bilvosita soliqlar xo'jalik ishlari, moliyaviy muomalalardan kelib chiqadigan (qo'shimcha qiymatga solinadigan soliq, aksiz soliqlari, bojxona to'lovlari).

Soliq solish obyekti, biznes faoliyatining hisobot davridagi yalpi daromadi bo'lib hisoblanadi. Soliq solish bazasi bo'lib, soliqto'lovchi deb hisoblangan biznes faoliyatlarga soliqsolish maqsadlarida moddiy va unga tenglashtirilgan o'zga harajatlar, shuningdek majburiy to'lovlar hisoblanadi.

Biznes faoliyatlaridan hisoblab chiqilgan soliq solish bazasiga muvofiq soliq stavkalari quyidagi tarzda belgilanadi:

1. Mulkchilikning barcha shakldagi biznes faoliyatlarining daromadlariga, foydasiga belgilangan tartibda, amaldagi qonunchilikka asosan soliq solinadi;

2. Videosalonlar, kim oshdi savdolari, kazinolar, pul yutug'i chiqadigan o'yin avtomatlari, davlatga qarashli bo'lmagan idoralar

o'tkazadigan lotereya uyinlaridan va ommaviy konsert tomosha tadbirlari o'tkazishdan olinadigan daromadlarga bildirilgan soliq stavkasi bo'yicha soliq solinadi;

3. Chet el kapitalining ulushi ustav fondining 30 foizidan kamini tashkil etgan qo'shma biznes faoliyatlarining daromadlariga, ustav fondida chet el kapitalining ulushi 30 foizdan ko'p bo'lgan biznes faoliyatlarining, shuningdek chet el biznes faoliyatlarining, ular filiallarining, vakolatxonalarining va shu'ba biznes faoliyatlarining daromadlariga esa, 10 foiz soliq stavkasi bo'yicha soliq solinadi.

4. Biznes faoliyatining aksiyalar bo'yicha olingan dividendlardan tushadigan daromadiga hamda o'zga biznes faoliyatlarining ustav fondiga kiritilgan kapitaldan olgan boshqa daromadlariga 15 foiz soliq stavkasi bo'yicha soliq solish tartiblari belgilangan.

5. Biznes faoliyatlarining daromadlilik darajasiga ko'ra yalpi daromaddan tabaqalashtirilgan stavkalar bo'yicha soliq Vazirlar Mahkamasining «Savdo, biznes faoliyatlari va tashqi lotlariga soliq solishdagi ayrim o'zgarishlar to'g'risida»gi qarorida ko'rsatilgan.

### **8.3. Soliqqa tortish mexanizmi, nazariyasi va elementlari**

Respublika hududida ishlab chiqarilayotgan ayrim aksizli mahsulotlarga aksiz solig'i quyidagi tartibda qo'llaniladi: Biznes faoliyati sotish narxiga aksiz summalari ham kiradi.

Aksiz solig'i to'lovlari bo'yicha quyidagi imtiyozlar belgilangan. Aksiz soliqlari bekor qilingan tovarlar guruhiga: mebel komplektlariga; xrustal mollariga; farfordan tayyorlangan servizlar va komplektlar; xolodniklar, televizorlar, termoslar; 1,5 litrli butilkalardagi alkogolsiz ichimliklar; spirt nastoykalari va ekstraktlari kiradi.

Shuningdek, o'zi ishlab chiqargan mahsulotlarni chet ellarga yetkazib berilgandan, qizil Yarim oy jamiyatining biznes faoliyatlari va tashqi lotlari ishlab chiqaradigan mollardan (bu mablag'lar butunlay Jamiyat ustav vazifalarini bajarishga ishlatilish sharti) bilan aksiz solig'i olinmaydi. Neft va gaz kondensatlariga, gilam va gilam mollariga, paxta yog'iga qo'shimcha dividendlar ajratish

hisobidan differensiallashgan (tabaqalashgan) aksiz stavkalarini belgilangan tartibda Vazirlar Mahkamasi tomonidan ko'rsatilgan holda tadbiriq etiladi. Quyidagi hollardan aksiz solig'i solinmaydi:

-o'zi ishlab chiqargan aksizlik tovarlarni eksportga yetkazib berish; MDH qatnashchilari bo'lgan davlatlarga yetkazib berilayotgan (olib ketilayotgan) aksizlik tovarlar bunga kirmaydi;

-tayyor vino ishlab chiqarish uchun respublika ichkarisidagi iste'molchilarga vino materiallari yetkazib berish;

-MDH qatnashchilari bo'lgan davlatlar bilan birga, eksportga va sanoat qayta

ishloviga o'simlik paxta yogi yetkazib berish.

Respublika ichkarisidan savdo va boshqa tashqi lotlar tomonidan (yuqorida ko'rsatilgan hollardan tashqari) realizatsiya qilinadigan vino materiallari aksiz solig'i qo'llanilgan holda realizatsiya qilinadi. O'simlik yog'iga va iste'mol idishida qadoqlangan tozalangan paxta yog'iga aksiz solig'i qadoqlash bo'yicha harajatlarni hisobga olmasdan ulgurji narxdan kelib chiqqan holda hisoblanadi.

Soliq summasini aniqlashda va uni to'lashda aksizlarning summasini soliq to'lovchi sotilgan tovarlar ro'yxati va hajmi hamda ana shu tovarlar yuzasidan belgilangan aksiz stavkalariga qarab mustaqil holda belgilanadi.

#### **8.4. Biznesda audit va auditorlik taftishini o'tkazish tartibi**

Tadbirkorlarni iqtisodiy faoliyat yuritishlarida, moliyaviy va buxgalteriya hisob-kitoblarini to'g'ri amalga oshirishlarida auditorlik firmalari muhim rol o'ynaydi. Auditorlik firmalari bozor infratuzilmasining eng muhim unsurlaridan biridir, ular mulkdorlar va davlatning mulkiy manfaatlarini himoya qilish maqsadida mustaqil moliyaviy nazoratni amalga oshiradi.

Audit-xo'jalik yurituvchi subyektlarni mustaqil ekspertiza va moliyaviy hisobotini tahlil etuvchi tashqi lotdir, buni shunga vakil qilingan shaxslar-auditorlar (auditorlik firmalari) bajaradi.

Auditning asosiy maqsadi - moliyaviy va xo'jalik operatsiyalarining to'g'riligini va ularning O'zbekiston Respublikasi qonunchiligiga va

boshqa me'yoriy hujjatlariga nechog'lik mosligini aniqlashdan, bo'larning to'la-to'kisligi, aniq-ravshanligi, buxgalter hisobi yoki boshqa moliyaviy hisob yuritishga qo'shilayotgan talablarga nechog'lik monandligini aniqlashdan iboratdir. Audit tarkibiga yana konsalting, ya'ni mijoz bilan shartnoma tuzib, xizmatlar ko'rsatish ham kiradi<sup>30</sup>.

Auditorlik faoliyati xo'jalik yurituvchi subyektlarining faoliyati ustidan maxsus vakolat olgan davlat idoralarining nazorati o'rni bosmaydi.

Auditning asosiy «harakatlanuvchi shaxsi» auditor va auditorlik firmasidir.

Auditorni mijoz bilan shartnoma tuzgan auditorlik firmasi xo'jalik yurituvchi subyekt mulkdorlari bilan kelishilgan holda tayinlanadi. Xo'jalik yurituvchi subyekt mulkdorlari qarori bilan yoki auditorni tayinlagan yuridik shaxsning qaroriga ko'ra auditor chiqarib olinishi mumkin, auditor bu haqda barvaqt yozma tarzda, uning xizmatidan voz kyechish sabablarini ko'rsatib xabardor qilinadi. Tekshiruv vaqtida yoki buyurtmaga ko'ra, boshqa ishlar qilinayotganida xizmatdan voz kechilsa, xo'jalik yurituvchi mulkdor auditor xizmatiga haq to'lashi shart.

Surishtiruv organi, prokuror, tergovchi va sud topshirig'i bilan auditorlik tekshiruv o'tkazilsa, harajatlar tekshirilayotgan xo'jalik subyektini zimmasiga tushadi, uning qo'lida yetarli mablag' bo'lmasa, tekshiruvni tayinlagan organ zimmasiga tushadi.

Mabodo xo'jalik yurituvchi subyekt qo'lida zarur mablag' bo'lmasa-yu tekshiruv harajatlarini to'lashdan bo'yin tovlasa, prokuror auditor yoki auditorlik firmasining mulkiy manfaatlarini himoya qilib tegishli sudga murojaat qilishi shart.

Xo'jalik yuritish subyektining rahbarlari va boshqa mansabdor shaxslari auditorning talabi bilan quyidagilarni bajarishi shart:

- moliyaviy-xo'jalik faoliyatiga dahldor hujjatni berish;
- og'zaki yoki yozma tarzda zarur izohlar berish;

---

<sup>30</sup> Ходиев Б.Ю., Самадов Ф., Юсупов М.С., Мелибоев Ш.А., Ишмуродов С.Т. Кичик тадбиркорлик молиявий менежменти. -Т.: «Консаудит», 2004.



-tekshirilayotgan obyektning moliyaviy-xo'jalik faoliyatini sifatida ekspertiza qilish uchun boshqa zarur shart-sharoitlarni yaratish.

«Auditorlik faoliyati to'g'risida»gi qonun va boshqa qonun hujjatlarining qoidalarini auditorlik tekshiruvi vaqtida buzganlik uchun auditor va auditorlik firmasi javobgar bo'ladi:

-O'zbekiston Respublikasi qonunchiligiga binoan mulkiy va ma'muriy javobgarlik;

-lisenziya huquqini to'xtatib qo'yish yoki auditorlik faoliyati bilan shug'ullanish huquqini beradigan lisenziyadan mahrum etishgacha (lisenziya bergan organ qaroriga muvofiq) bo'lgan intizomiy jazolar berish.

Auditorlik faoliyatini tartibga solib turish uchun qonunchilikda auditorlar palatasini ochish nazarda tutilgan.

Tez orada barcha biznes faoliyatlari ish yuritiladigan bozor iqtisodiyoti shart-sharoitlari favqulodda qattiq va binobarin, ham mamlakat ichidagi, ham chet el raqobatchi biznes faoliyatlari mavjud bo'lgan bir paytda samarali, foydali faoliyat yo'llari va vositalarini to'g'ri belgilash qobiliyatining ahamiyati oshadi. Bu auditorlarga qo'shimcha vazifa yuklaydi.

Ular biznes faoliyatlarining moliyaviy ahvoli va uning keyingi rivoji istiqbollari to'g'ri baholashlari zarur.

Shuni ta'kidlash kerakki, an'anaviy taftish eski faktlar, muayyan darajada tezgina tarix mulkiga aylanuvchi joriy voqealarni qayd qilish, hamda baholash bilan kifoyalanadi. Audit bo'lsa, nafaqat eski va ayni shu asnodagi holatni baholashi, balki biznes faoliyatining xo'jalik faoliyatiga va uning natijalariga ta'sir ko'rsatishga qodir bo'lg'usi hodisalarni ham oldindan ko'ra bilishi lozim. Alohida faktlar bo'yicha, ularni qiyoslash va o'rganish asosida xo'jalik faoliyatining rivojidadagi tamoyillarni ilg'ab olish, u yoki bu mahsulot ishlar va xizmatlarga talab hajmini, bo'lg'usi daromadlar va harajatlarni, foyda va rentabellikni ta'minlash zarur.

Tabiiyki, bu auditorning malakasiga oshirilgan talablar qo'yadi. Auditor bashorat qila olish fazilatiga ega bo'lishi, bunda u g'oyat boy iqtisodiy-matematik, dunyoviy va zamonaviy hisoblash

texnikasidan foydalanib amalga oshirish va bank faoliyatining iqtisodiy tahlili usuliga tayanishi kerak.

Ma'lumki, har qanday faoliyat muayyan darajada va muayyan tartib-qoidalarga rioya qilib amalga oshirilishi kerak. Audit standartlari auditorlik faoliyati mobaynida o'zining maqsadga muvofiqligi va puxtaligini tasdiqlagan, hamda jahonning turli mamlakatlaridagi g'oyat ko'p sonli auditorlarning amaliy ish tajribasida pishiqtirilgan professional me'yorlar va qoidalarni o'z ichiga oladi. Bunda audit bo'yicha yagona standartlarni darhol va to'la hajmda joriy etish vazifasi kun tartibiga mutlaqo qo'yilmaydi. Zero, har bir mamlakatda konkret iqtisodiy va siyosiy shart-sharoitlar, turli an'analar va milliy o'ziga xoslik mavjudki, auditorlik xizmat etish chog'ida ular albatta hisobga olinishi kerak. Auditning xalqaro standartlari xususidagi gap so'zlarga kelganda esa, standartlarning bunday keng qamrovli va umum tomonidan qabul qilingan standartlar tizimi tabiatan mavjud emas.

### **Qisqacha xulosalar**

Biznes faoliyatlarini banklar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, ular olib borayotgan faoliyat xom-ashyoni sotib olish, ishlab chiqarilgan tovarlar, ko'rsatiladigan xizmatlarga haq to'lash, ish haqi bilan ishlovchilarni ta'minlash katta ahamiyat kasb etadi. Banklar kredit vazifalarini bajaruvchi muassasa bo'lib, qarz beruvchi va qarz oluvchilar o'rtasidagi aloqalarni bajaradi. Banklar pul qarz berish, pullar va qimmatbaho qog'ozlar chiqarish, xazina saqlash kabi muhim vazifalarni bajaradi. Davlat soliq siyosati orqali iqtisodiy o'sishga yo'l ochiladi, davlat va jamiyat manfaatlariga zid bo'lgan holatlarga qarshi kurash olib boradi. Soliqlarning yana bir asosiy vazifasi pul mablag'larini qayta taqsimlash hisoblanadi. Auditning asosiy maqsadi-moliyaviy va xo'jalik operatsiyalarining to'g'riligini va uning qonunchilikka va boshqa me'yoriy hujjatlariga mosligini aniqlashdan iboratdir.

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

1. Biznes faoliyati ustidan moliyaviy nazorat shakllari?
2. Bank bilan qanday aloqalar o'rnatiladi?
3. Kredit shartnomasini mazmunini tushuntirib bering.

4. D) siyosatini olib boradi?
5. So'zlarini bilasiz?
6. Kichik biznesning qanday soliq imtiyozlari mavjud?
7. Audit tizimining taftishi nima?
8. Biznes rivojlanishida tijorat banklarining o'rni va ahamiyati?
9. Biznes faoliyatida soliqlar va ularning ahamiyati?
10. Soliqqa tortish mexanizmi, nazariyasi va elementlari?
11. Biznesda audit va auditorlik taftishini o'tkazish tartibi?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Мухиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: «Ўқитувчи», 2003.
2. Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тадбиркорлик асослари. Ўқув амалий қўлланма. -Т.:ЕҲ. TEMPUS «Консаудит», 2004.
3. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательское конкуренции –М.: ООО Марлет Дс корпорейшен, 2004.
4. Предпринимательство: Учебник/Под ред. М.Г. Лапусты.- 3-е изд., испр. и доп.-М.: ИНФРА-М, 2003.

### **Интернет веб-сайтлари**

- Rambler-<http://www.rambler.ru>;  
 Яндекс- <http://yandex.ru>;  
[www.edu.uz](http://www.edu.uz).  
[www.gov.uz](http://www.gov.uz).

## IX BOB

### BIZNESDA TAVAKKALCHILIK (RISK)NI BOSHQARISH

#### 9.1. Tavakkalchilik va xavf turlari

O'zbek tilining izohli lug'atida «tavakkal» tushunchasi: uzoq mulohaza qilib o'tirmay, nima bo'lsa bular, «yo ostidan yo ustidan» zaylida qilingan harakat ma'nosida talqin qilinadi. Tavakkalchi tushunchasi esa tavakkaliga, tavakkal bilan ish qiluvchi ma'nosini beradi. Amerikalik ishbiarmonlarga xos bo'lgan tavakkalchilikni Amerika iqtisodiyotiga «chapani» muhojirlar olib kelganlar va singdirganlar. Ular o'troq, va ehtiyotkor yerli aholini o'z ishbiarmonlik faoliyatida tavakkalchilik ham qilib turishga majbur etishgan. Amerikacha ta'rifga ko'ra, tavakkalchilik- bu biron ish bilan shug'ullanish oqibatida zarar ko'rib qolishdan qutulish qolish imkoniyati. Albatta, ba'zi xavflarni sug'urta kompaniyalari bilan shartnoma tuzish orqali oldini olish mumkin. Biroq, xavfning asosiy og'irligi, ya'ni<sup>31</sup>:

- menejerning xatosi;
- narx o'zgarishi;
- talabning susayishi;
- noto'g'ri tanlangan loyiha;
- ishchilarning noroziliklari va boshqalar ishbiarmonning yelkasiga tushadi.

Ammo, umuman, xorij tajribasi ishbiarmonlik tavakkalchiliksiz mumkin emasligidan guvohlik beradi. Kimki hech bir tavakkal qilmasa, oxir-oqibatda xonavayron bo'ladi. Ishbiarmon o'n ming yoki millionlarni hali chiqarmagan mahsulotining bozori yurishishi kafolatiga ega bo'lmasdan, ular ustida tadqiqotlar olib borishini, yangi tovarlar ishlab chiqarishni kengaytirish va yangilarini qurishga tavakkal qilib sarflaydi. Uning har bir harakatida omadsizlik xavfi yashiringan. Xavflilik omili mablag' va quvvatlarni tejashning kuchli rag'batlantiruvchisi hisoblanadi. U:

---

<sup>31</sup> Шарфхўжаев М., Абдуллаев Ё. Бизнесда таваккалчилик ва стрессларни бошқариш. -Т.: Меҳнат, 2001.

- korxonalar (firma)ning loyihalar rentabelligini ming bora tahlil etishga;
- harajatlar bo'yicha hisob-kitobni puxta bilishga;
- quvvatlarni sotib olish va kadrlarni yollashga o'ta jiddiy yondoshishga majbur etadi.

