

**O'ZBYOKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA URTA MAXSUS TA'LIM
VAZIRLIGI**



**BUXORO OZIQ-OVQAT VA ENGIL SANOAT
TEXNOLOGIYASI INSTITUTI**

"Marketing" kafedrası

TADBIRKORLIK ASOSLARI

**"Biznes va boshqaruv" fakul'tetining Kasb ta'limi (Menejment, Marketing va
Iqtisodiyot) yunalishlari bakalavrlari uchun**

MA`RUZALAR MATNI

BUXORO - 2007 y

Takrizchilar:

Xamroev X.R. Buxoro Davlat Universiteti
Iqtisodiyot kafedrası dotsenti.

Abdullaev A.A. Menejment kafedrası dotsenti

To'zuvchi: dotsent Ro'zieva D.I.
assistent, Toshev F.Z.

Ma'ro'zalar matni "Marketing" kafedrasining yigilishida (bayonnoma N __ __. 11. 2007 y.) ko'rib chikildi va Buxoro OO va ESTI uslubiy kengashi (bayonnoma N__ _____ yil) karoriga asoslanib chop etishga tavsiya etildi.

A N N O T A T S I Y A

Mazkur ma'ro'zalar matni "Tadbirkorlik asoslari" fanining namunaviy va ishchi dasturlarida keltirilgan mavzular asosida yoritilgan bo'lib, bunda tadbirkorlikni rivojlantirishning tashkiliy xuquqiy shakllari, uning asoslari, tadbirkorlikni rivojlantirishning nazariy asoslari, tijorat faoliyati doirasida yoki tadbirkorlik muxitida yozaga kelgan tashkiliy muammolari batafsil yoritib berilgan. Tadbirkorlik, tijorat soxasida xujalik sub`ektlarini tashkiliy jixatdan to'g'ri rasmiylashtirilishi, noaniq xavf-xatar va tavakkalchilik sharoitida tadbirkorlikning strategiyasi va taktikasini tanlash yullari ko'rsatib o'tilgan.

Keltirilgan masalalar O'zbyokiston Respublikasining xududiy o'ziga xos xususiyatlari xamda xo'jalik faoliyatining ayrim soxalari, mulkchilik va xujalik yuritish shakllarini xisobga olgan xolda ko'rib chiqilgan.

Ushbu ma'ruzalar matni barcha kasb ta'limi (iqtisodiyot, marketing, menejment) yo'nalishida ta'lim olayotgan bakalavrlarga mo'ljallangan.

MUNDARIJA

KIRISH

1-MAVZU. "TADBIRKORLIK VA TIJORAT ASOSLARI" FANINING PREDMETI VA O'RGANISH USULLARI.....

2-MAVZU: TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILY XUQUQIY SHAKLLARI

3-MAVZU: TADBIRKORLIK FAOLIYATINI DAVLAT TOMONIDAN XIMOYA KILINISHI.....

4-MAVZU: TADBIRKORLIK TAVAKKALCHILIGI VA UNI SUGURTA QILISH USULLARI. TIJORAT XUQUQI ASOSLARI

5-MAVZU: TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TASHKIL ITILISHINING ASOSIY BOSKICHLARI VA UNI RIVOJLANTIRISHDA KICHIK BIZNESNING O'RNI.

6-MAVZU: TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA BIZNES REJA.....

7-MAVZU: TADBIRKORLIK TO'ZILMALARINING TASHKILY TO'ZILISHI VA KADRLAR STRATEGIYASI.....

8-MAVZU: TADBIRKORLIK FAOLIYATINING MOLIYAVIY XOLATI.....

9-MAVZU: TADBIRKORLIKDA MARKETING FAOLIYATINING ASOSIY YUNALISHLARI .

KIRISH

Bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida biznesga, yorqin tadbirkorlikka asoslangan iqtisodi shakllanadi. Biznesning eng asosiy unsuri tadbirkorlikdir.