Shunday qilib, tavakkalchilik har qanday ishlab chiqaruvchi yoki har qanday bank faoliyatining vaziyatga bog'liq, tomoni bo'lib, shu faoliyatning oxiri nima bilan tugashi noaniqligini va omad yurishmasa, oqibatda zarar ko'rishi mumkinligini aks ettiradi. Tavakkalchilik foydadan mahrum bo'lish va boshqa sabablarga ko'ra zarar ko'rish singari yomon oqibatlar ro'y berish ehtimoli bilan ifodalanadi. Shu ma'noda: Tavakkalchilik bu oqibatning yaxshi bo'lishiga umid bog'lab, xavf ehtimoligini zimmasiga olgan holda qilinadigan harakat. Tavakkalchilik-bu resurs yoki daromadni to'la yoki qisman yo'qotish xavfi. Tavakkalchilik-bu noaniqlik sharoitida har qanday dovyurak menejer uchun tabiiy holat, vaziyatdir.

Biznesning barcha tashabbuskorlari tavakkalchilikka borishlari zarur. Tavakkalchilik darajasi foyda yoki zarar darajasi, bugungi kunda adabiyotlarda tavakkalchilik bilan bog'liq, bo'lgan ehtimollikni turlicha tushunchalarda ko'rish mumkin, ya'ni: xavf, xatar.

Tadbirkorning yoki rahbarning tavakkalchilik darajasiga qarab xavf va ehtimollik darajasi, foyda yoki zarar darajasi turlicha bo'ladi. Shu sababli xafdan holi yoki qisman holi bo'lish uchun tavakkalchilik darajasi bilan xavf darajasi o'rtasidagi eng maqbul nisbati tanlab olish kerak, ya'ni tarozining pallasi quyidagicha bo'lishi lozim. Xavf turlari resurslarni noto'g'ri taqsimlash xavfi, iqtisodiy beqarorlik va talabning o'zgarishi davomida salbiy oqibatlarini kamaytirish usullari risklarni taqsimlashda ular miqdorini ehtimolga olgan holda kimga qancha zarurligini aniq, to'g'ri belgilash:

- chiqariladigan mahsulotlar miqdorini aniq bilib olish uchun to'g'ri marketing tadqiqotlarini olib borish.
- rejalashtirishni o'rganish.

Xavf va tadbirlar nisbati. Rahbar yoki ishbilarmon faoliyatida

duch keladigan xavfning turli ko'rinishlari mavjud. Ular sug'urta bilan bog'liq bo'lgan va uni sug'urta qilib qo'yish maqbul bo'lgan turlarga bo'linadi. Sug'urtalashdan maqsad tabiiy ofatlar va ko'ngilsiz hodisalarda keltirilgan zararlarni qoplash uchun pul fondlarini hosil qilishdir. Jismoniy va yuridik shaxslar hisobidan shakllanadigan bu fondlarni hosil qilishda sug'urta tashqi lotlari bilan sug'urtalanuvchilar o'rtasida munosabat yuzaga keladi. O'zbekiston sharoitida bu munosabat yuzlab sug'urta tashqi lotlari bilan minglab korxonalar va tashqi lotlar, fuqarolar o'rtasida shakllanadi.

Sug'urta obyekti bo'lib mulk sug'urtasida: moddiy boyliklar, mol-mulk; shaxsiy sug'urtada: fuqarolarning hayoti, sog'lig'i va mehnat qobiliyati hisoblanadi. Sug'urta predmeti qayd qilinganlarning tarkibiy qismlaridir. Qishloq xo'jaligi sug'urtasi obyekt bo'lsa, ekinlar, chorva mollarining soni, mol-mulklar-binolar, inshootlar, transport vositalari sug'urta predmeti hisoblanadi. Shaxsiy sug'urta predmetida ma'lum yoshga yetish, mehnat qobiliyatini yo'qotish va vafot etish hodisalari misol bo'la oladi. Rahbar va tadbirkorlarning sug'urta qilib qo'yish maqbul bo'lgan xavflarni va ularning salbiy oqibatlarini kamaytirish yo'llarini bilib qo'yganlari foydadan holi bo'lmas edi. Respublikada sug'urta kompaniyalari mol-mulk, uy hayvonlarini, tijorat ishlarini, fuqarolarni sug'urta qiladilar. Ko'chmas mulkning hamma turlari sug'urta qilishda qabul etiladi. Bundan tashqari yuklarni tashish, bankrotlik, valyuta investitsiyalarni, foydalar, kreditlar, to'lovlar, xodimlar, ishsizlik sug'urta qilinadi. Quyidagi hollarda xavf darajasi ortishi mumkin:

- to'satdan va kutilmaganda o'rta ko'ndalang bo'lib qolganida;
- bankning ilgari orttirgan tajribasiga to'g'ri kelmaydigan yangi vazifalar o'rta qo'yilganda;
- rahbariyat zarur va shoshilinch choralar ko'ra olmaydigan va bu narsa moliyaviy zarar yetkiza oladigan mahallarda;
- bank yoki boshqa tashqi lot faoliyatining mavjud tartibi yoki qonunlarning nomukammalligi aniq, vaziyatga keladigan chora-tadbirlarni ko'rishga xalal beradigan mahallarda. Bulardan tashqari xavf turlariga:

-tijoratga doir xavflar;

- siyosatga doir xavflar;
- iqtisodiyotga doir xavflar kiradi.

## 9.2. Tavakkalchilik turlari

Amaliyotda rahbar yoki tadbirkor o'z faoliyatida<sup>32</sup>:

- mol-mulk talofatiga;
- moliyaviy yo'qotishlarga;
- daromadlarning kamayishiga;
- foyda darajasini aniqlashdagi xatoliklarga yo'l qo'ymaslik va shu jihatlarni yaxshilash maqsadida turli-tuman tavakkalchilikka boradilar.

Shunday sharoitda qaysi bir turdagi tavakkalchilikni tanlash, qaysi biri ko'proq, samara berishi mumkinligini aniqlash ko'p jihatdan tavakkalchilik turlarining ilmiy asoslangan tavsifnomasini bilishni taqozo etadi, ularni quyidagi guruhlarga ajratish mumkin:

- sof tavakkalchilik;
- chayqovchilik tavakkalchiligi.

Sof tavakkalchilikka tabiat bilan bog'liq tavakkalchilik, ekologiya bilan bog'liq tavakkalchilik, siyosat bilan bog'liq tavakkalchilik, transport bilan bog'liq tavakkalchilik, tijorat bilan bog'liq tavakkalchilik kiradi.

Ishlab chiqarish bilan bog'liq tavakkalchilik-bu ishlab chiqarish jarayonining to'xtab qolishi yoki bir maromda ishlamayotganligi, texnologiyaning buzilishi, sifatsiz xom ashyo oqibati yoki xodimlarning sifatsiz ishlashlari evaziga ehtimol (tavakkal) qilinadigan zarar yoki qo'shimcha harajatlardir.

Chayqovchilik tavakkalchiligiga - savdo bilan bog'liq tavakkalchilik, moliya bilan bog'liq tavakkalchilik, inflyatsiya bilan bog'liq tavakkalchilik, valyuta bilan bog'liq tavakkalchiliklar kiradi.

Tizimli tavakkalchilik-bu, u yoki bu bozorda konyunkturaning yomonlashishi yoki tushib ketishi oqibatida ehtimol qilinadigan zarar. Bu tavakkalchilik investitsiyani aniq, bir obyektga emas, balki

---

<sup>32</sup> Шарфхужаев М., Абдуллаев Ё. Бизнесда таваккалчилик ва стритларни бошқариш. Меҳнат, 2001.

muayyan bozor (masalan, valyuta bozori, qo'zg'almas mulk bozori va boshqalar) uchun barcha qo'yilgan mablag' bo'yicha tavakkalchilikni ifodalaydi. Bunda investor katta zarar yetkazmasdan turib o'z mablag'ini qaytara olmaydi.

Tizimli tavakkalchilik usulida investitsiyani qaysi bir aktivga (aytaylik, qimmatli qog'ozlargami yoki qo'zg'almas mulkka) tavakkal qilib sarflash maqsadga muvofiqligi aniqlanadi.

Selektiv tavakkalchilik-bu u yoki bu bozorda investitsiya obyektini noto'g'ri tanlab olinishi oqibatida ko'riladigan tavakkal zarar yoki boy berilgan naf. Masalan, qimmatli qog'ozlar portfelini shakllantirishmizda fond birjasidagi qimmatli qog'ozlar turini noto'g'ri tanlash oqibatida ko'riladigan zarar tavakkal turiga kiradi.

Kredit tavakkalchiligi- bu qarz olgan tomonning o'z majburiyatlarini to'lay olmaslik xavfi. Bank yaxshi foyda ko'rishi uchun kreditlash xavfini kamaytirish shart. Bank hamisha qarzning o'z vaqtida va foiz bilan qaytib kelishi qay darajada mumkinligini nazarda tutib tavakkaliga boradi. Bunday tavakkalchilikka kreditni to'lash muddatini kechiktirish yoki obligatsiyalarga to'lashni muzlatib qo'yish misol bo'ladi.

Regional tavakkalchilik- muayyan regionlarning iqtisodiy holati bilan bog'langan bo'lib, u:

- mazkur regionning asosiy mahsulotiga (masalan, respublikamizda) bo'lgan kon'yunktura narxining pasayishi oqibatida ko'rilishi mumkin bo'lgan zarar xavfi;

- iqtisodiy yoki siyosiy mustaqillikka erishish oqibatida ko'rilishi mumkin bo'lgan zarar xavfi;

- ishlab chiqarishning keskin tushib ketishi yoki ishsizlik darajasining oshishi oqibatida ko'rilgan ehtimol qilinadigan zarar xavfini ifodalaydi.

Tarmoq bilan bog'liq tavakkalchilik ayrim tarmoq iqtisodiyoti bilan bog'liq, bo'lib, u ikkita omil ta'siri ostida bo'ladi:

- tarmoqdagi davriy beqarorlikka;
- tarmoq, ishlab chiqarishning hayotiy bosqichlariga. Ya'ni kirish, o'sish, yetilish, to'yinish, tushkunlik davriga qarab turib tadbirkorlik faoliyati yoki investitsiya tavakkalchiligi turlicha darajada bo'ladi.



Korxonada tavakkalchilikni investitsiya obyekti bo'lgan korxonada faoliyati bilan bog'liq. Garchi bu tavakkalchilik tarmoq regional tavakkalchiliklar ta'siri ostida bo'lsada, undagi tavakkalchilik darajasi korxonaning bozordagi mavqei, doimo mijozlarning bo'lishi, ishlab chiqarilayotgan mahsulotning sifati va boshqalarga bog'liq. Korxonada faoliyatidagi tavakkalchilik quyidagi ko'rinishlarda bo'ladi:

- ishlab chiqargan mahsulotni iste'molchi tomonidan talab qilib olishligi oqibatida ko'riladigan tavakkal zarar;
- xo'jalik talablarini bajarmaslik oqibatida ko'riladigan tavakkal zarar;
- raqobatning kamaishida ko'riladigan tavakkal zarar;
- ko'zda tutilmagan harajatlarniig vujudga kelishi va daromad kamayishi oqibatida ko'riladigan tavakkal zarar;
- korxonada mablag'ining talofati tufayli ko'riladigan tavakkal zarar.

Investitsiya tavakkalchilik deganda tovar yoki xizmat, yangi texnologiyani ishlab chiqish va joriy qilish, ko'p sarflangan harajatlarning qoplanmasligi oqibatida ko'riladigan tavakkal zarar tushuniladi.

Tavakkal kapital-bu fan-texnika yangiliklarini joriy etib, yangi texnologiyani o'zlashtirib, bozor raqobatiga bardosh beradigan yangi tovarlarni ishlab chiqarish uchun tavakkaliga qo'yiladigan (sarflanadigan) kapital. Tavakkal kapital egasi ma'lum iqtisodiy xafvni o'z zimmasiga oladi, chunki yangi ishga solingan kapitalning naqadar foyda berishi yoki bermasligi oldindan aniq, ma'lum bo'lmaydi. Lekin kapital tasmollanib, ko'r-ko'rona qo'yilmaydi, balki u yangilikka bo'ladigan talabni, bozorning umumiy holatini hisobga oladi, biznes sohasi talabni o'zgarishiga e'tibor beruvchi firmalar xizmatidan foydalanadi.

### **9.3. Tavakkalchilikni boshqarish**

Yuqorida ta'kidlaganimizdek, aksariyat hollarda iqtisodiy baholashlar va boshqaruv qarorlari ko'p variantli bo'lib, ehtimollik xarakteriga ega. Shu sababli xato, yangilishish bu jarayonda tabiiy bo'lsa-da, baribir noxush holdir. Quyidagi sharoitda menejer:

- tavakkalchilikdagi xavf ehtimolini;
- xavf darajasini pasaytirish choralari;
- ehtimol qilinayotgan zararni qoplash yo'llarini oldindan hisob-kitobini qilishi lozim. Tavakkalchilikning mohiyati ham ana shunda.

Tavakkalchilikni boshqarishdan maqsad-bu korxonani faqat bankrotlikdan saqlab qolish emas, balki qanday sharoitda bo'lsa ham foydani minimal darajadan past bo'lishiga yo'l qo'ymaslikdir. Boshqarishdagi xato va yanglishishlar, bankrot bo'lishning salbiy sabablaridan bo'lib hisoblanadi. Buni xalqaro biznes tajribasi tasdiqlamoqda. Shuning uchun ham menejer va tadbirkor tavakkalchilikni boshqarish samaradorligiga juda katta ahamiyat bermoqliklari lozim. Bu o'rinda menejer oldidagi asosiy vazifalar quyidagilardan iborat:

- yuqori xavf sohasini bilib olish;
- xavf darajasini baholash;
- tadbirni ishlab chiqish va ularni qo'llash;
- xavfni tahlil qilish va ogohantirish.

Amaliyotda quyidagi sabablar oqibatida yuqori darajadagi xavflarning tug'ilish hollari uchraydi<sup>33</sup>:

- noto'g'ri qarorlar qabul qilinganda;
- bo'ysunuvchilar topshiriqlarni qoniqarsiz bajarganlarida,
- bajaruvchilarni noto'g'ri tanlashda;
- marketing istiqbolini aniqlashda xatoga yo'l qo'yilganda;
- rahbariyatning menejer taklifini qat'iy rad etganlarida.

Tavakkalchilikni boshqarish xavfini kamaytirishda asosan quyidagilar:

1. Axborot tizimini yaxshilash:

- 1.2. Foydani hisob-kitob qilish;
- 1.3. Xatoga yo'l qo'yishni kamaytirish;
- 1.4. Texnik vositalarni shakllantirish.

2. Xavflarning oldini olish:

---

<sup>33</sup>Шарфхўжаев М., Абдуллаев Ё. Бизнесда таваккалчилик ва стритларни бошқариш. -Т.: Меҳнат, 2001.

- 2.1. Xavfni chegaralash;
- 2.2. Ishlab chiqarish omiliga qarab;
- 2.3. Mahsulotni ishlab chiqarish, uni saqlash jarayoniga qarab;
- 2.4. Mahsulotni baholashga qarab;
- 2.5. Sug'urtalanishiga qarab bo'linadi.

Bunday guruhlash xavfning oldini olish va uni kamaytirish bo'yicha chora-tadbirlarni ishlab chiqish uchun juda qo'l keladi. Tavakkalchilikning maqsadga muvofiqligiga baho berish uchun eng avvalo ehtimol qilinayotgan, xavf darajasiga qarab tavakkalchilikning tayin zonalarini ajratib olish zarur. Zarar kutilmaydigan, ya'ni xo'jalik faoliyatining natijasi ijobiy bo'lgan zona xavfsiz zona deb ataladi.

Yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan xavf zonasi deganda ehtimol(tavakkal) qilinayotgan zarar kutiladigan foydadan ko'p bo'lmagan zona tushuniladi. Shunda tadbirkorlik faoliyati iqtisodiy nuqtai nazardan maqsadga muvofiq, deb topiladi. Yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan xavf zonasining chegarasi quyidagacha ko'rinishda bo'ladi:

- zarar darajasi ko'lami, hisoblangan foyda darajasi, ko'lami;
- jiddiy (keskin) xavf zonasi;
- fojiali xavf zonasi;
- xavfni boshqalar zimmasiga yuklash;

Tavakkalchilik egri chizig'i deganda ehtimol qilinayotgan zarar bilan kutiladigan foyda o'rtasidagi bog'lanishni ifodalovchi egri chiziq tushuniladi.

Tavakkalchilikning egri chizig'ini chizish, undagi xavf zonalarini aniqlash, tavakkalchilik samaradorligiga baho berish bir qator usullarni qo'llashni talab qiladi. Ular quyidagilar - statistik usul, ekspert usuli, analit usul.

Tavakkalchilikni boshqarish faoliyati menejment sohasida eng tez rivojlanib borayotgan professional faoliyat hisoblanadi. G'arb firmalarining shtatida aynan shu xavfni kamaytirishga javob beruvchi tavakkalchilik bo'yicha lavozim mavjud (tavakkalchi-menejer). Ular firma rahbarlari bilan bir qatorda xavf-tavakkalchilik bo'yicha qabul

qilinadigan qarorlarda qatnashadilar va uning oqibati uchun bab-baravar javob beradilar.

Tavakkalchilikni boshqarish quyidagi faoliyatlarni o'z ichiga oladi:

- tavakkalchilikni aniqlash, tahlil qilish va uning darajasini baholash;

- tavakkalchilikni ogohlantiruvchi tadbirlarni ishlab chiqish, uni minimallashtirish va sug'urtalash tadbirlarini belgilash.

- tavakkalchilik oqibatida ko'rilgan zararlarni qoplash va korxonaning tiklash yo'lini izlash.

Tavakkalchilikni boshqarish strategiyasini belgilab olishning o'zi yetarli emas. Bundan tashqari shu strategiyani amalga oshirish mexanizmini, ya'ni tavakkalchilikni boshqarish tizimini ishlab chiqish lozim. Bu quyidagilardan iborat:

- qabul qilinadigan qarorlarni samarali baholash va uni nazorat qilish tizimini yaratish.

- korxonada tavakkalchilikni boshqarish uchun maxsus bo'limni tashkil qilish yoki shaxsni tayinlash.

- tavakkalchilikni sug'urtalash, zarar va yo'qotishlarni qoplash uchun maxsus mablag'lar va zahiralar ajratish.

Amaliyotning tasdiqlashicha, bu tadbirlardan tashqari tavakkalchilikni boshqarish bo'yicha maxsus qo'llanmalarni ishlab chiqishni taqozo etadi. Aynan shu qo'llanmada har bir bo'lim va menejerlarning tavakkalchilikka borish me'yorlari ko'rsatilgan bo'ladi.

Tavakkalchilikni boshqarishda asosan ikki usul qo'llaniladi:

- tavakkalchilikni ogohlantirish va uni chegaralash usuli.

- zararni qoplash usuli.

Tavakkalchilikni pasaytirish usullari quyidagilardan iborat:

- qaror qabul qilishni va tavakkalchilik darajasini obdon ekspertizadan o'tkazish;

- tavakkalchilikning muayyan darajasini belgilash, ya'ni muayyan qarorni qabul qilish bilan bog'liq bo'lgan harajatlar summasini o'rnatish.

- qarzdorning majburiyatlarini bajarilishini taminlash uchun

turli-tuman kafolat va beg'araz operatsiyalaridan foydalanish.

### **Qisqacha xulosalar**

Tavakkalchiliklar (risklar)ning tarifi va ularni doimiy mavjudligi haqida. Tavakkalchiliklar, xavf-xatarlar (risklar) hayotda mavjudligini tan olish. Tavakkalchilik foydadan mahrum bo'lish va boshqa sabablarga ko'ra zarar ko'rish singari yomon oqibatlar ro'y berish ehtimoli bilan ifodalanadi. Tavakkalchilik-bu oqibatning yaxshi bo'lishiga umid bog'lab, xavf ehtimolligini zimmasiga olingan holda qilinadigan harakat. Tavakkalchilik- bu resurs yoki daromadni to'la yoki qisman yo'qotish xavfi. Tavakkalchilik- bu noaniqlik sharoitida har qanday dovyurak menejer uchun tabiiy holat, vaziyat. Tavakkal-botirning ishi.

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

1. Biznesda tavakkalchilik omili deganda nimani tushunasiz?
2. Biznesda tavakkalchilik, funksiyasi haqida tushuncha bering.
3. Kredit tavakkalchiliklarining qanday turlarini bilasiz?
4. Tavakkalchilikni sug'urta qilish qanday amalga oshiriladi?
5. Lizing bilan bog'liq tavakkalchilik turi nimadan iborat?
6. Qimmatli qog'ozlar bozori tavakkalchiligi va uni boshqarish?
7. Aksiyalarning qanday turlarini bilasiz?
8. Biznesda tavakkalchilikni baholashning ahamiyati nimada?
9. Tavakkalchilikni moliyaviy tahlili qanday olib boriladi?
10. Tavakkalchiliklarni boshqarish qanday amalga oshiriladi?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Муҳиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: «Ўқитувчи», 2003.
2. Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тадбиркорлик асослари. Ўқув амалий қўлланма. -Т.:ЕҲ. TEMPUS «Консаудит», 2004.
3. Шафҳўжаев М., Абдуллаев Ё. Бизнесда таваккалчилик ва стрисларни бошқариш. -Т.: Меҳнат, 2001.

4. Предпринимательство: Учебник/Под ред. М.Г. Лапусты.- 3-е изд., испр. и доп.-М.: ИНФРА-М, 2003.

5. Янковский К.П. Введение в инновационное предпринимательство.- СПб.: Питер, 2004.

**Интернет веб-сайтлари**

Rambler-[http://www.rambler, ru](http://www.rambler.ru);

Yandex- [http://yandex/ru](http://yandex.ru);

[www. gov. uz.](http://www.gov.uz)

## X BOB

### BIZNESNI AXBOROT BILAN TA'MINLASH

#### 10.1. Biznesda axborotlarning ahamiyati va ularning turlari

Biznesda juda katta miqdorda axborotlar xizmat qiladi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik doirasida bajarilayotgan ishlarning turli xillariga javob beruvchi axborotlarning shaxsiy massivlari shakllanadi. Biznes yetarli va aniq axborotlarsiz amalga oshirilishi mumkin emas, bu axborotlar tadbirkorlik faoliyati uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar, xabarlar majmuasidan iborat bo'ladi. Axborot - bu ishlab chiqaruvchilar, tovarni sotuvchilar va haridorlar o'rtasidagi aloqa shaklidir. Ishbilarmonlar asosan turli xil axborotlar: statistik, operativ, tashqi liy, farmoyishiy, buxgalterlik, moliyaviy, marketing, ta'minot, xodimlar ma'lumoti bilan ishlaydilar.

Axborotlar yana ichki va tashqi, dasturiy va me'yoriyga bo'linadi. Ichki axborot kichik korxonalar yoki savdo tashqi loti ichida aylanib yuradi. U korxonalar faoliyatini, uning texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlarini, moddiy va mehnat harajatlari hajmini, naqd pul harakatini, debitorlik va kreditorlik qarzlari haqidagi ma'lumotlarni aks ettiradi. Tashqi axborotlar mahsulot ishlab chiqaruvchilari va iste'molchilari bilan, hokimiyat idoralari, banklar, raqiblar va boshqa tashqi lotlar bilan aloqalarni ta'riflaydi. U tovarlarni sotish va harid qilish shartlari haqidagi tashqi muhit xabarlaridan iborat bo'ladi. Foydalanish vaqti bo'yicha axborotlar: operativ, davriy va o'zoq muddatliga, o'zgartirish darajasi bo'yicha birlamchi va ikkilamchiga bo'linadi<sup>34</sup>.

Biznesda iqtisodiy axborotlar yetakchi rol o'ynaydi, chunki ular tovar ishlab chiqarish, moddiy boyliklarni taqsimlash, ayriboshlash va iste'mol qilish jarayonida odamlar o'rtasidagi munosabatlarni aks ettiradi. Kichik korxonalar uchun ilmiy-texnik axborotlarni roli ham muhim, ular ishlab chiqarishning ilmiy-texnik taraqqiyot asosida rivojlanishini aks ettiradi.

---

<sup>34</sup> Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Саматов А.Н., Муҳиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: «Ўқитувчи», 2003.

Doimiylik darajasiga ko'ra axborot doimiy, shartli-doimiy va o'zgaruvchan bo'ladi. Doimiy axborot o'z ma'nosini uzoq vaqt davomida o'zgartirmaydi. Shartli doimiy axborotlar ma'lum vaqt davomida o'z ma'nosini saqlab qoladi. Unga mahsulot tayyorlash uchun texnik shartlar, me'yorlar va normativlar, tarif miqdorlari, lavozim ish haqlari va h. k. kiradi. O'zgaruvchan axborotlar harid qilish, sotishning o'sishini aks ettiradi. Ular qaror qabul qilish uchun doimo tez qayta ishlashni talab qiladi, aks holda ularni olishdan ma'no qolmaydi.

Har qanday axborot hujjatlarda aks ettiriladi. Hujjat - bu axborot tarqatuvchi. Har bir hujjatning vazifasi uni shaklida aks ettiriladi. Na faqat ishbilarmonlar, balki bu hujjatlarning o'quvchi, foydalanuvchi, qayta ishlovchi va saqlovchi odamlarning mehnat harajatlari hujjatning shakllariga bog'liq. Biznesda keraksiz hujjatlarni bo'lishi mumkin emas. Axborot oqimlari muvaffaqiyatli biznes uchun kerakli aloqalarni ta'minlaydi. Bunday aloqalar tovar ishlab chiqaruvchilar va ularning iste'molchilari, mahsulotlarni sotuvchilar va haridorlar, turli muassasalar o'rtasida zarurdir. Axborot manbalari va qabul qiluvchilar o'rtasida eng soz aloqalarni ta'minlash biznes va xususiy tadbirkorlikni samarali ishlashlarini o'zgarimas shartlaridan biri bo'ladi.

Axborotlarni ayirboshlash kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning eng murakkab muammolaridan biri bo'ladi. Samarali ishlayotgan ishbilarmonlar - bu aloqa qilishda samarali kishilardir. Ular aloqa qilish jarayonining mohiyatini tushunadilar, og'zaki va yozma muamolarini uddasidan chiqa oladilar.

Aloqa qilish jarayoni - bu ikki yoki undan ortiq kishilar o'rtasida axborot ayirboshlash jarayonidir. Aloqa qilish jarayonining asosiy vazifasi - almashuv mavzui bo'lgan axborotni tushinishni ta'minlash. Ammo axborot almashuvini o'zi axborot almashuvida ishtirok etayotgan ishbilarmonlarning aloqalari samaradorligiga kafolat bermaydi. Bizlarning har birimiz o'rtoqlarimiz, oilamiz, ish joyidagi xodimlar bilan almashgan axborotlarni kam samarali bo'lgan hollarga duch kelamiz.



Axborot almashish jarayonida to'rtta zaruriy element ishtirok etadi: jo'natuvchi, xabar, kanal-axborotni uzatuvchi vosita va oluvchi. Bu zaruriy elementlarning ishi aniq yo'lga qo'yilgan bo'lishi kerak, axborot buzilgan bo'lmashligi kerak.

Axborot almashuvi chog'ida ikki tomon muhim rol uynaydi. Agar sotuvchi tovar narxini aytsa, bu faqat axborot almashuvining boshlanishi. Axborot almashuvi samarali bo'lishi uchun, haridor tovarni shu narxga harid qilishga rozi ekanligini sotuvchiga xabar qilishi lozim. Agar bir tomon axborotni taqdim etsa va boshqa tomon uni buzmasdan qabul qilgan holda axborot almashuvi sodir bo'ladi. Shuning uchun aloqa qilish jarayoniga diqqat bilan e'tibor berish kerak. Aloqa qilish texnikasi turli-tumandir.

Biznesning aloqa qilish texnikasining turli xillaridan biri-kompyuterlashtirishdir. Kompyuterlashtirishning ahamiyati bozor munosabatlariga o'tish, ishbilarmonlarni jahon bozoriga chiqishi munosabati bilan taqqos qilib bo'lmaydigan holda o'smoqda. Ma'lumki, biznesning jahon amaliyotida kompyuterlashtirish kundalik va muhim texnika bo'lib qolgan. Kompyuterlar yordamida biznes-rejalar tuziladi, mehnatga haq to'lash amalga oshiriladi, bozor tadqiq qilinadi, chakana va ulgurji savdolar o'rganiladi.

## **10.2. Biznesning axborot tizimi**

Axborotlar majmuasi biznes axborot tizimini tashkil qiladi. Biznesning axborot tizimi, o'z ichiga kerakli axborotlar, hujjatlar, biznes tadqiqotlari tizimi, aloqa kanallari va texnik vositalarni oluvchi, murakkab axborot tuzilmasidir. Tadbirkorlar o'z ish kunlarini kichik biznes va xususiy korxonalar, savdo nuqtalari ishi haqidagi ma'lumotlar, mahsulotlarga buyurtmalar va ortib jo'natish haqidagi teleks hisobotlari bilan tanishish, haqiqiy va rejaviy ko'rsatkichlarini o'zaro munosabatlarini foizlarda, ishlab chiqarish harajatlarida o'rganishdan boshlaydilar. Ular mahsulotlarni joriy va o'tkan vaqtda sotilish, tovar-moddiy zaxiralar, mehnatni tashkil qilish va unga haq to'lash, transportda tashish va aholiga boshqa xizmatlar ko'rsatish haqidagi axborotlarni sanoqli daqiqalarda

oladilar. Bunda ularga hisoblash texnikasi va axborotlarni qayta ishlash jarayonini kompyuterlashtirish yordam beradi.

Yig'ilgan va qayta ishlangan axborot tadbirkorga boshqaruv qarorini qabul qilishda yordam beradi. Samarali ishlayotgan korxonalar yig'ilayotgan axborotlar sifatini oshirish va miqdorini ko'paytirishga yetarli darajada kuch sarflaydilar. Ular o'z xodimlarini sodir bo'layotgan voqealarni qayd qilish va ular haqida xabar qilishga o'rgatadilar va buning uchun taqdirleydilar. Firma ulgurji va chakana sotuvchilar va boshqa ittifoqchilarini unga muhim xabarlarini uzatishga rag'batlantiradi. Ishbilarmonlarga raqiblari haqida axborotlar zarur. Raqiblar haqidagi ma'lumotlarni yana ularni hisobotlarini o'qib va xissadorlar majlislarida ishtirok etib, raqib korxonalar xodimlari, raqiblarga mol etkazib beruvchilar va haridorlar bilan suhbatlashib ham olish mumkin.

Raqiblar reklamalari yig'indisini, ularning reklamaga harajatlari va ular foydalanayotgan reklama vositalari to'plamini olish uchun gazetadan kesib olingan parchalar byurosining pullik xizmatlariga murojaat qilinadi. Ishbilarmonlarga mijozlar, dilerlar va bozorda harakat qiluvchi boshqa kuchlar haqida ma'lumotlar kerak. Bozor munosabatlariga o'tish yanada kengroq va yanada sifatliroq axborotlar olish zarurligini shart qilib quyadi. Kichik biznes va xususiy korxonalar o'z bozorlari hududini doimo kengaytira boradilar va ishbiarmonlar axborotlar qidirib topishning yangi yo'llarini izlab topishga majburlar.

Ishbilarmonlar uchun haridorni tovar xususiyatlariga munosabatlarini oldindan bashorat qilish borgan sari qiyinlashmoqda va ular tadqiqotlarga murojaat qilishmoqdalar. Ishbilarmonlarga borgan sari ko'proq axborotlar kerak bo'ladi, ular doimo etishmaydi. Shuning bilan bir vaqtda ishbiarmonlar o'zlariga kerakli aniq va foydali ma'lumotlarni yetarli miqdorda yig'a olmayotganliklaridan shikoyat qiladilar.

Ba'zi bir korxonalarda joriy axborotlarni yig'ish va tarqatish bo'yicha maxsus bo'limlar yoki laboratoriyalar mavjud. Bu bo'limlar xodimlar kerakli axborotlarni qidirib topish uchun eng

mihim nashrlar, ruznomalar va jaridalarini ko'zdan kechiradilar va ishbilarmonlarga maxsus tayyorlangan axborot varaqalarini junatadilar. Bunday xizmatlar tadbirkorlarga kelib tushayotgan axborotlar sifatini keskin oshirishga imkon beradi.

Biznes tadqiqotlari tizimining vazifasi muvaffaqiyatli biznes uchun kerakli ma'lumotlar doirasini muntazam aniqlashdan iborat. Ishbilarmonlarda, qoidaga ko'ra, o'z kuchlari bilan biznes tadqiqotlari o'tkazish uchun na vaqt va na kunikma bor, shuning uchun ular bunday tadqiqotlarni buyurishga majburlar. Korxonalar shartnoma asosida tadqiqot o'tkazishga qandaydir ilmiy - tadqiqot institutiga yoki oliy o'quv yurtiga buyurtma berishi mumkin. Yirik korxonalar o'z tadqiqot bo'limlari va laboratoriyalariga egalik qilishlari mumkin. Bulim xodimlari orasida muxandislar, iqtisodchilar, sotsiologlar, psixologlar, biznes bo'yicha mutaxassislar bo'lishi mumkin. Odatda biznes tadqiqotlar tizimi o'z ichiga quyidagilarni oladi<sup>35</sup> - bozorni tadqiqot qilish, reklama vositasini, reklama e'lonlari samaradorligini, xodimlarning ishga faolligini, raqiblar tovarlarini, narx-navo siyosatini, tovar assortimentlarini, xalqaro bozorlarni o'rganish, rahbarni axborotlar bilan ta'minlashni tadqiqot qilish, xodimlar bilan ishlash siyosati va ularning faoliyatini baholashni o'rganish, sotsiologik tadqiqotlarni.

Biznes tadqiqotlari quyidagi ketma-ketlikda o'tkaziladi:

Tadqiqotchilar muammoni aniq belgilashlari va tadqiqot maqsadini kelishib olishlari kerak. Axborotlarni yig'ish ancha qimmat tushadi va muammoni mujmal yoki noto'g'ri belgilash ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lmagan harajatlarga olib keladi. «Aniq qo'yilgan maqsad-muammoni hal qilishni yarmidir».

Tadqiqotning ikkinchi bosqichida buyurtmachini qiziqtirayotgan axborot turini va uni eng samarali yig'ish yo'lini aniqlash zarur. Tadqiqotchi ikkilamchi yoki birlamchi axborotlarni yoki ikkalasini bir vaqtda yig'ish mumkin. Ikkilamchi axborot-bu avval boshqa

---

<sup>35</sup> Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Муҳиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: «Ўқитувчи», 2003.

maqsadlar uchun yiq'ilgan mavjud axborot. Ikkilamchi axborotlarning manbalari quyidagilar- korxonalar hisobotlari, bo'lg'usi tadqiqotlar haqidagi hisobotlar, davlat muassasalari nashrlari, balans hisobotlari, statistik ma'lumotnomalar, birjalar ma'lumotnomalari, ruznomalar, jaridalar, radio, televidenie va h.k.

Ikkilamchi axborot tadqiqotni boshlangich nuqtasi bo'lib xizmat qiladi. U arzon tushishi va olish osonligi bilan boshqasidan foydali farq qiladi. Ammo tadqiqotchiga kerakli ma'lumotlar eskirgan, noaniq, to'liqsiz yoki ishonchsiz bo'lishi mumkin.

Bu holda tadqiqotchiga yanada ko'proq mablaglar va vaqt sarflash orqali birlamchi axborot yig'ishga to'g'ri keladi. Birlamchi axborot - bu aniq maqsad uchun birinchi marta yigiladigan axborot. Birlamchi axborot yig'ishning uchta uslubi bor – kuzatish, tajriba, surov.