O'zbyokiston Respublikasida tadbirkorlik faoliyatiga va uni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashga katta e'tibor berilmokda. O'zbyokiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov "Tadbirkorlikni faol qo'llab-quvvatlashga aloxida e'tibor berilishi lozim", ayniqsa "Biz kichik biznesga, xuquqiy tadbirkorlikka nisbatan respublikamizni itisodiy jixatdan jadal rivojlantirishni ta'minlaydigan omil deb qaramog'imiz lozim", deb ta'kidlaydilar.

1995 yil 21 dekabrda O'zbyokiston Respublikasi Oliy majlisi sessiyasida qabul qilingan, "Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish to'g'risida"gi qonunda tadbirkor va ishbilarmonlar uchun yanada kuprok imtiyozlar va kafolatlar berildi. Bu o'z navbatida tadbirkorlar va ishbilarmonlarning ishchanligini yanada faollashtirishga, mamlakat yalpi milliy maxsuloti xajmini oshirishga inflyatsiya jarayonlarini syokinlashtirishga iqtisodiyotni barkarorlashtirish va rivojlantirishga imkoniyat yaratadi.

Bu fan muayyan iqtisodiy fanlar bilan: korxonalarda ishlab chiqarishni rejalashtirish, menejment, boshqaruv faoliyati asoslari, buxgalterlik xisobi, moliya va kredit, statistika, rejalashtirishning iqtisodiy-matematik usullari kabi kuplab fanlar bilan chambarchas bog'lik. Ushbu fanning vazifasi iqtisodiy bilimlarning amaldagi yutuqlaridan tadbirkorlik faoliyatida maksadga muvofiq foydalanio, uning natijasida kichik korxonalarning samaradorligini oshirish, jaxon bozoriga raqobatbardosh, sifatli turli xildagi maxsulotlarni etkazib berishni ta'minlash va xalk farovonligini oshirishdir.

Bu yunalishda zarur bulgan moddiy texnika bazani "Tadbirkorlik asoslari" fani orkali olish mumkin. shu sababli talabalarga "Tadbirkorlik asoslari" fani 18 soat ma'ro'za va 18 soat amaliyot mashg'ulot shaklida o'quv rejasiga kiritilgan.

I - MAVZU. TADBIRKORLIK ASOSLARI FANINING PREDMETI VA O'RGANISH USULLARI/

REJA

1. Tadbirkorlik va biznes haqida tushuncha.
2. Tadbirkorlik predmeti, uning turlari, sub`ektlari, shakllari va uning taraqqiyot topish yo`nalishlari.
3. Tadbirkorlikning xuquq va majburiyatlari va uning davlat tomonidan qo`llab-quvvatlanishi.
4. Mulkiy javobgarlik va tadbirkorlik faoliyatining to`xtatilishi.
5. Xo`jalik yurituvchi sub`ektlar faoliyatini davlat tomonidan yo`lga solish va nazorat kilish chora tadbirlari.

FOYDALANILGAN ADABIETLAR RO'YXATI

1. Karimov I.A. O`zbyokiston XXI asrga intilmokda. O`zbyokiston.T-1999 yil.
2. Karimov I.A. O`zbyokiston iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo`lida. O`zbyokiston. Toshkent 1998 yil.
3. Gulomov S.S. Tadbirkorlik va kichik biznes. O`zbyokiston.T-1997 yil.
4. Yo.Abdullaev, F.Karimov "Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari" Toshkent "Mehnat" 2000 yil.
5. Tadbirkorlik va kichik biznes. Gulomov S.S. Toshkent 2000 y.
6. Tadbirkor yon daftari "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik". Toshkent 1999 y.
7. Muxiddinov D.M. Hamroqulov O.M. va boshqalar "Tadbirkorlik asoslari " fanidan o`quv qo`llanma, Buxoro 2002 yil "Muallif"

TADBIRKORLIK VA BIZNES HAQIDA TUSHUNCHA

Tadbirkorlik faoliyati bozor xo`jaligining ajralmas qismi qisoblanadi. Tadbirkorlik tarixi juda o`zoq o`tmishga borib taqalsada, uning qozirg`i zamon tushunchasi kapitalizmning vujudga kelishi va rivojlanishi davrida shakllanadi.