Kuzatish-birlamchi axborot yig'ishning ehtimol bo'lgan uslublaridan biri, unda tadqiqotchi odamlar va vaziyat ustidan bevosita kuzatish olib boradi. Kuzatish foydali g'oyalarga, raqiblar tajribasini o'rganishga olib kelishi mumkin. Ma'lumot yig'ishning boshqa uslubi - tajribadir.

Tajriba tadqiqotlari o'zaro taqqoslanayotgan subyektlar guruhini tanlash, bu guruhlar uchun turli xil holatlarni yaratish, taqqoslanayotganlar ustidan nazoratni va kuzatilayotgan farqlarning darajasi va ahamiyatini belgilashni talab qiladi. Bunday tadqiqotni maqsadi - kuzatish natijalarini ziddiyatli izohlashlarni saralash yo'li bilan sabab-natija munosabatlarini ochib tashlamoqdan iborat.

Surov - kuzatish va tajriba o'rtasida yarim yo'lda turadi. Kuzatish qidiruv tadqiqotlari uchun yaxshiroq to'g'ri keladi, tajriba-sabab-natija aloqalarini aniqlash uchun, surov esa tasviriy tadqiqot o'tkazishda eng qulay. Biznes tadqiqotchisi ish rejasini ishlab chiqishi kerak, shu tufayli yig'ilgan axborotlar tadqiqotchilar oldida turgan vazifalarga javob berar edi.

Rejada: Kimdan surash? Qancha miqdordagi odamlardan surash kerak? Surahuvchilarni qanday tartibda tanlab olish kerak? Ishni bajarish muddati va h.k. belgilangan bo'lishi kerak. Tadqiqotchi

xuddi qanday axborotlar unga zarur va uning xuddi o'zi ko'proq kimda bo'lishini hal qilish kerak.

Tadqiqot rejasini ishlab chiqib, axborotlarni yig'ish kerak, qoidaga ko'ra bu tadqiqotni eng qiyin va qimmat bosqichi. Kerakli axborotlarni qaerdan olishni, birinchi navbatda kimlardan surashni aniqlash kerak bo'ladi. Ba'zi bir suraluvchilar uyda ham ishda ham bo'lmaliklari mumkin. Boshqalar surovda ishtirok etishdan bosh tortishlari mumkin. Uchinchilar g'araz bilan yoki samimiy bo'lmagan holda javob berishlari mumkin. Belgilangan axborotlarga ega hujjatlar bilan tanishishda ham qiyinchiliklar vujudga keladi.

### **10.3. Biznesni axborot bilan ta'minlashni tashkil etish**

Biznesning axborot bilan ta'minlanishining vazifasi barcha martabadagi ishbilarmonlarni sifatli axborotlar tizimi bilan o'z vaqtida ta'minlashdir. Axborotlarga ehtiyoj kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni axborotlar bilan ta'minlanishining asosiy sharti bo'ladi.

Axborotlarga ehtiyoj ishbilarmonlar tomonidan bajarilayotgan ishlarni hisobga olgan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning maqsadlari va vazifalaridan kelib chiqqan holda aniqlanadi. Axborotlar hajmi, ularning turlari, ularda qayd qilingan kerakli hujjatlarning miqdori, ko'rsatkichlarni aniqlash axborotlar bilan ta'minlash tizimi tashqi lotchilarining birinchi navbatdagi ishi bo'ladi. Ishbilarmonlar samarali ishlashi uchun yetarli miqdordagi barcha kerakli axborotlar bilan taminlangan bo'lishlari kerak. Axborot to'g'ri, ishonchli va aniq bo'lishi, o'z vaqtida kelib tushishi kerak.

Har bir kichik korxonada hujjatlarni o'rganish jarayonida doimiy, o'zgaruvchan va hosila axborotlarni, ularni davriyligini, qaror qabul qilish uchun ishlatilishini aniqlash kerak. Hujjatlarni biznesning bajarilayotgan u yoki bu xizmatlariga tegishli ekanligini aniqlash uchun hujjatlarni yo'nalishlari: texnik, rejaviy, moliyaviy, me'yoriy, dasturiy va h.k. bo'yicha guruhlarga ajratish o'tkaziladi.

Hujjatlarni bo'nday turkumlash hujjatlar harakatining umumiy

qonuniyatini aniqlashga, hujjatlarni tuzilishi, ma'lumotlarni qayta ishlashning ketma-ketligini va xodimlarni ish bilan band qilish darajasini, hamma hisoblash texnikasini belgilashga imkon beradi.

Shunday turkumlashga muvofiq hujjatlar aylanuvining mavjud tasvirining tahlili o'tkaziladi, ma'lumotlarni qayta ishlash tizimining umumiy doiralarni aniqlashga va uni takomillashtirish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqishga imkon beradi. Hujjatlarni shakllanishi va harakati qonuniyatini hisobga olgan holda hujjatlar aylanuvi tasvirini kurish mumkin. Hujjat aylanuvi tasvirlari hujjatlar tarkibi va qayta ishlanishini batafsil tadqiqot qilish natijalarini umumlashtirish bo'ladi. Ular bajarilayotgan ishlar turlari, hujjatlar shakllari va xodimlar vazifalari orasida mavjud bo'lgan aloqalar va o'zaro bir-birlarini almashtirishni grafik shaklida kurgazmali taqdim qilishga imkon beradi.

Ayrim hujjatlardan foydalanish tezligi, ularning ko'rsatkichlari va shakllarini aniqlash hujjatlar va ko'rsatkichlar sonini qisqartirishga imkon beradi.

Axborot oqimlarini tashkil qilish o'z ichiga:

- axborotlar manbalari va iste'molchilarni aniqlash;
- hujjatlar aylanuvini ishlab chiqish;
- axborotlarni yig'ish, uzatish, qayta ishlash va saqlash uchun texnik vositalarni aniqlash hamda hujjatlarni tuzish;
- rasmiylashtirish, ro'yxatdan o'tkazish, muvofiqlashtirish va tasdiqlash tartiblarini belgilash.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni axborot bilan ta'minlashni tashkil qilishda mavjud hisoblash va perfokartali texnikada, axborotlarni yig'ish, qayta ishlashning avtomatlashtirilishi va mexanizatsiyalashtirilishi darajasidan kelib chiqish kerak. Texnik vosita qanchalik mukammal bo'lsa, biznes, ishbilarmon mehnatini tashkil qilish shunchalik samarali bo'ladi. Texnik faqat hisoblash mashinalari va kompyuterlarni kiritish mumkin emas. Birinchi marta texnik vositalar yuz yildan ortiq vaqtda paydo bo'lgan. Ularning barcha ko'p turliligini, ya'ni ruchka, chizgich va eng oddiy varaqdan tortib to EHMgacha ikki asosiy sinfga bo'lish mumkin: tashkil qilish

texnik vositasi va hisoblash mashinalari. Tashkil qilish texnik vositasiga axborotlarni olish va qayta ishlash, nusxa kuchirish va ularni ko'paytirish uchun uskunalar, moslamalar, mashinalar, hamda aloqa vositalari kiradi. Bunga yana axborot tashuvchilar va xizmat ko'rsatish vositalari, xizmat xonalari asbob-uskunalarini ham kiritish mumkin. Ishbilarmonlar o'z ishlarida juda katta miqdordagi oddiy qurol va moslamalardan: qalamlar, ruchkalar, schyotlar, idora daftarlari, jadvallar, grafiklar va ko'pgina boshqalardan foydalanadilar.

Ishbilarmon mehnatini avtomatlashtirish va mexanizatsiyalashtirish mehnatning oddiy vosita va qurollarini eng muvofiq qullash muammosini yo'q qilmaydi, balki faqat o'zgartiradi. Eng oxirgi avlod EHM lari va kompyuterlar oddiy qalam yoki chizgichni qullashni to'liq yo'q qila olmaydi. Qulay, ixcham va o'zoq muddatli oddiy texnik vositalar biznesda, ayniqsa kichik biznesda, murakkab texnik qurilmalardan kam bo'lmagan holda muhim va zarurdir. Kichik va xususiy biznesni axborot bilan ta'minlanishini tashkil qilish yana hujjatlarni saqlash vositalari: tokchalar, jovonlar, kartotekalar, magnit tasmlari, magnit va lazer disklerini mavjudligini kuzda tutadi. Aloqa vositalarining: telefonlar, teleklar, ATS, direktorlik va dispetcherlik komutatorlari, radioaloqa, chaqirish va avariya signal berish qurilmalari va h. k. larning mavjudligi ham juda muhim.

Biznesda o'lchov idishlari, tarozilar, soatlar, hisoblagichlar va axborotlar datchiklari, turli xil o'lchov asboblari, yozuv va nusxa ko'chirish mashinalari muhim ahamiyatga ega. Biznesda ma'lumotlarni qayta ishlash uchun yuzlab turdagi hisoblash mashinalari ishlatiladi. Bu mashinalar quyidagi guruhlarini tashkil qiladi<sup>36</sup>:

- hisoblash - klavishli mashinalar;
- hisoblash-perfokartali mashinalar;
- elektron-hisoblash mashinalari.

---

<sup>36</sup> Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Мухиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: «Ўқитувчи», 2003.

Hisoblash-klavishli mashinalar eng sodda arifmetik amallarni mexanizatsiyalashtirishga imkon beradi, jamlovchi mashinalar qo'shish va olishni bajaradi, hisoblovchilar-qushish, olish, ko'paytirish va bo'lishni, hamda eng murakkab amallarni bajaradi.

Elektron-hisoblash mashinalari murakkab mantiqiy operatsiyalarni - taqqoslash, keyingi amalni tanlash, ishlab chiqarilgan dasturlar bo'yicha murakkab hisoblarni o'tkazishni bajarish qobiliyatiga ega.

Biznesda texnik vositalarda foydalanishni tashkil qilish shakllari turli-tuman. Kichik korxonalarda mashina-hisoblash stansiyalari tashkil qilinadi. Ko'pgina ishbilarmonlar axborot-hisoblash markazlari xizmatlaridan xo'jalik shartnomalari asosida foydalanadilar.

Axborotlar bilan ta'minlashni tashkil qilish axborotlarni yig'ish, uzatish va qayta ishlash bilan mashg'ul xodimlar mehnatini ham tashkil qilishni kuzda tutadi. Unumli mehnat uchun quyidagilar zarur:

- -ishchi urinlarini tashkil qilish va ularga xizmat ko'rsatish;
- mehnatni aniq taqsimlash va birlashtirish;
- mehnat jarayonlarini mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirish, xodimlar mehnati va turmushining qulay sanitariya-gigiyena sharoitlarini yaratish.

Tadbirkor ishida axborot boshqaruv qarorini asoslash vositasi bo'ladi. Qabul qilingan qarorlarning sifati, demak, biznesning samaradorligi va foydaliligi bo'nday axborotning o'z vaqtidaligi, ishonchiligi va to'laligiga bog'liq. Axborot bo'yicha ish ishbilarmonga kelib tushayotgan axborotlarning sifatini pastligi va o'z vaqtida emasligi uchun uning ishchi vaqtini ancha katta qismini oladi. Tadqiqotlar ko'rsatadiki, ishbilarmonlar 50 foizgacha biznes uchun kerakli axborotlarni yug'adilar. Ular axborot oqimida ortiqcha bo'ladi. Ishbilarmonga axborot xizmati ko'rsatish axborotga ehtiyojlarni tadqiqot qilishga asoslanadi.

Tadbirkorning saviyasi keng bo'lishi, odamlarni haqiqiy ehtiyojini, haridorlarning intilishlari, talablarini bilish kerak. U ham xodimlarining va ham mahsulotlar va xizmatlar



iste'molchilarini cheksiz ishonchlariga sazovor bo'lishi kerak. Tadbirkor qo'yilgan vazifalardan kelib chiqqan holda oqimli eng zarur axborotlarni tanlab olishi, ular bilan tanishib, keraksiz va kam ahamiyatga ega ma'lumotlarni tashlab yuborishi va u yoki bu masala bo'yicha boshqaruv qarorini ishlab chiqishi kerak. Ishbilarmon axborot bilan bo'ladigan o'z ishini, hamda unga axborotlarni tayyorlovchi o'z xodimlari mehnatini eng muvofiq tashkil qilishi kerak. Tasodifiy ma'lumotlar rahbargacha yetib bormasligi kerak. Pastroq darajadagi xodimlar qaror qabul qilishlari mumkin bo'lgan axborotlar rahbarga yetib borishiga yo'l qo'ymaslik kerak. Tadbirkorga axborot xizmatini ko'rsatishni tashkil qilishda eng asosiysi - ortiqcha ma'lumotlarni saralovchi ishonchli filtrni yaratishdir.

Tadbirkorning yordamchilari ana shunday filtr bo'lishlari kerak. Keskin raqobat sharoitida faqat ilmiy texnik taraqqiyotning oldida boruvchi, iste'molchilar talabini hisobga oluvchilar yutib chiqadi. Ilmiy-texnik taraqqiyot o'zagidan borish uchun tadbirkorga ilmiy axborotlar, fan va texnika yutuqlari haqidagi bilimlar kerak.

### **Qisqacha xulosalar**

Biznesda axborotlarning ahamiyati va ularning turlari. Biznesning axborot tizimi. Biznesni axborot bilan taxminlashni tashkil etish. Biznesda juda katta miqdorda axborotlar xizmat qiladi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik doirasida bajarilayotgan ishlarning turli xillariga javob beruvchi axborotlarning shaxsiy massivlari shakllanadi. Biznes yetarli va aniq axborotlarsiz amalga oshirilishi mumkin emas, bu axborotlar tadbirkorlik faoliyati uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar, xabarlar majmuasidan iborat bo'ladi. Axborot - bu ishlab chiqaruvchilar, tovarni sotuvchilar va haridorlar o'rtasidagi aloqa shaklidir.

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

1. Ishbilarmonlikda axborotni mohiyati va ahamiyati?
2. Biznesda axborot turlari nimalardan iborat?
3. Axborot almashuvining asosiy elementlarini so'zlab bering.
4. Biznesmen o'z faoliyatini rivojlantirishda axborotlardan qanday

foydalanadi?

5. Sizning-cha, biznesda zarur hisoblangan tahliliy hujjatga nima kiradi?

6. Biznesda axborotlar oqimini tashkil qilish qanday?

7. Axborotlar tizimi samaradorligi qanday?

8. Izchil, mukammal, tez tarqaluvchi axborotlar qanday bo'lishi mumkin?

9. Biznesda axborot ta'minotini tashkil etishning xususiyatlari qanday?

10. Axborot turlarini sanab bering.

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Мухиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: «Ўқитувчи», 2003.

2. Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тадбиркорлик асослари. Ўқув амалий қўлланма. -Т.:ЕҲ. TEMPUS «Консаудит», 2004.

3. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательское конкуренции –М.: ООО Марлет Дс корпорейшен, 2004.

4. Предпринимательство: Учебник/Под ред. М.Г. Лапусты.- 3-е изд., испр. и доп.-М.: ИНФРА-М, 2003.

### **Интернет веб-сайтлари**

Rambler-http ://www/rambler, ru;

Yandex- http ://yandex/ru;

www.edu.uz.

## XI BOB BIZNES PSIXOLOGIYASI

### 11.1. Biznesda rahbar faoliyatining ruhiy-psixologik xususiyatlari mazmuni

Bozor iqtisodiyoti sharoiti rahbarlardan ishbilarmonlikni, boshqaruv uslublarini takomillashtirishni talab etadi. Boshqarish uslublari asosan ongli ravishda muayan maqsadlarga erishish uchun xizmat qiladi. Ular mohiyati va maqsadiga ko'ra, tarbiyaviy, moddiy-rag'batlantiruvchi, ma'muriy-tashqi liy turlarga bo'linadi.

Tarbiyaviy uslub asosan insonni manaviy takomillashishiga, psixologiyasiga va boshqa ijtimoiy xarakteriga mos ravishda tashkilashtiriladi.

Moddiy-rag'batlantiruvchi uslub esa mehnat samaradorligini oshirish, mahsulot sifatini yaxshilash uchun ishchilarni moddiy qiziqtirish yo'llari bilan tashkil etiladi. Moddiy rag'batlantirish tarbiyaviy uslub bilan doimiy uyg'unlashtirib borilishi natijasida yuqori ko'rsatkichlarga erishish mumkin.

Ma'muriy-tashqi liy uslub asosan jamiyat talablarini qondirishga qaratilgan bo'lib, ishlab chiqarish jarayonini va mehnat taxsimotini rejali olib borish uchun qo'llaniladi. Bu uslub ikki turda bo'lishi mumkin: o'zoq muddatga moslashtiriladigan va bir martalik tashqi liy bo'lishi mumkin. Shart-sharoitiga ko'ra kerakli uslub qo'llaniladi va takomillashtirib boriladi. Boshqarish usullarini takomillashtirishdan asosiy maqsad daromadni to'g'ri taqsimlash, har bir ishchi, xizmatchi o'z mehnati bilan daromat olishini ta'minlashdir. Demak, boshqarish uslublarini hayotga shunday tadbik etish kerakki, har bir inson mehnat qilsagina turmushi yaxshi bo'lishiga ishonch qosil qilsin.

Tadbirkorning tashqi lotchilik qobiliyati hamma narsada muvaffaqiyatga erishuvining mihim shartidir.

Qanday tadbirkor rahbar muvaffaqiyatga tez erishadi?

Ruhiyatshunos olimlar uning bir nechta omillarga bog'liqligini ta'kidlaganlar. Bular quyidagilardir<sup>37</sup>:

---

<sup>37</sup> Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Мухиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: «Ўқитувчи», 2003.

1. Tadbirkor rahbar tashqi lotchilik qobiliyatining uning shaxsida namoyon bo'lishi:
  - jamoada sof axloqiy muhit paydo qila olishi, hammaning hamkorlikda harakat qilishini ta'minlay olishi;
  - odamlirni ishonтира olishi va jamoada o'zaro yaxshi munosabatlarni qaror toptirishi uchun shart-sharoit yaratishi.
2. Tadbirkorlik rahbarning odamlar bilan til topib ishlash mahorati:
  - tadbirkor o'z qo'l ostidagilarning nimaga qodirligini hisobga olib ishlarni taqsimlashi;
  - odamlarni uyushtirishning eng mihim omillaridan foydalanishi;
  - har bir kishining ruhiy- psixologik kayfiyatlariga mos ravishda muloqat qilishi.
3. Tadbirkor rahbarning mehnatga munosabatida ishbilarmonligi:
  - ishlab chiqarish va boshqa jabhalarda har xil muammolarni hal etishda eng qulay yo'llarni izlab topishi;
  - vijdonlilik va adolatlilik;
  - boshlagan ishlarni oxiriga yyetkazish.
4. Tadbirkor rahbarning faoliyatida ijro etish qobiliyati namoyon bo'lishi:
  - kasbiy malaka va kunikmaga ega bo'lishi;
  - texnik vazifalarni hal etishga o'quvliligi;
  - yangiliklar va g'oyalarni ishlab chiqarishga joriy etib borishi.
5. Tadbirkor rahbarning qarorlarni qabul qilishdagi o'quvi:
  - mustaqil ravishda qarorlar qabul qila olishi;
  - qabul qilgan qarorining oqibati va natijalarini ko'ra bilishi;
  - ishlab chiqarishda sodir bo'luvchi turli holatlarni hisobga olib borishi;
  - noto'g'ri qaror qabul qilganda o'z xatolarini bo'yniga olishi;
  - xodimlarni boshqaruv masalalarini hal etishga ko'proq jalb etishi.
6. Tadbirkor rahbarning odamlarga munosabati:
  - o'z va'dasi, suzining ustidan chiqishi ;
  - odamlarni bir-biridan ajratmasligi-hammaga bab-baravar munosabatda bo'lishi;

-o'z qo'l ostidagilarga va boshqalarga e'tiborli bo'lishi va o'zini tuta olishi, odobliligi va muloyimligi;

-odamlarga ehtiyotlik bilan munosabatda bo'lish, imkon qadar har bir kishining ruhiy-psixologik xususiyatlarini hisobga olib, muomalada bo'lishi.

#### 7. Tadbirkor rahbarning o'z-o'ziga talabchanligi:

-o'z xatti-harakatlarini tanqidiy baholay olishi;

-o'z imkoniyatlarini hisobga olib ishlashi;

-boshqalarning unga bergan yaxshi va yomon baholarni tahlil etib borishi va o'z faoliyatida namoyon qilishi.

Tadbirkor rahbar o'zida quyidagi ruhiy-psixologik, fiziologik, axloqiy, manaviy va ishbilarmonlik xususiyatlarini mujassamlashtirgan bo'lishi kerak.

Tadbirkor rahbarning ruhiy-psixologik xususiyatlari:

1. Nutq va tafakkur sifatleri - kuchli xotira, doimiy diqqat, soglom aql, fikr kengligi, chuqurligi, tezligi, muammo mohiyatini tez anglab olish, ijodiylik, ma'naviy qiziqishlarning har tomonlamaliligi, fikrini og'zaki va yozma shaklda qisqa, tushunarli aniq tarzda ifodalash.

2. Xarakter sifatleri-maqсадga intiluvchanlik, dalillik, mardlik, ishonch, o'zini tuta bilish, o'zi va boshqalarni buysundira olish va tavakkal qilish qobilyati, qiyin vaziyatlarda ham mulohazakor bo'lish qobilyati, hazil-mutoiba tuyg'usi bo'lishi.

3. His-tuyg'u sifatleri - his-tuyg'ularni turg'unligi, aniqligi, ifodaliligi, kuchli hayajonli holatlarda to'g'ri harakatlar qilish qobilyati, muloqatga kirishganda boshqalar kayfiyatini his-tuyg'ularini hisobga olish, o'z his-hayajonlari va kayfiyatlarini boshqara olish.

4. Xulq-atvor sifatleri - harakatga intilish va uni himoya etish, samimiylik, halollik.

Tadbirkor rahbar shaxsining ruhiy-fiziologik sifatleri:

1. Arzimas narsalardan jaxli chiqmaslik, achchiqlanmaslik, ba'zan ko'rib ko'rmaganga olish.

2. Ruhiy jarayonlarda bosiqlik.

3. Ruhiy, hayajonli xavf - xatar hollarida o'rtacha bo'lish.
4. O'zini anglashda faollik kayfiyatda utq sezgirlik.
5. Jismoniy sog'lom va boshqalar.

Tadbirkor rahbarning axloqiy, manaviy sifatlari:

a) Mehnatsevarlik, odamlarga nisbatan dustlik, insonparvarlik, samimiylik, halollik, vijdonlik, sabr-matonat, xolislik.

b) Tartibilik va intizomlilik, o'ziga va boshqalarga talabchanlik, o'zgalar fikrini tushunish va hisobga olish.

Tadbirkor rahbarning ishbilarmonlik sifatlari:

Soha va kasb sirlarini yaxshi bilish, yuqori o'quv va malaka, yangi texnologiya talablariga mos bilimi va tajriba, ishlab chiqarish texnika va texnologiyasini chuqur bilish, boshqarish usullarini yaxshi uzlashtirgan bo'lishi, o'z bilimi, malakasi kunikmalarini oshirib borish, axborat ayriboshlashni bilish va hokazo.

Tadbirkor rahbar mehnat jamoalarini uyushishi, jiplashishi va rivojlanishining ruhiy-psixologik jarayonlari bosqichlarini hisobga olishi kerak.

1. Uyushish-jiplashish bosqichi. Jamoaga uyushishning jipsligi hamkorlikda faoliyat qilish zaruratidan kelib chiqib, a'zolarning malakasi, qobilyati, qiziqishlarining bir joyga jamlanishi bilan izohlanadi. Shaxsiy ehtiyojlarni qondirishdagi faoliyat kishilarni jiplashtiradi. Tadbirkor rahbar mehnat jarayonida kishilarning bilimi, kasbi, malakasi, yoshini hisobga olib, ularni jamoaga tuplaydi. Bunda tadbirkor rahbarning tashqi lotchilik qobilyati namoyon bo'ladi.

2. Jamoaning tarkib topish bosqichi. Tadbirkor rahbar jamoa har bir a'zosining mehnatga munosabatini aniqlashga kirishadi. Kimki faoliyatining ijtimoiy ahamiyatini chuqur anglasagina uzining bor kuchi, ijodkorligini ishga safarbpr etadi. Jamoada «faollar va dangasalar, xalaqit beruvchilar» bo'lishi mumkin.

3. Har bir a'zoning jamoaga moslashish bosqichi. Bu bosqichda «qoloqlar», xalaqit beruvchilar» qolmaydi. Ularning shaxsiy qiziqishlari va ehtiyojlari jamoa faoliyati bilan chirmashib, moslashib ketadi. Sof axloqiy-ruhiy muhit yaratilgan mehnat jamoasida faollik, ijodkorlik, kasbga qiziquvchanlik barqaror tus oladi. Shaxsda yaxshi

niyat paydo bo'ladi, maqsad va ehtiyojlarini qondirishga intilish, mehnatsevarlik kuchayadi. Hamkorlikdagi mehnatdan zavq olish shaxslararo munosabatlarni yaxshilaydi.

4. Insoniy qadriyatlarga erishish bosqichi. Shu bosqichda jamoa his-tuyg'ulari bir maqsad yo'lida umumlashadi. Jamoaviy faollik vujudga keladi, an'anaviylik qaror topadi. Inson o'z qiziqishlari va intilishlarini jamoa hayotiga boglaydi. Atrofdagilarga ishonchi ortadi, dustlik va muhabbat rishtalari mustahkamlanadi. Bu jarayonlarda tadbirkor rahbar zimmasiga katta mas'uliyat yuki tushadi.

## **11.2. Biznesda rahbarning nutq madaniyati**

Nutq bilan tafakkur o'zaro uzviy bog'langan. Odam o'ylayotganida fikrlarini avval ichiga so'zlar, jumlar tarzida ichki nutqida ifodalaydi. Nutq muomalaning ishonchli vositasi bo'lishi uchun muayyan talablarga javob berishi, ayniqsa, ikki sifatga ega bo'lishi kerak:

1) nutq muayyan til qoidalariga rioya qilishi;

2) nutq tinglovchida ishonchni hosil qilishi, ya'ni mazmundor, aniq, tushunarli, mantiqiy, obrazli, his-hayajonli bo'lishi kerak.

Nutq-mantiqiy izchillik va adabiy til qoidalariga rioya qilingandagina sifatga ega bo'ladi. Leksik, grammatik, uslubiy qoidalar adabiy tilning hamma ko'rinishlari uchun xarakterli bo'lsa, orfografiya va punktuatsiya normalari adabiy tilning faqat yozma shakli uchun, orfoepiya normalari esa og'zaki shakli uchun xos bo'ladi. Nutq madaniyati deganda mantiqiy izchillikka va adabiy til normalariga rioya qilgan holda to'g'ri, aniq, va yoqimli so'zlash tushuniladi. Nutq qanchalik to'g'ri va aniq bo'lsa, u shunchalik tushunarli bo'ladi; nutq qanchalik yoqimli va ifodali bo'lsa, u tinglovchiga (o'quvchiga) shunchalik kuchli ta'sir etadi. To'g'ri, aniq va yoqimli gapirish uchun til boyliklarida mazmunga mos zarur so'zni tanlay olish, so'zni o'rinsiz takrorlamaslik (leksik normalarga rioya qilish), so'z shaklini va gap turini to'g'ri qo'llash, uslub birligini saqlash (uslubiy normalarga rioya qilish), nutqning ta'sirchan bo'lishini ta'minlash og'zaki nutqda orfoepiya, yozma nutqda esa to'g'ri yozish qoidalariga rioya qilish) lozim.

Og'zaki nutq. Har qanday ishning yechimi na faqat bilish, balki kommunikativ jarayon hamdir. Agar bilish tomoni ko'pincha yozma nutq shaklida gavdalanirilsa, kommunikativ jarayon esa asosan og'zaki nutq bilan bog'liqdir. Og'zaki nutq rasmiy vaziyatda (turmush vaziyati, uy sharoitidan farqli o'laroq) ikki yoki bir nechta kishi o'rtasidagi gaplashuv (dialog yoki monolog) sifatida ko'rinadi. Jonli aloqaning soddaligi og'zaki nutqning bir muncha tartibsizlikka olib keladi: odam bir vaqtning o'zida ham fikrlaydi, ham gapiradi, so'zlarni puxta tanlash uchun unda deyarli imkoniyat yo'q, fikrni ifodalash shakli ham uni unchalik tashvishlantirmaydi - agar suhbatdoshi tushunmasa qayta so'rashiga ishonadi, buning ustiga og'zaki aloqa paytida ko'pincha imo-ishora, mimika, ba'zan esa gapiruvchilarning nazar doirasida bo'lgan ashyolar ham «yordam beradi». Hatto oldindan tayyorlangan og'zaki nutq so'zlashayotgan paytda gapirayotgan kishi o'zini qayta tiklab, nutqini «tabiiy» yo'lga yo'naltirayotganda tuzilgan aniq vaziyat tufayli qator o'zgartirishlarga duch kelishi mumkin.

Notiqlik san'ati ko'hna san'atlardan biri. Bu san'atda tarixiy davr va jamiyat hayoti aks etadi. Ijtimoiy-iqtisodiy va ma'naviy hayot o'z ifodasini topgan. Taraqqiyot va tanazzul davolari bo'lgan. Ovroqada yunon, Sharqda Xitoy, Hind, islom notiqlik san'atlari taraqqiyot etgan. Jamiyat hayotining hamma jabxalarida notiqlik san'ati mavjud. Notiqlar - rahbarlar, dindorlar, muallimlar, huquq xodimlari va boshqalar. Notiqlik san'ati ijtimoiy mavqe jihatdan quyidagi guruhlariga bo'linadi:

I. Ijtimoiy-siyosiy notiqlik - ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy-manaviy mavzudagi ma'ruzalar, hisobot ma'ruzalari, siyosiy nutqlar, diplomatik nutqlar, miting nutqlari, harbiy mavzudagi nutqlar, ilmiy-ommabop nutqlar, targ'ibot nutqlari, siyosiy sharhlar.

II. Ilmiy (akademik) notiqlik - o'quv ma'ruzalari, ilmiy ma'ruzalar, ilmiy axborotlar, ilmiy sharhlar.

III. Sud notiqligi - qoralovchi (prokuror) nutqi, oqlovchi (advokat) nutqi, o'z-o'zini himoya qilish nutqi.

IV. Ijtimoiy-maishiy notiqlik - madhiya, ta'ziya nutqi, tabrik-qutlov nutqi.

V. Diniy notiqlik - xutba, va'z (keng ommaga muljallangan badiiy-



emotsional nutq) kiradilar. Nutq madaniyati ancha sertarmoq, murakkab voqelik. Nutq madaniyati tushunchasi til grammatikasining barcha qonun-qoidalarini, adabiy talaffuz normalarining majmuasidan iborat bo'lgan orfoepik qoidalarni, talaffuz masalarini, bilim, madaniy saviya va axloqiy qarashlar kabi juda ko'p sohalarni o'z ichiga oladi.

Telefonda so'zlashishning o'ziga xos madaniyati, odobi, qoidalari borki, kundalik hayotda bunga hamisha ham amal qilavermaymiz. Aytaylik, biron joyga telefon qilmokchisiz. Shunda birinchi galda sizga nima kerak bo'ladi? Albatta o'sha joydagi telefon raqamida. Xullas, notiqlik san'ati-nutq madaniyati, so'zlashish odobining mihim tarkibiy qismidir. Yaxshi nutq- qobiliyatlilik va iste'dodlilik nishonasidir.

### **11.3. Rahbar faoliyatida mojarali holatlar va ularni hal etish usullari**

Tadbirkor rahbar faoliyatida har xil ziddiyat (konflikt)lar va mojaralar uchrab turadi. Mehnat shart-sharoitlari, mehnat natijalari, moddiy va ma'naviy ehtiyojlarning qondirilmaligi, mehnatdan qoniqmaslik tufayli tadbirkor rahbar va xodimlar o'rtasida ziddiyatlar va mojaralar kelib chiqadi. Bu yerda tadbirkor rahbar bilan xodimlar o'rtasidagi va shaxslararo ziddiyatlarni fikrlash kerak. Bu hollardagi ziddiyatlarning bir nechta sabablari mavjud<sup>38</sup>.

1. Moddiy-texnik sabablar - mehnat vositalari bilan mehnat jarayonlari, shart-sharoitlari o'rtasidagi ziddiyatlar. Asbob-uskunalar, jixozlar eskiligi uchun mehnat sharoiti yomon, mehnat unumdorligi past va hokazo. Bular xodimlarga g'amxurlik qilishga tusik, moddiy va ma'naviy ehtiyojlar qondirilmaligiga sabab bo'ladi.

2. Xo'jalik-tashkiliy sabablar - mehnat natijalarini to'g'ri baholamaslik, mehnatni to'g'ri taxsimplamaslik. Bular xodimlarga norozilik tug'diradi.

3. Ijtimoiy-kasbiy sabablar - xodimlarning bilimi, malakasi va kasbmahoratini nazar-pisand etmaslik, xodimdan o'z o'rnida

---

<sup>38</sup> Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Муҳиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: «Ўқитувчи», 2003.

foydalanmaslik, mehnat qonunchiligiga amal qilmaslik.

4. Ijtimoiy-demografik sabablar-xodimlarning yoshi, jinsi, millati, ma'lumoti kabi omillarni, oilaviy sharoitlarini inobatga olmaslik.

5. Ijtimoiy-psixologik sabab-xodimlar faoliyatidan yaqqol ko'zga tashlanadigan yaxshi va yomon xulqlarini, qobiliyati, qiziqishlari, xotirasi, tafakkuri, xis-tuyg'usi kabi ruhiy holatlar bilan hisoblashmaslik.

Tadbirkor rahbar faoliyatida qo'l ostidagilar bilan muloqat-muomilada ham ziddiyatli holatlar ruy beradi. Bunda tadbirkor rahbarning yoki xodimning kalondimog'ligi, muomila madaniyatining pastligi, qiziqqon-jizzakiligi, qo'rs-ko'polligi va boshqalar sabab bo'ladi. Xodimning dangasaligi, yalqovligi, maxtanchog'ligi, loqaydligi, beparvoligi kabi yomon xislatlar ham ba'zan ziddiyatlar tug'diradi.

Tadbirkor rahbar va xodimlar o'rtasidagi ruhiy-psixologik ziddiyatlar kelib chiqishi uch holatda yaqqol ko'zga tashlanadi:

- 1) mehnat jarayoninig noto'g'ri uyrushtirilishi;
- 2) shaxslararo munosabatlarning xilma-xilligi va murakkabligi;
- 3) jamoa a'zosining shaxsiy o'ziga xosligi.

Tadbirkor rahbarning har qanday ziddiyat va majorani bartaraf etish yo'llari:

1. Majoroning kelib chiqish sabablarini aniqlashi va uning utkirlashishiga yo'l qo'ymaslik uchun chora-tadbirlar kurishi.

2. Majorali vaziyatni yumshatishi-ziddiyatga borgan kishilar bilan oshkora suhbat va ular sonini kamaytirish choralarini izlashi.

3. Vaziyatni to'la idrok etishi o'zlashtirishi - «ahvol»ning xo'jayini bo'lib olishi va qat'iychora kurishi.

4. Mojora va uning ayni vaziyatlarini chuqur tahlil qilishi:

a) mojoralashayotgan tomonlar va guvoxlar alohida suhbatlashishi;

b) ularning maqsadi, qiziqishlari, xulq-atvori, kasbi, tajribasi, turmush sharoiti va boshqa ruhiy-manaviy jihatlarni o'rganish;

s) mojorali vaziyatning sabablari, nima masalada ekani, unga jamoaning munosabatini aniqlashi;

d) mojora haqidagi har xil axborotlarni asli bilan solishtirish;

5. Mojorani hal etishning har xil usullarini ishlab chiqilishi va

tahlil qilishi.