Burjua klassik siyosiy iqtisodida "Tadbirkorlik" tushunchasi XVIII asrda paydo buldi va ko`pincha "Mulkdor" iborasi bilan bir xil tushunilgan. Xususan A.Smit tadbirkorlikni foyda olish uchun qandaydir tijorat g`oyasini amalga oshirish maqsadini ko`zlab tavakkalchilik bilan ish ko`ruvchi mulkdor deb xarakterlaydi. U o`zini ishlab chiqarishni tashkil qiladi, rejalashtiradi, uning natijalariga egalik qiladi.

Keyinchalik real xo`jalik hayotida qatnashuvchi kapitalning mulkdor kapitaldan ajralib chiqishi natijasida "tadbirkorlik" tushunchasi "mulkdor" tushunchasiga to`g`ri kelmay qoladi .

J.B. Sey tadbirkorlikni ancha keng ta`riflaydi. Uning fikricha, tadbirkor eng ko`p mahsulot olish maqsadida ishlab chiqarish omillarini bir-biriga uyg`unlashtirish ishlari bilan shug`ullanuvchi iqtisodiy gumashta (agent). Avstriya maktabining ko`zga ko`ringan namoyondalari (I.SHumleyter, F.Xayeka) asarlarida tadbirkor xo`jalik yurituvchining o`ziga xos ijtimoiy psixologik tipi shaklida talqin qilinadi. Ular uchun asosiysi turli-tuman bozor imkoniyatlarini tahlil qilish va foydalanish, navotorlik g`oyalarini amalga oshirish va x.k. Masalan, I.SH.SHumleyter tadbirkorlik bu ish turi emas, balki tabiatan aql to`zilishi va xossasi deb hisoblaydi.

Hozirgi zamon g`arb adabiyotida ham tadbirkorlik foyda olish maqsadini ko`zlab xo`jalik yuritish san`ati, iqtisodiy va tashkiliy ijodkorlik, tashabbusning yorqin namoyon

bo'lishi, navotorlik, xavf-xatarga doim tayer bo'lish va shu kabi ko'p qrrali tomonlari bilan qaraladi.

Hozirgi kunda bizning iqtisodiy tafakkurimizning aniqrog'i boshqarish nazariyasi ham adbirkorlik faoliyatini shunday tushunish tomon bormokda. SHu bilan birga tovar, raqobatli xo'jalik to'qilishi sharoitida ishlab chiqarishni tashkil qilish va boshqarish to'g'risida gap ketganda, so'zsiz shaxsiy mahorat, zexn, qiziqish asosiy rol' o'ynaydi. SHu sababli bizning respublikada tadbirkorlikka yo'l ochuvchi va uning sub'ektlari xuquq va majburiyatlari tartibga soluvchi birinchi qonuniy hujjatda bu faoliyat turli mulkiy mas'uliyat ostida foyda olish uchun fuqoro uyushmalarining mustaqil tashabbuskorlik faoliyati sifatida ta'riflanadi.

Aniqroq aytganda tadbirkorlik-mulk sub'ektlarining foyda olish maqsadida tahlika (tavakkalchilik) bilan hamda mulkiy javobgarlik asosida, amaldag'i qonunlar doirasida o'z tashabbusi bilan iqtisodiy faoliyat ko'rsatish va uni muvofio'lashtirish.

Bunda tadbirkorlikning sof kapitalistik ekspluatatorlik mohiyatiga olib keluvchi, an'anaviy sinfiy xarakteristikasi emas, balki inson faoliyatining shu sohadagi funktsional vazifasi, uning jamiyatda tutadigan o'rni va ijtimoiy roli ko'zda tutiladi.

Tadbirkor bozordagi ehtiyoj yoki istakni qondirish imkoniyatlarini oldindan ko'ra oladi va ularni qondirish niyatida zarur bo'lgan sarmoyalarni jalb qiladi, ishchi kuchi va ishlab chiqarish vositalarini ishlab chiqarish jarayonida birlashtiradi.

Agar tadbirkorlik faoliyati uning maqsadi va vazifalari tomonidan yondashilib talqin qilinsa, u avvalo bozor xo'jaligi iqtisodiy manfaatlarini amalga oshiruvchi gumashta sifatida gavdalanadi.