6. Mojarani hal etishning eng qulay usuli, shakli, vositasi va sharoitlarini tanlash.

7. Tanlangan usullarni jamoaning tarbiyasi, mehnat vazifalari, maqsadlari bilan qiyoslanib, toroziga solib kurishi.

8. Tanlangan va tekshirilgan usulni qo'llab mojarani bartaraf etish.

9. Mojora bartaraf etilganidan hammani xabardor qilish.

10. Mojora keltirib chiqargan tomonning no haqligi isbotlangandan so'ng ularni to'g'ri yo'lga boshlashi va boshqalar.

Xullas, bozor iqtisodiyoti sharoitida har qaysi bug'indagi tadbirkor shuni tushunib etmogi kerakki, har qanday sharoitda ham insonga g'amxurlik qilish, inson ruhiy holatini barqaror etishga qaratilgan jarayonlarni tashkil etish va yo'naltirish, jamoaning har bir a'zosini mehnatdan moddiy va manaviy qoniqish hosil qilishiga erishtirish uning zimmasidagi muqaddas vazifadir.

### **Qisqacha xulosalar**

Biznesda rahbar faoliyatining ruhiy-psixologik xususiyatlari mazmuni. Biznesda rahbarning nutq madaniyati. Rahbar faoliyatida mojarali holatlar va ularni hal etish usullari. Tarbiyaviy uslub asosan insonni ma'naviy takomillashishiga, psixologiyasigi va boshqa ijtimoiy xarakteriga mos ravishda tashkillashtiriladi. Ijtimoiy-siyosiy notiqlik, ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy-manaviy mavzudagi ma'ruzalar, hisobot ma'ruzalari, siyosiy nutqlar, diplomatik nutqlar, miting nutqlari, harbiy mavzudagi nutqlar, ilmiy-ommabop nutqlar, targ'ibot nutqlari, siyosiy sharxlar, Sud notiqligi, qoralovchi (prokuror) nutqi, oqlovchi (advokat) nutqi, o'z-o'zini himoya qilish nutqi, ijtimoiy-maishiy notiqlik, ta'ziya (motam) nutqi, tabrik-qutlov nutqi, diniy notiqli, xutba (juma va hayit nomozida diniy arbob nutqi), va'z (keng ommaga muljallangan badiiy-emotsional nutq).

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

1. Bozor sharoitida biznes psixologiyasining mazmuni?

2. Boshqarish san'ati deganda nimani tushunasiz?
3. Rahbar faoliyatining boshqarish san'atidagi xarakterli xususiyatlari nimalardan iborat?
4. Rahbarning ruhiy-psixologik xususiyatlarini muhim tomoni nimalardan iborat.
5. Rahbar xodimning boshqarish faoliyatidagi ruhiy-psixologik jarayonlari bosqichlarining mohiyatini tushuntirib bering.
6. Xo'jalik faoliyatini boshqarish davomida rahbar bilan xodim o'rtasida yuzaga kelayotgan ziddiyatlar sabablarini izohlab bering.
7. Sizning-cha, rahbar tomonidan ziddiyatlarni bartaraf etishning yana qanday yo'llari bo'lishi mumkin?
8. Biznesda rahbar faoliyatining ruhiy-psixologik xususiyatlari mazmuni?
9. Biznesda rahbarning nutq madaniyati?
10. Rahbar faoliyatida muhim holatlar va ularni hal etish usullari?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Муҳиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: «Ўқитувчи», 2003.
2. Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тадбиркорлик асослари. Ўқув амалий қўлланма. -Т.:ЕҲ. TEMPUS «Консаудит», 2004.
3. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательское конкуренции –М.: ООО Марлет Дс корпорейшен, 2004.
4. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учеб. пособие для ВУЗов/Под ред. Проф. В.Я.Горфинкеля, проф. В.А.Швандара.-2е изд., пререб. И доп.-М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2003.
5. Предпринимательство: Учебник/Под ред. М.Г. Лапуста.- 3-е изд., испр. и доп.-М.: ИНФРА-М, 2003.

### **Интернет веб-сайтлари**

- Rambler-<http://www/rambler.ru>;  
 Yandex- <http://yandex.ru>;  
[www.edu.uz](http://www.edu.uz).  
[www.gov.uz](http://www.gov.uz).

# Fan bo'yicha yangi pedagogik texnologiya

## 1. O'qitish texnologiyasi

Dars mavzusi (Ma'ruza nomi)	<b>4-BOB. Biznesda mulk tushunchasi va mulkchilik shakllari</b>
Ma'ruza rejasi	4.1. Mulk shakllarining turlari, ahamiyati va tarkibi. 4.2. Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish jarayoni. 4.3. Tadbirkorlik shakllari va raqobatning kuchayishi. 4.4. Biznes faoliyati shakllari.
Asosiy tushuncha va atamalar	Mulk, xususiy mulk, jamoa mulki, davlat mulki, aralash mulk, qo'shma faoliyat mulki, mulkning hamma shakllari teng huquqligi, mulk to'g'risidagi qonun, mulkiy huquq, Davlat tasarrufidan chiqarish, mamlakatdagi huquqiy iqtisodiy ahvolni va uning xususiyatini hisobga olgan holda ishlab chiqarish.
Mustaqil o'qish uchun tavsiya etilayotgan adabiyotlar ro'yxati	1. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: "Ўқитувчи", 2003. 2. Ходиев Б.Ю., ва бошқалар. Кичик тadbirkorlik асослари. Ўқув амалий қўлланма. -Т.:ЕХ. TEMPUS «Консаудит», 2004. 2. Ходиев В.Ю., ва бoшқалар. Кичик тadbirkorlik асослари. О'қув-амалий қo'лланма. -Т.:ЕН. TEMPUS "Konsaudit", 2004. 3. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательское конкуренции -М.: ООО Марлет Дс корпорейшен, 2004. 4. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учеб. пособие для ВУЗов/Под ред. Проф. В.Я.Горфинкеля, проф. В.А Швандара.-2е изд., пререб. И доп.-М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2003.5. Предпринимательство: Учебник/Под ред. М.Г. Лапусты.-3-е изд., испр. и доп.-М.: ИНФРА-М, 2003.
O'quv jarayonining maqsadi	Talabalarda Biznesda mulk tushunchasi va mulkchilik shakllari haqida tushuncha hosil qilish va bilimlarini shakllantirish
Pedagogik vazifalar - Mulk shakllarining turlari, ahamiyati va tarkibi. - Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish jarayoni. - Tadbirkorlik shakllari va raqobatning kuchayishi. - Biznes faoliyati shakllari.	O'quv faoliyatining natijalari. - Mulk shakllarining turlari, ahamiyati va tarkibi tushintirib beradi. - Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish jarayoni tushintirib beradi. - Tadbirkorlik shakllari va raqobatning kuchayishi tushintirib beradi. - Biznes faoliyati shakllari tushintirib beradi.
O'quv vositalari	Ma'ruza matni, slaydlar, «koop-koop»-usuli, grafik organayzirlar, qog'ozlar A3, flamasterlar, amaliy 2-mashq-treningi
O'qish shartlari	O'quv auditoriyasi (guruhlarda ishlashga moslashtirilgan)
Ushbu darsga talabalarga kerakli bilim tajribalari	1-3 mavzular
O'quv usuli va shakli	Ma'ruza, blits-so'rov, «koop-koop»-usuli, grafik organayzirlar, frontal ishi, guruhlarda.

**«Biznesda mulk tushunchasi va mulkchilik shakllari»  
mavzusidagi ma'ruza uchun texnologik karta**

<b>Bosqichlar</b>	<b>O'qituvchi</b>	<b>Talabalar</b>
I. O'quv jarayoniga kirish (10 min.)	Ma'ruza mavzusini e'lon qiladi, talabalarni rejadagi asosiy savollar va tushunchalar, atamalar, foydalanilgan adbiyotlar bilan tanishtiradi. Shi jumladan talabalarni rejalashtirilayotgan o'quv natijalari va baholash mezonlari bilan tanishtiradi (1-ilova).	Tinglaydilar va zaruriy axborotlarni qayd etib boradilar.
II. Asosiy bosqich (60 min.)	<p>2.1. Quyida diqqatni jalb qiluvchi savollarga javob berishni taklif qiladi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mulk shakllarining qanday turlarini bilasiz?</li> <li>2. Mulkni davlat taasarufidan chiqarish jarayoni qanday amalga oshiriladi?</li> <li>3. Tadbirkorlik shakllarini qanday turlarini bilasiz?</li> <li>4. Xususiy lashtirishning eng muhim xususiyati nima hisoblanadi?</li> <li>5. Biznesda mulkning ahamiyati nimada?</li> <li>6. Mulk deganda nimani tushunasiz?</li> <li>7. Kimlar mulkdor hisoblanadi?</li> </ol> <p>Bliits-so'rov o'tkazadi. (Bir nechta savollar tinglanadi)</p> <p>2.2. Talabalarni o'zlashtirish darajasiga ko'ra bir nechta kichik guruhlar bo'ladi. Har bir guruhda bittadan savol bo'yicha ekspertlar tayinlanadi va ular boshqa guruhlar a'zolariga tushuntirish ishlari olib boradi.</p> <p>2.3. Har bir guruh uchun ekspert varaqalarini tarqatib beradi (2-ilova)</p> <p>2.4. Prezentatsiya boshlanishini e'lon qiladi. O'qituvchi maslahatchi sifatida javoblarni sharhlab boradi, aniqliklar kiritadi, xatolarni tuzatadi.</p> <p>2.5. Prezentatsiya nihoyasida xulosalar qilib, har bir guruh talabalari diqqatini mavzuning asosiy savollarini yoritishga qaratadi.</p>	<p>Savollarni tinglaydi, ularga javob beradi va javoblarni tahlil qiladi.</p> <p>6 kishidan iborat 5 guruhga bo'linadi.</p> <p>Guruh a'zolari birgalikda izlanib, ma'ruzalar matnida qo'yilgan savolga javob izlaydilar.</p> <p>Ma'lumotlarni sistema-lashtiradi, o'zaro fikr almashadi, chiziqli organayzerlar tuzib, ularni muhokamaga tayyorlaydilar.</p> <p>Guruh sardorlari o'z guruhi ish natijalarini tayyorlagan materiallari asosida namoiysh qildi va guruh javoblarni asoslab beradi.</p>
III. Yakuniy bosqich (10 min)	<ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Mavzu bo'yicha umumiy xulosalar qiladi. Natijalarni aniqlaydi.</li> <li>3.2. Talabalar bilimni baholaydi.</li> <li>3.3. Mustaqil amaliy mashq bajarilishi yuzasida ko'rsatmalar beradi (3-ilova)</li> </ol>	Mustaqil amaliy mashq bajarilishi yuzasidan vazifalarni yozib oladilar.

**Talabalar bilimini baholash mezonlari**

**Ma'ruza darsining reytingi**  
**86-100% - 1 ball (a'lo)**  
**75-85% - 0,7 ball (yazshi)**  
**55-70% - 0,4 ball (qoniqarli)**

**Guruh natijalarini baholash mezonlari**

**Mezonlar Ballarda Foizda Natijalar bahosi**

1-guruh 2- guruh 3- guruh 4- guruh 5- guruh

Ma'lumotlar to'liqligi 0.4 40

Chiziqli tasavvur etish (illyustratsiya) 0.3 30

Guruh faolligi (talabalar soni) 0.15 15

Savolni tushunishi 0.15 15

Ballar yig'indisi 1 100

Mezonlar	Ballarda	Foizda	Natijalar bahosi				
			1-guruh	2- guruh	3- guruh	4- guruh	5- guruh
Ma'lumotlar to'liqligi	0.4	40					
Chiziqli tasavvur etish (illyustratsiya)	0.3	30					
Guruh faolligi (talabalar soni)	0.15	15					
Savolni tushunishi	0.15	15					
Ballar yig'indisi	1	100					

**1-ekspert varaqasi.** Mulk shakllarining turlari, ahamiyati va tarkibi.

1. Mulk - bu biznes faoliyatida kuchli vosita.
2. Maqsad - uzoq muddatli va o'zaro foydali hamkorlikni o'rnatish
3. Mulkdor bo'lishning asl ma'nosi.
4. kuchmas mulk;
5. qimmatli qogozlar, mablag', bino va inshootlar.

(jadval ko'rinishida, mantiqiy-tuzulmaviy, klaster ko'rinishida taqdim etish)

**2-ekspert varaqasi.** Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish jarayoni.

1. Davlat korxonalarini aksionerlik jamiyatiga aylantirish.
2. Ijaraga olingan davlat korxonalarini jamoa mulkiga aylantirish.
3. Davlat mulkini fuqarolarga bepul berish.
4. Davlat mulkini mas'uliyatni o'z zimmasiga oladigan mulk soxibiga berish.
5. Davlat mulkini chet el fuqarolariga berish.

6. Davlat mulkini auktsionda sotish orqali amalga oshirish mumkin.

(jadval ko'rinishida, mantiqiy-tuzulmaviy, klaster ko'rinishida taqdim etish)

**3-ekspert varaqasi.** Tadbirkorlik shakllari va raqobatning kuchayishi.

1. Huquqiy maqomi bo'yicha.
2. Band bo'lgan xodimlar soni bo'yicha.
3. Mulkchilik shakli bo'yicha.
4. Tashkiliy-huquqiy shakli bo'yicha.
5. Faoliyat yo'nalishi bo'yicha.

(jadval ko'rinishida, mantiqiy-tuzulmaviy, klaster ko'rinishida taqdim etish)

**4-ekspert varaqasi.** Biznes faoliyati shakllari.

1. Yakka tartibdagi biznes.
2. Dehqon, Fermer xo'jaligi.
3. Mas'uliyati cheklangan jamiyat.
4. Aktsiyadorlar jamiyati (ochiq va yopiq turdagi).

(jadval ko'rinishida, mantiqiy-tuzulmaviy, klaster ko'rinishida taqdim etish)



Amaliy mashq - trening №2

«Biznesda mulk tushunchasi va mulkchilik shakllari»

**1. Diqqatni jalb etuvchi savollar:**

- Mulk haqida nimalarni bilasiz?
- Mulkning qanday turlarini bilasiz?
- Biznes faoliyati diler faoliyatidan qanday farqlanadi?

**2. Boshlang'ich ma'lumotlar**

Biznesni amalga oshirishdagi asosiy yondashuvlar

A) Salbiy yondashuv. Biznesda mulk asosiy vosita sifatida yondoshiladi, bunda kuchmas mulk, qimmatli qogozlar, mablag' va bino, inshootlarsiz faoliyatni amalgam oshirib bo'lmazligi alohida qaraladi. Biznesda mulk iste'mol qiymatini oshirmaydi, aksincha, ortiqcha harajatlarni minimum darajada kamaytirishga erishish zarur.

B) Ilmiy yondashuv. Tashkiliy munosabat oldingiga o'xshaydi. Farqi mulkning ahamiyati haqidagi ma'lumotlar tahlil etilib, ularning sifatini oshirishga harakat qilinadi.

V) Biznes - bu keng faoliyat. Biznesda mulk tashqi lotlar uchun daromad keltiradigan muhim manba hisoblanadi. Ayniqsa, katta hajmlarda mahsulot sotilganda va sotuvdan keyingi davrda xizmat turlari ko'payganda.

**3. Muammoli savollar**

1. Biznesda mulk - raqobat kurashida vosita sifatida

To'g'ri javobni tanglang va javobingizni izohlab bering.

· Biznesda faoliyatida mulk va ularni takomillashtirish to'g'risidagi asosiy ma'lumotlar manbasi sifatida qaraladi.

· Texnik xizmat ko'rsatish firmaning prestiji hamda mahsulotni takomillashtirish borasidagi takliflar uchun katta imkoniyatlar yaratadi.

· Mijozlar oldida mulkiy va ijtimoiy javobgarlik, hamda haridorlar huquqini himoya qilish qonuniga rioya qilish mas'ul.

2. Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish jarayoniqanday?

To'g'ri javobni tanglang va javobingizni izohlab bering.

-davlat korxonalarini aktsionerlik jamiyatiga aylantirish;

-ijaraga olingan davlat korxonalarini jamoa mulkiga aylantirish;  
-davlat mulkini fuqarolarga bepul berish;  
-davlat mulkini mas'uliyatni o'z zimmasiga oladigan mulk sohibiga berish;

-davlat mulkini chet el fuqarolariga berish.

3. **Biznes faoliyati shakllari.**

1. **Huquqiy maqomi bo'yicha:**

- jismoniy shaxs maqomida;

- yuridik shaxs maqomida.

2. **Band bo'lgan xodimlar soni bo'yicha:**

- yakka tadbirkor, mikrofirma, kichik korxon.

3. **Mulkchilik shakli bo'yicha:**

- xususiy mulk egaligi, hamkorlik, korporatsiya.

4. **Tashkiliy-huquqiy shakli bo'yicha:**

- yakka tartibdagi biznes, dehqon xo'jaligi, fermer xo'jaligi, mas'uliyati cheklangan jamiyat, qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat, aksiyadorlar jamiyati (ochiq va yopiq turdagi), ishlab chiqarish kooperativlari, unitar korxon va boshqalar.

5. **Faoliyat yo'nalishi bo'yicha:**

- ishlab chiqarish yo'nalishidagi, xizmat ko'rsatish yo'nalishidagi, tijorat yo'nalishidagi, moliyaviy yo'nalishdagi, konsalting (maslahat) yo'nalishidagi va hokazo.

6. **Tarmoq tarkibi bo'yicha:**

- sanoat sohasidagi, qishloq xo'jaligi sohasidagi, savdo va umumiy ovqatlanish sohasidagi, maishiy xizmat ko'rsatish sohasidagi, transport va aloqa sohasidagi, uy-joy va kommunal xo'jalik sohasidagi, qurilish sohasidagi, tijorat va moliya sohasidagi, ta'lim va fan sohasidagi.

## IZOHLI LUG'ATLAR

**Bozor** - 1) talab va taklif uchrashadigan joy, bu yerda ishlab chiqarilgan mahsulotning jamoatchilik sezayotgan ehtiyojga mos kelish darajasi aniqlanadi, mazkur tovarning boshqa raqobatchi tovarlar bilan raqobatbardoshligi taqqoslanadi; 2) tovar, xizmat va boshqa mulk turlari bilan almashish sohasi; 4) tashqi llashtirilgan savdo joyi; 5) tovar va xizmatlarni olish manbai; 6) birja.