Yanada aniqroq ma'noda u bozor iqtisodietining alohida bug'inlarida takror ishlab chiqarish borasida xizmat qiluvchi va faoliyat ko'rsatuvchi tashkiliy-iqtisodiy, moliyaviy, xuquqiy va boshqa xo'jalik munosabatlarining majmuidir. Ishlab chiqarish jarayonida foydalanadigan mulk va boshqa boyliklar tadbirkorlik faoliyatisiz o'zini iqtisodiy jixatdan to'la namoyon qilmaydi va shubhasiz, tovar ishlab chiqaruvchilarga etarli daromad keltirmaydi. SHu sababli tadbirkorlik obrazli qilib aytganda, har bir xo'jalik bug'inlari hayotiy faoliyatini saqlab turuvchi va "buyumlarni ijtimoiy ayirboshlashni ta'minlovchi bozor xo'jaligining qon aylanishi sistemasidir".

Tadbirkor-bu dadil, muhim va murakkab maqsadlarni ryobga chiqarishga jazm etib, yangi qoyalarni amalga oshirish bilan bog'liq butun mas'uliyatni o'z zimmasiga olib tavakkal ish brituvchi shaxsdir.

Tadbirkorlik- bu mulkchilik sub'ektlarini foyda olish maqsadida tavakkal qilib va mulkiy javobgarlik asosida amaldagi qonunlar doirasida tashabbus bilan iqtisodiy faoliyat ko'rsatishidir.

Biznes- bu puldan pul keltirib chiqarishdir. P-T-P ya'ni ruxsat etilgan, jamiyat a'zolariga naf keltiruvchi faoliyat bilan shug'llanib, pul, daromad topishni bildiradi.

Tadbirkorlikning biznesdan farqi

Tadbirkorlik	Biznes
Tashabbuskorlik, uddaburonlik, epchillik, ijodiy faoliyatda izlanuvchanlik;	Faoliyatni tiklashga, erishgan yutuqni mustaxkamlashga intilish
Ўз ғоясига эга киши	Foyda keltiruvchi faoliyatga ega qilish
Boshlang'ich kapitalga ega bo'lmasligi ham mumkin	Kapitalga ega qilish
Tavakkalga moyil, ijodkor, iqtidorli kishi	Barqarorlikka intiluvchi, fikirlash va hatti-harakatida konservator, menejer mahorati bor kishi.
Tadbirkorlik foydasini olish	Kapital daromadini olish
Hayoda kamdan-kam uchraydi	Hayotda tez-tez uchraydi.

Genri Fordning fikri Tadbirkor-bu o'zining mustaqil qoyasiga ega bo'lgan kishidir.

Amerikaliklar tadbirkorlarni millatning "oltin fondi" deb ataydilar.

Tadbirkorlik faoliyati biznesning bir shakli sifatida namoyon bo'ladi. Tadbirkorlik biznesi- bu mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmatlar ko'rsatish orqali daromad topishni ko'zlovchi faoliyatdir.

"Tadbirkorlik to'g'risida" gi qonunga asosan tadbirkorlik fuharolarning foyda yoki shaxsiy daromad olishga yo'naltirilgan mustaqil, tashabbuskor faoliyati bo'lib, u fuqaroning o'z nomidan, o'zining tavakkalchiligi bilan, hamda o'zining yoki yuridik shaxsning (korxonaning) mulkiy javobgarlik asosida amalga oshiriladi. shunday qilib, tadbirkor to'la yoki qisman moddiy mablag'iga va moliyaviy resurslarga ega bo'lgan g'ayratli inson bo'lib, u ushbu resurslarni o'z ishini (biznesni) tashkil qilish uchun ishga soladi. Uning tomonidan bunyod etilgan kichik biznesning bir qismiga aylanadi.

2.TADBIRKORLIK PREDMETI, UNING TURLARI, SUBEKTLARI, SHAKLLARI VA UNING TARAQQIYOT TOPISH YUNALISHLARI.

Tadbirkorlik tushunchasining mazmuni uning to'rtta o'zaro bog'liq vazifasini aniqlash bilan ochiladi.