**Bozor segmenti** - taklif etilayotgan bitta mahsulot turi va marketing kompleksiga bir xilda munosabatda bo'luvchi iste'molchilar guruhi majmui.

**Bozorni tadqiq etish** - muntazam ravishda ishlab chiqarish bozorlarini, ularning mavjud va potentsial iste'molchilar ehtiyojini qondirish uchun tovar va xizmatlar ishlab chiqarishni ta'minlash qobiliyatini tadqiq etish. Tadqiqotlar sotuv bozori, ishchi kuchi bozori, kapital bozori, hamda xom-ashyo va materiallar bozorini qamrab oladi.

**Demping** - tovarni o'rtacha bozor narxidan arzon, ba'zida hatto o'z tannarxidan arzon narxda sotish. Kupchilik g'arb mamlakatlarida milliy ishlab chiqaruvchilar foydasini himoya qiluvchi va aksariyat hollarda boshqa mamlakatlardan raqobatning kuchli emasligi sababli arzon narxda tovar olib kirishni ta'qiqlovchi antidemping qonunlar amal qiladi.

**Imidj** - tovar obrazi, uning biron narsani eslatishi, uxshashi va aks ettirishi, tovar bozori iqtisodiyotiga chambarchas bog'lik bo'lgan ijtimoiy-psixologik holat. Tovar imidji tovarning reputatsiyasi, tovar markasi, tovar ishlab chiqarilgan korxonaga va mamlakat bilan assotsiatsiyalashadi.

**Informatsiya** (axborotlar, ma'lumotlar) - 1) ishlarning ahvoli haqida xabardor qilish; 2) tadbirkorlik, marketing va boshqa faoliyat turlari oldida turgan vazifalarni bajarishda yordam berishi mumkin bo'lgan turli xil bilim va ma'lumotlar.

**Iste'molchining mustaqilligi** (suvereniteti) - iste'mol huquqining mustaqilligi, qaram emasligi, huquqning mustaqil yo'nalishi bo'lib, tovar va xizmatlar bozorida iste'molchining manfaatlarini himoya qilishga qaratilgan qoida va yuriqnomalar majmuidan iborat.

**Maqsadli bozor** - u yoki bu mahsulotni sotish bozorini tadqiq etish natijasida tanlangan, marketing harajatlarining minimalligi bilan tavsiflanuvchi va firma faoliyati natijalarining asosiy ulushini (qismini) ta'minlovchi bozor.

**Marketing rejasi** - belgilangan marketing maqsadlariga erishishda yordam berishi kutilayotgan chora-tadbirlarning ketma-ketlikda detalli ravishda ifodalanishi.

**Marketing-miks** (marketing majmuasi) - 1) marketing tuzilishi; marketing tizimining tarkibiy qismlari, elementlari; marketing tarkib topuvchi jarayonlar; 2) marketing harajatlari tuzilishi; 3) marketing retsepti; tovar yoki xizmatlarni ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga yetkazib berish chora-tadbirlarining majmuaviy dasturi.

**Mikromuhit** - firma marketing muhitining tarkibiy qismi, bevosita firmaning uziga va uning mijozlarga xizmat ko'rsatish imkoniyatlariga munosabatlariga taalluqli kuchlar, ya'ni ta'minotchilar, marketing vositachilari, mijozlar, raqobatchilar bilan ifodalanadi.

**Narx** - 1) qiymatning pul kurinishida aks ettirilishi, iste'molchilar tovarga ega bo'lish uchun to'lashlari lozim bo'lgan pul miqdori. Firma belgilagan narx qabul qilinuvchi taklifning qiymatiga mos kelishi lozim; 2) marketing-majmuasi, marketing-miksning samarali vositasi.

**Narx hosil bo'lishi usullari**-mahsulot va xizmatlar narxini shakllantirishda qo'llanuvchi usullar. Xarajatlarga asoslangan, xaridorlar liniyasiga asoslangan va raqobatchilar narxiga asoslangan turlari mavjud.

**Narx siyosati** - narxni va narx hosil bo'lishini boshqarish tadbir va strategiyalari, tovar yoki xizmatlarga ishlab chiqarish xarajatlari va bozor kon'yunkturasiga mos keluvchi, xaridorni qondiruvchi va rejalashtirilgan foydani keltiruvchi narx belgilash san'ati.

**Urov** (upakovka) - 1) tovar solinuvchi, joylashtiriluvchi idish, material. Tovar ishlab chiqarilgandan so'ng uning xususiyatlarini saqlash hamda yukni tashishda qulaylik yaratish uchun mo'ljallanadi; 2) muhim reklama manbai.

**Press-reliz** - gazeta va jurnallar, tele va radio redaksiyalari ularni qiziqtirayotgan ma'lumotlarni olishi mumkin bo'lgan vosita.

**Prognozlash** (bashorat qilish) usuli - o'rganilayotgan obyektning o'tmishdagi va hozirgi ma'lumotlarini tahlil qilishga asoslangan ilmiy asoslangan oldindan ko'ra bilish.

**Raqobat**-alohida shaxslar o'rtasida har biri o'zi uchun shaxsan erishini maqsad qilgan bitta yo'nalishdagi, xususan tadbirkorlar o'rtasida kattaroq foyda olish, savdo bozori, xom ashyo manbalari uchun ko'rash.

**Raqobatchilik muhiti diagnostikasi**-marketing tadqiqotining raqobatchilar xatti-harakatlarining ichki motivlari haqida to'liq va aniq tasavvurni shakllantirish uchun zarur bo'lgan o'ziga xos mustaqil bosqichi.

**Reklama** -1) g'oya, tovar va xizmatlarni ma'lum homiy nomidan taqdim etish va taklif qilishning shaxsiy bo'lmagan pulli shakli; 2) tovar va xizmatlar sifatini haridorlarning talab va ehtiyojlari tiliga o'girishga intiluvchi kommunikatsiya shakli.

**Reklama auditoriyasi** - muayyan axborot manbalari orqali elon qilingan reklama xabarlarini eshitishi, ko'rish va o'qishi mumkin bo'lgan barcha shaxslar.

**Reklama samaradorligi** - reklama vositalarining ishlab chiqaruvchi yoki vositachilari manfaatlarini yo'lida iste'molchilarga ta'sir ko'rsatish darajasi. Reklama murojaatidan oldin va keyin aniqlanadi. Reklamaning savdo natijalariga ko'rsatuvchi ta'sirini aniqlash (iqtisodiy samaradorlik) reklama harajatlarini avvalgi faoliyat natijalari bo'yicha tovar sotish hajmiga nisbati yordamida aniqlanadi. Bu usulning aniqligi yuqori emas, chunki savdo natijalariga reklamadan tashqari boshqa ko'plab omillar ham ta'sir ko'rsatadi.

**Servis (xizmat ko'rsatish)** - korxonaning marketing faoliyatining mashinalar, asbob-uskunalar va transport vositalarini sotish va ekspluatatsiya qilishni ta'minlovchi bo'limi, quyidagi tizimi.

**Sifat** - tovarning muayyan iste'molchilar ehtiyojini qondirish qobiliyatini belgilab beruvchi, qo'yilgan talablarga mos keluvchi xususiyatlari majmui. Oldi-sotdi shartnomalarida tomonlar sifat ko'rsatkichlari, uni tekshirish tartibi, tovar sifatining belgilangan talablarga mos kelishini tasdiqlovchi hujjatlarni taqdim etish tartibi kelishib olinadi, zarur hollarda tovarni sifati bo'yicha qabul qilish va topshirish shartlari, shuningdek tovar sifati yoki uni saqlash muddati bo'yicha kafolatlar belgilab qo'yiladi.

**Strategik rejalashtirish** - firmaning maqsadlari, uning marketing sohasidagi potentsial imkoniyatlari o'rtasidagi strategik muvozanatni yaratish va qo'llab-quvvatlashni boshqarish jarayoni. U firmaning aniq shakllantirilgan dasturi, qo'shimcha vazifa va maqsadlarni ifodalash, sog'lom xo'jalik portfeli va ushbu strategiyasiga asoslanadi.

**Talab** - tovar xo'jaligiga xos bo'lgan va savdo, ayirboshlash sohasida ko'zga tashlanuvchi toifa. Talab bozorda turli xil tovarlar yordamida aks ettirilgan, iste'molchilarning bir-biridan farq qiluvchi ko'p sonli ehtiyojlaridan tarkib topuvchi, doimiy ravishda o'zgarib turuvchi jamoatchilik ehtiyojlari majmuasini aks ettiradi.

**Tovar-eng umumiy ko'rinishda bozorda sotiluvchi mahsulot sifatida ifodalanishi** mumkin bo'lgan iqtisodiy toifa, oldi-sotdi obyekti, mahsulotning ma'lum bir haridorlar ehtiyojini qondiruvchi asosiy iste'molchilik tavsifnomalari majmui.

**Tovar innovatsiyasi**-mahsulotni takomillashtirishning original, sifati yaxshilangan va modifikatsiyalangan mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan uzluksiz jarayoni. Tovarning hayotiylik davri uzunligini va

korxonaning rentabelligini ta'minlovchi chora-tadbirlar ichida alohida uringa ega. Uz ichiga mahsulotni differentsiyalash va diversifikatsiyalashni kiritadi.

**Tovar siyosati** - tadbirkorlik maqsadlarini belgilash va ularga erishishga yo'naltirilgan tadbir va strategiyalar majmui, yangi tovar yoki tovarlar guruhini bozorga olib kirish (innovatsiya), bozorda mavjud bo'lgan tovarlarni zamonaviylashtirish (variatsiya) yoki ishlab chiqarish dasturidan tovar ishlab chiqarishni chiqarib tashlash (eliminatsiya), shuningdek, assortiment siyosatidan iborat.

**Tovar strategiyalari**-tovar siyosatining korxonaga tovar hayotiylik davrining istalgan bosqichida foyda olish va savdo hajmining barqaror bo'lishini ta'minlashi mumkin bo'lgan asosiy prinsiplar yo'nalishlari. Tovar strategiyasining asosiy turlari: tovar yoki xizmatlar innovatsiyasi, variatsiyasi, eliminatsiyasi.

**Tovarni bozorda joylashtirish**-tovarlarning bozordagi raqobatbardoshligini ta'minlash va mos keluvchi marketing majmuasini ishlab chiqish uchun amalga oshiriluvchi harakatlar.

**Tovarning raqobatbardoshligi** - 1) aniq ehtiyojni qondirishda bozordagi raqobatchilar tovarlari oldida ustunlikni ta'minlovchi tovarning sifat va narx tavsifnomalari majmui; 2) tovarning raqobatchi tovarlar bozorida birinchi bo'lib harid qilish qobiliyati; 3) korxonaning milliy va jahon tovar bozorlariga chiqishi maqsadga muvofiqligining muhim ko'rsatkichi.

**Xizmat** - 1) bozorga kirib keluvchi, narsa ko'rinishiga ega bo'lmaydigan iste'mol qiymatlari; 2) bir tomon ikkinchisiga ko'rsatishi mumkin bo'lgan faoliyat yoki ne'matlar turi.

**Elektron tijorat** - elektron aloqa vositalari yordamida tovar va xizmatlarni sotish, reklama va marketing tizimi.

**Eliminatsiya** - mavjud mahsulotlarni korxonaning ishlab chiqarish dasturidan chiqarib tashlash; tovar ishlab chiqarishni to'xtatish; tovarni bozordan raqobatbardoshligi va talabni yo'qotganligi sababli olib chiqish.

**Yangi tovarni ishlab chiqish**-korxonaning o'z kuchi bilan sifati yaxshilangan va modifikatsiyalangan mahsulotlarni yaratish jarayoni.

## ADABIYOTLAR RO'YXATI

**I. O'zbekiston Respublikasi qonunlari, Vazirlar mahkamasining qarorlari, Prezident farmonlari, qarorlari, farmoyishlari va I.A. Karimov asarlari.**

1.1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. -Т.: "Ўзбекистон", 2003.

1.2. Ўзбекистон Республикасининг «Тадбиркорлик ва тадбиркорлик фаолиятининг кафолатлари тўғрисида» ги қонуни. 1999 йил 14 апрель.

1.3. «Тўғридан тўғри хорижий инвестицияларни жалб этишни рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида». Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 11 апрелдаги ПФ 3594- сон Фармони // Халқ сўзи газетаси, 2005 йил 12 апрел.

1.4. «Бозор ислохотларини чуқурлаштириш ва иқтисодиётини эркинлаштириш соҳасидаги устувор йўналишлар амалга оширилишини жадаллаштириш чора тадбирлари тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 14 июндаги ПФ 3618- сон Фармони.

1.5. «Тадбиркорлик субъектларини ҳуқуқий ҳимоя қилиш тизимини янада такомиллаштириш чора тадбирлари тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 14 июндаги ПФ 3619-сон Фармони // Халқ сўзи газетаси, 2005 йил 15 июн.

1.6. «Микрофирмалар ва кичик корхоналарни ривожлантиришни рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора тадбирлар тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 20 июндаги ПФ 3620- сон Фармони // Халқ сўзи газетаси, 2005 йил 21 июн.

1.7. «Тадбиркорлик субъектларини текширишни янада қисқартириш ва унинг тизимини такомиллаштириш чора тадбирлари тўғрисида». Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 5 октябрдаги ПФ – 3665-сон Фармони // Халқ сўзи газетаси, 2005 йил 6 октябр.

1.8. «Тадбиркорлик фаолияти юритиш учун рухсатнома турларини қисқартириш ва уларни бериш тартиб – қоидаларини соддалаштириш тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 21 сентябрдаги ПҚ – 186 сон қарори.

1.9. «Тадбиркорлик субъектлари томонидан тақдим этиладиган ҳисобот тизимини такомиллаштириш ва уни ноқонуний талаб этганлик учун жавобгарликни кучайтириш тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 15 июндаги ПҚ – 100 – сон қарори.

1.10. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Бозорни истеъмол товарлари билан тўлдиришни рағбатлантириш ҳамда ишлаб чиқарувчилар ва савдо ташкилотларининг ўзаро муносабатларини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 2002 йил 13 ноябрдаги 390-сонли қарори.

1.11. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Тижорат фаолияти учун мўлжалланган товарларни олиб келувчи жисмоний шахсларни рўйхатдан ўтказишни тартибга солиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 2004 йил 12 августдаги 387-сонли қарори.

1.12. Каримов И.А. Бизнинг бош мақсадимиз — жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир. — Т.: «Ўзбекистон», 2005.

1.13. Каримов И.А. Инсон, унинг ҳуқуқи ва эркинликлари ҳамда манфатлари — энг олий қадрият. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Ўзбекистон Республикаси Конситуциясининг 13 йиллигига бағишланган тантанали маросимда сўзлаган маърузаси. // Халқ сўзи 2005, 8 декабр.

1.14. Каримов И.А. Ўзбекистон демократик тараққиётининг янги босқичида — Т.: «Ўзбекистон», 2005.

1.15. Каримов И.А. Эришилган ютуқларни мустақамлаб янги марралар сари изчил ҳаракат қилишимиз лозим. // Халқ сўзи. — 2006, 11 феврал.

## **2. Mahalliy darsliklar, o'quv qo'llanmalar va ma'ruza matnlari.**

2.1. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н., Мухиддинова У.С. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: «Ўқитувчи», 2003.

2.2. Ходиев Б.Ю., Самадов Ф., Юсупов М.С., Мелибоев Ш.А., Ишмуродов С.Т. Кичик тадбиркорлик асослари.-Т.: «Консаудит», 2004.

2.3. Ходиев Б.Ю., Самадов Ф., Юсупов М.С., Мелибоев Ш.А., Ишмуродов С.Т. Кичик тадбиркорлик менежменти.-Т.: «Консаудит», 2004.

2.4. Ходиев Б.Ю., Ишмуродов С.Т., Самадов Ф., Юсупов М.С., Мелибоев Ш.А. Кичик тадбиркорлик маркетинги.-Т.: «Консаудит», 2004.

2.5. Ходиев Б.Ю., Самадов Ф., Юсупов М.С., Мелибоев Ш.А., Ишмуродов С.Т. Кичик тадбиркорлик молиявий менежменти.-Т.: «Консаудит», 2004.

2.6. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида 1-қисм.

А. Бекмуродов, М. Болтабаев, Б. Ғойибназаров, М. Тошхўжаев. Макроиқтисодий сиёсат ва иқтисодий ислохотлар. -Т.:ТДИУ, 2005.

2.7. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида 2-қисм.



А. Бекмуродов, Р. Хакимов, Б. Сафаров, Г. Захидов. Қишлоқ хўжалигида иқтисодий ислоҳотлар ва фермерлик ҳаракати. -Т.: ТДИУ, 2005.

2.8. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида, 3 – қисм. Бекмуродов А.Ш., Сатторов С. Тўраев Ж., Солиев К., Рўзиев С. Кичик бизнес ва тадбиркорлик ривожини – давр талаби. - Т.: ТДИУ, 2005.

2.9. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида 4-қисм А.Бекмуродов, Р.Тожиев, Х. Курбонов, М. Алимардонов. Молия ва банк тизимидаги ислоҳотлар самараси.-Т.: ТДИУ, 2005.

2.10. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида 5-қисм.

А. Бекмуродов, Ш. Таиров, Э. Махмудов, М. Исаков, Н. Тўраев. Ташқи иқтисодий сиёсат: савдо ва инвестициялар оқимлари. -Т.: ТДИУ, 2005.

2.11. Ишмуродов С.Т. «Бизнес асослари» фанидан маъруза матни.-Т.: ТДИУ, 2005.

**3. Mustaqil davlatlar hamdo'stligi va Yevropa davlatlaridagi darsliklar, o'quv qo'llanmalar va ma'ruza matnlari.**

3.1. Eremenko A. Microsoft Business solutions-Alapta. 3.0/Feleksey Ermenenko, Ruslan Shashkov. -М.: Alpina Biznes Buks, 2005.

3.2. Кемпбелл К. Венчурный бизнес: новые подходы/Пер. с англ.-М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.

3.3. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учеб. пособие для ВУЗов/Под ред. Проф. В.Я.Горфинкеля, проф. В.А Швандара.-2е изд., пререб. И доп.-М.: ЮНИТИТИ- ДАНА, 2003.

3.4. Моррел Д. Как делать прогнозы в бизнесе. О руководство для предпринимателей/Перевод с англ. М.: НИППО, 2004.

3.5. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса: Учеб. пособ. 3 –е изд., перераб. И доп.-М.: Дело, 2004.

3.6. Просчеты в международном бизнесе. Пер. с англ.: Издательский дом «Вильямс», 2004.

3.7. Сборники бизнес-планов: С рекомендациями и комментариями: Учебно-методическое пособие. Под ред. Д-ра экон. наук, проф. В.М.Попова и д-ра экон. Наук С.И. Ляпунова.- 5-е изд., перераб.-М.: КНОРУС, 2004.

3.8. Хеников С.Ю. Реинжиниринг бизнес-процессов. Экспериментальное моделирование, управление, планирование и оценка.-М: «Ось-89», 2004.

#### **4. Mahalliy, Mustaqil davlatlar hamdo'stligi va Evropa davlatlaridagi monografiya, jurnallaridagi ilmiy maqolalar.**

4.1. Ахунова Г.Н. Ўзбекистонда таълим хизматлари маркетинги муаммолари. –Т.: Иқтисод ва молия, 2005. Монография.

4.2. Файзиев А. Кичик тадбиркорлик субъектлари учун имтиёзлар./ Солиқ тўловчининг журнали. № 8, 2005.

4.3. Қодиров М. Иқтисодий салоҳият ифодаси. / Солиқ тўловчининг журнали. № 4, 2005.

#### **5. Foydalanilgan doktorlik va nomzodlik dissertatsiyalari.**

##### Ўзбекистон Республикасида химоя қилинганлари

5.1. Кенжабоев А.Т. Тадбиркорлик фаолиятида ахборотлаштириш миллий тизимини шакллантириш муаммолари. Докторлик диссертацияси. ТДИУ, 2005.

5.2. Яхшибоев Г.К. Ўзбекистон Республикасида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни молиявий таъминлаш масалалари. Номзодлик диссертацияси. Тошкент. Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат ва Жамият қурилиши Академияси, 2005.

#### **6. Foydalanilgan magistrlik dissertatsiyalari va bitiruv malakaviy ishlari.**

##### Магистрлик диссертацияси

6.1. Хаджаев А.А. Тадбиркорликни маркетинг тамойиллари асо-сида ривожлантириш масалалари -Т.: ТДИУ, 2005.

6.2. Отабоев В.Т. Кичик бизнесни ривожлантиришда маркетинг тамойилларидан фойдаланишни такомиллаштириш. -Т.: ТДИУ, 2005.

##### Битирув малакавий ишлари

6.3. Юлдашев А. Кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришда маркетинг тамойилларидан фойдаланиш самарадорлиги. -Т.: ТДИУ, 2005.

#### **7. Xalqaro anjumanlar materiallari.**

7.1. Абдукаримов Б. Эргашев Б. Кичик ва хусусий тадбиркорлик корхоналарида маркетинг фаолиятини самарали ташкил этиш. Илмий- амалий анжуман маърузалар тезислари. – Т.: ТДИУ, 2005 йил март.

#### **8. Me'yoriy hujjatlar.**

8.1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1999 йил 5 февралдаги 54-сон қарори билан тасдиқланган маҳсулот (ишлар, хизматлар)ни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатларининг таркиби ҳамда молиявий натижаларни шакллантириш тартиби тўғрисидаги НИЗОМ.

8.2. Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлигининг 27.12.2002

йилдаги 140-сон буйруғи. Молиявий ҳисобот шакллари тўлдириш бўйича ҚОИДАЛАР.

## **9. Pedagogik va axborot texnologiyalar bo'yicha o'quv adabiyotlar, uslubiy ko'rsatmalar.**

9.1. Составитель Л.В. Голиш – кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Педагогика и психология» ТГЭУ. Учебное пособие «Технологии обучения на лекциях и семинарах в экономическом вузе» из серии «Технология обучения в экономическом образовании».-Т.:ТДИУ, 2005.

9.2. Ходиев Б.Ю. Олий иқтисодий таълим тизими учун замонавий ўқув адабиётлар яратиш: янги стандарт талаблари, тузилиши, мазмуни.-Т.:ТДИУ, 2005.

## **10. Statistik to'plamlar, internet yangiliklari, veb-saytlar**

10.1. Промышленность республики Узбекистан 2004:статистический сборник. – Т.: Госкомитет РУ по статистике, 2005.

10.2. Ўзбекистон Республикасининг 2004 йилдаги ижтимоий иқтисодий ривожлантириш бўйича яқунлари. – Т.: Статистика давлат қўмитаси, 2005.

### **10.3. Internet veb-saytlari:**

Rambler-http ://www/rambler, ru;

www.uzex.com

www.akvatex.com

www.edu.uz

www.ziyo.edu.uz

www.ec.edu.uz

www.uzvt.uz

KIRISH .....	5
<b>I BOB BIZNES ASOSLARI KURSINING MOHIYATI AHAMIYATI VA OBYEKTIV ZARURLIGI</b> .....	8
1.1. Biznes tushunchasi va uning mohiyati .....	8
1.2. Biznesning iqtisodiyotda tutgan o'ri .....	11
1.3. Biznes rivojiga ta'sir etuvchi omillar .....	14
1.4. O'zbekistonda biznesni shakllantirish va rivojlantirish. ....	16
Qisqacha xulosalar .....	18
Nazorat va muhokama uchun savollar .....	19
Asosiy adabiyotlar .....	19
<b>II BOB BOZOR TIZIMIDA BIZNES VA RAQOBAT TUSHUNCHALARI</b> .....	21
2.1. Bozor tushunchasi va bozorning funksiyalari .....	21
2.2. Bozorning turlari .....	24
2.3. Raqobat tushunchasi va raqobat strategiyasi. ....	26
2.4. Biznes subyektlariga xizmat ko'rsatuvchi institutsional va bozor infratuzilmalarni shakllantirish. ....	31
Qisqacha xulosalar .....	35
Nazorat va muhokama uchun savollar .....	35
Asosiy adabiyotlar .....	35
<b>III BOB BIZNES FAOLIYATINI TASHKIL ETISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI</b> .....	37
3.1. Biznesni tashkil etish tartibi .....	37
3.2. Biznesni tashkil etishning xususiyatlari va ularning mazmuni .....	44
3.3. Kichik biznesni davlat tomonidan tartibga solish va qo'llab-quvvatlash shakllari va usullari ....	47
3.4. Biznesni davlat tomonidan moliyaviy qo'llab-quvvatlash. ....	51
3.5. Biznesni qayta tashkil etish va yopish tartibi. ....	53
Qisqacha xulosalar .....	54
Nazorat va muhokama uchun savollar .....	54
Asosiy adabiyotlar .....	55
<b>IV BOB BIZNESDA MULK TUSHUNCHASI VA MULKCHILIK SHAKLLARI</b> .....	56
4.1. Mulk shakllarining turlari va tarkibi. ....	56
4.2. Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish jarayoni. ....	58
4.3. Tadbirkorlik shakllari va raqobatning kuchayishi. ....	59
4.4. Biznes faoliyati shakllari. ....	61
Qisqacha xulosalar .....	65
Nazorat va muhokama uchun savollar .....	65
Asosiy adabiyotlar .....	65
<b>V BOB BIZNES FAOLIYATINI TAHLIL ETISH VA REJALASHTIRISH</b> .....	67
5.1. Biznes faoliyatini iqtisodiy tahlil qilish asoslari. ....	67
5.2. Biznes faoliyatini rejalashtirish usullari .....	72
5.3. Biznes-rejaning iqtisodiy mohiyati, mazmuni, asosiy bo'limlari .....	75
Qisqacha xulosalar .....	77
Nazorat va muhokama uchun savollar .....	77
Asosiy adabiyotlar .....	77
<b>VI BOB BIZNESNI BOSHQARISH NAZARIYASI</b> .....	79
6.1. Biznesda boshqaruvning vujudga kelishi va rivojlanishi .....	79
6.2. Biznes faoliyatida boshqaruv elementlari .....	81
6.3. Biznes faoliyatida boshqaruv an'anasi .....	82
6.4. Boshqaruvning tashkiliy tuzilishi, tashkiliy tuzilmalarning turlari va elementlari .....	84

<i>Qisqacha xulosalar</i> .....	86
<i>Nazorat va muhokama uchun savollar</i> .....	86
<i>Asosiy adabiyotlar</i> .....	87
<b>VII BOB BIZNESNING MOLIVAVIY FAOLIYATI VA KREDIT BILAN TA'MINLASH SHAKLLARI</b> .....	88
7.1. <i>Biznes faoliyatida moliyaning mohiyati va ahamiyati</i> .....	88
7.2. <i>Kredit turlari va kredit operatsiyalarini sug'urta qilish</i> .....	91
7.3. <i>Qimmatli qog'ozlar, ularni tushunchasi va ahamiyati</i> .....	92
7.4. <i>Biznesda moliyaviy holatni tahlil qilish va moliyaviy qaror qabul qilish asoslari</i> .....	95
<i>Qisqacha xulosalar</i> .....	98
<i>Nazorat va muhokama uchun savollar</i> .....	99
<i>Asosiy adabiyotlar</i> .....	99
<b>VIII BOB BIZNESNI BANK, SOLIQ VA AUDIT BILAN ALOQALARI</b> .....	100
8.1. <i>Biznes faoliyatini rivojlantirishda tijorat banklarining o'рни va ahamiyati</i> .....	100
8.2. <i>Biznes faoliyatida soliqlar va ularning ahamiyati</i> .....	101
8.3. <i>Soliqqa tortish mexanizmi, nazariyasi va elementlari</i> .....	102
8.4. <i>Biznesda audit va auditorlik taftishini o'tkazish tartibi</i> .....	103
<i>Qisqacha xulosalar</i> .....	106
<i>Nazorat va muhokama uchun savollar</i> .....	106
<i>Asosiy adabiyotlar</i> .....	107
<b>IX BOB BIZNESDA TAVAKKALCHILIK (RISK) NI BOSHQARISH</b> .....	108
9.1. <i>Tavakkalchilik va xavf turlari</i> .....	108
9.2. <i>Tavakkalchilik turlari</i> .....	111
9.3. <i>Tavakkalchilikni boshqarish</i> .....	113
<i>Qisqacha xulosalar</i> .....	117
<i>Nazorat va muhokama uchun savollar</i> .....	117
<i>Asosiy adabiyotlar</i> .....	117
<b>X BOB BIZNESNI AXBOROT BILAN TA'MINLASH</b> .....	119
10.1. <i>Biznesda axborotlarning ahamiyati va ularning turlari</i> .....	119
10.2. <i>Biznesning axborot tizimi</i> .....	121
10.3. <i>Biznesni axborot bilan ta'minlashni tashkil etish</i> .....	125
<i>Qisqacha xulosalar</i> .....	129
<i>Nazorat va muhokama uchun savollar</i> .....	129
<i>Asosiy adabiyotlar</i> .....	130
<b>XI BOB BIZNES PSIXOLOGIIYASI</b> .....	131
11.1. <i>Biznesda rahbar faoliyatining ruhiy-psixologik xususiyatlari mazmuni</i> .....	131
11.2. <i>Biznesda rahbarning nutq madaniyati</i> .....	135
11.3. <i>Rahbar faoliyatida mojorali holatlar va ularni hal etish usullari</i> .....	137
<i>Qisqacha xulosalar</i> .....	139
<i>Nazorat va muhokama uchun savollar</i> .....	139
<i>Asosiy adabiyotlar</i> .....	140
<i>Fan bo'yicha yangi pedagogik texnologiya</i> .....	141
<b>IZOHLI LUG'ATLAR</b> .....	147
<b>ADABIYOTLAR RO'YXATI</b> .....	151
<b>MUNDARIJA</b> .....	156

## CONTENS

<b>INTRODUCTION</b> .....	5
<b>PART-I Essence, importance &amp; objective necessity of bases of business course</b> .....	8
1.1. Conception & essence of business. ....	8
1.2. Role of business in economy. ....	11
1.3. Factors affecting the development of business. ....	14
1.4. Formation & development of business in Uzbekistan. ....	16
Brief conclusions .....	18
Questions for discussion and control .....	19
Main literature .....	19
<b>PART-II Conception of business &amp; competition in market system.</b> .....	21
2.1. Conception of market and its functions. ....	21
2.2. Types of market. ....	24
2.3. Conception of competition and strategy of competition. ....	25
2.4. Forming institutional & market infrastructures which serve to business subjects. ....	31
Brief conclusions .....	35
Questions for discussion and control .....	35
Main literature .....	35
<b>PART-III Properties of making business activity.</b> .....	37
3.1. Procedure of making business. ....	37
3.2. Properties of making business and their meaning. ....	44
3.3. Types & methods of regulating & supporting small-scale business by state. ....	47
3.4. Financial support of business by state. ....	51
3.5. Procedure of remaking and ending business. ....	53
Brief conclusions .....	54
Questions for discussion and control .....	54
Main literature .....	55
<b>PART-IV Conception of estate in business and types of estates.</b> .....	56
4.1. Types, importance & composition of estates. ....	56
4.2. Process of privatization. ....	58
4.3. Forms of entrepreneurship and increasing of competition.....	59
4.4. Forms of business activity. ....	61
Brief conclusions .....	65
Questions for discussion and control .....	65
Main literature .....	65
<b>PART-V Analysing and planning business activity.</b> .....	67
5.1. Bases of economic analysing of business activity. ....	67
5.2. Methods of planning business activity. ....	72
5.3. Economic essence, meaning, main parts of business-plan and control of its execution....	75
Brief conclusions .....	77
Questions for discussion and control .....	77
Main literature .....	77
<b>PART-VI Development of management theory in business.</b> .....	79
6.1. Origination and development of management in business. ....	79
6.2. Elements of management in business. ....	81

6.3. Tradition of management in business.....	82
6.4. Organizational structure of management, types & elements of organizational structures.....	84
Brief conclusions.....	86
Questions for discussion and contro.....	86
Main literature.....	87
<b>PART-VII Financial activity of business and types of providing with credit.....</b>	<b>88</b>
7.1. Essence & importance of finance in business.....	88
7.2. Types of credit and insurance of credit operations.....	91
7.3. Securities, their conception & importance.....	92
7.4. Analysing financial position in business and bases of taking financial decisions.....	95
Brief conclusions.....	95
Questions for discussion and control.....	98
Main literature.....	99
<b>PART-VIII Relationships of business with bank, tax &amp; audit.....</b>	<b>100</b>
8.1. Role & importance of commercial banks in developing business activity.....	100
8.2. Taxes in business activity and their importance.....	101
8.3. Mechanism, theory & elements of taxation.....	102
8.4. Audit in business and procedure of auditing.....	103
Brief conclusions.....	106
Questions for discussion and control.....	106
Main literature.....	107
<b>PART-IX Risk management in business.....</b>	<b>108</b>
9.1. Types of risk & threads.....	108
9.2. Importance of risk & threads.....	111
9.3. Risk management.....	113
Brief conclusions.....	117
Questions for discussion and control.....	117
Main literature.....	117
<b>PART-X Providing business with information.....</b>	<b>119</b>
10.1. Importance of information in business and their types.....	119
10.2. Information system of business.....	121
10.3. Providing business with information.....	125
Brief conclusions.....	129
Questions for discussion and control.....	129
Main literature.....	130
<b>PART-XI Psychology of business.....</b>	<b>131</b>
11.1. Meaning of psychological properties of manager activity in business.....	131
11.2. Standard of speech of manager in business.....	135
11.3. Conflict situations in manager activity and methods of solving them.....	137
Brief conclusions.....	139
Questions for discussion and control.....	139
Main literature.....	140
<b>New technology.....</b>	<b>141</b>
<b>Glossary.....</b>	<b>147</b>
<b>List of literatures.....</b>	<b>151</b>
<b>CONTENS.....</b>	<b>158</b>

**S.T. ISHMURODOV**

# **BIZNES ASOSLARI**

***O'quv qo'llanma***

**Nashr uchun mas'ul:**

O'zbekiston Yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi direktori  
Qurbonmurod Jumayev

**Muharrirlar:**

F. Hayitov, Z. Yuldashyev

**Musavvir va texnik muharrir:**

A. Mamasoliyev, N. Ortiqov, Sh. Tojiyev

**Musahhihlar:**

Sherzod Irzoyev, Mahfuza Aminjonova

**Kompyuterda sahifalovchi:** N. Talipova, Sh. Tojiyev

Terishga berildi 04.10.2005 y. Bosishga ruxsat etildi 20.11.2005 y.

Qog'oz formati 60x84  $\frac{1}{16}$ . Ofset bosma usulida bosildi.

Nashr bosma tobog'i 10,0. Nusxasi 500.

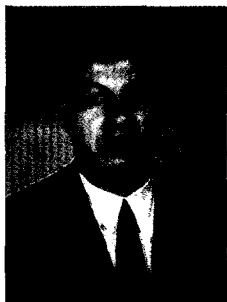
Buyurtma № 159

O'zbekiston Yozuvchilar uyushmasi Adabiyot  
jamg'armasi nashriyoti, 700000, Toshkent,  
J-Neru ko'chasi, 1-uy.

«AVTO-NASHR» sho'ba korxonasi  
bosmaxonasida chop qilindi.

7000005, Toshkent shahri, 8-mart ko'chasi, 57-uy.





**Ishmurodov Sarvar Toshmamatovich** — 1995 yilda Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universitetini tamomlagan. 1998-1999 yillarda O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat va jamiyat qurilishi akademiyasi magistri.

1999 yilda TDIUning “Moliya va soliqqa tortish” kafedrasiga assistent bo‘lib pedagogik faoliyatini boshlagan.

Hozirgi kunda Xalqaro biznes fakultetining “Marketing” kafedrasida katta o‘qituvchi bo‘lib mehnat qilmoqda.