1.Tadbirkor o'ziga tovar ishlab chiqarishning yagona jarayonida, kapital va Mehnat resurslarini birlashtirish tashabbusini oladi. shubilan birga tadbirkor bir vaqtda ishlab chiqarishning harakatlantiruvchi kuchi va ishlab chiqarishni amalga oshirish uchun boshqa resurslarini bir joyga keltiruvchi vositachi hisoblanadi.

2.Tadbirkor biznesni yuritish jarayonida o'ziga asosiy qarorlar qabul qilishdek qiyin vazifani oladi, bu qarorlar korxonaning faoliyatining maqsadini aniqlab beradi.

3.Tadbirkor-bu yangi mahsulotlar, yangi ishlab chiqarish texnologiyasi yoki hatto biznesni tashkil qilishning yangi shakllarini tijorat asosida kiritishga xarakat qiluvchi tashabbuskor shaxs hisoblanadi.

4.Tadbirkor-taxlika (risk)ga boruvchi inson. Buni uning boshqa uchta vazifasini chuqur o'rganish ko'rsatadi. Bozor munosabatalariga asoslangan jamiyatda tadbirkorga foyda kafolatlanmagan. Uning sarflangan vaqti, kuchi va qobiliyati foyda yoki zarar bilan taqdirlanishi va hatto u sinishi hammumkin. qisqacha aytganda tadbirkor na faqat o'zining vaqti, Mehnati va ishchanlik layoqati, balki o'zi yoki o'z aksionerlari ishlab chiqarishga ko'ygan mablag'lar bilan tahlikaga boradi.

Tadbirkorlik ko'zatuvchi kuch daromad olish ishtiyoki bo'lib bu daromad ularga ishbilarmonlik firmalarini taraqqiy toptirish va o'z ishini kengaytirish, hamda unda ishlovchilarni moddiy rag'batlantirish uchun kerak bo'ladi. Ammo xorijiy rag'batlantirish uchun kerak bo'ladi. Ammo xorijiy tajribalarga ko'ra bu asosiy sabab hisoblanmaydi, balki, tadbirkorning daromad olmasdan, boshlangan ishini davom ettira olmasligi va korxonaning o'zidan o'zi taraqqiy tormasligi avvaldan ko'zda tutiladigan shart.

Tadbirkorlikning quyidagi turlari mavjud:

№	Tadbirkorlikni turlarga bo'lish belgilari	Tadbirkorlar guruxlari
1.	Yangi tovar yoki xizmatni loyixalashni tar\shkil etish bo'yicha tadbirkorlik	Innovasiya tadbirkorlari, ya'ni intellektual mulk egalari. Bu tadbirkorlar yangi tovar va xizmatlarni chiqarish jarayonlarinitakomillashtirish, ularni ishlab chiqarishga joriy qilish yo'zasidan ilmiy izlanishlarni olib boruvchi tadbirkorlar.
2.	Faoliyat yo'nalishi bo'yicha tadbirkorlik	Tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlar; tovarni sotish, qayta sotish va tijorat ishlarini tashkil etish bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlar

3.	Qanday vazifani bajarishi bo'yicha tadbirkorlar	Ishlab chiqarishni boshqaruvchi tadbirkorlar moliya va suurtta bilan shu?ullanuvchi tadbirkorlar, vositachilik bilan shu?ullanuvchi tadbirkorlar masla?at bilan shu?ullanuvchi tadbirkorlar
4.	Faoliyat turlarining` soni b'yyicha tadbirkorlik	Bitta sohadag`i tadbirkorlar k'yp sohadag`i tadbirkorlar
5.	Faoliyatning` murakkablig`i b'yyicha tadbirkorlik	Maxsus bilim talab ?ilmaydig`an faoliyat bilan shu?ullanuvchi tadbirkorlar; maxsus bilim talab ?ilinadigan faoliyat bilan shu?ullanuvchi tadbirkorlar; yu?ori texnolog`iya va nodir bilim talab ?iladig`an faoliyat bilan shu?ullanuvchi tadbirkorlar.
6.	Faoliyatning` tarmoq y'ynalishlari b'yyicha tadbirkorlik	Sanoat; ?ishlo? x'yjalig`i; ?irilish; Savdo va xizmat k'yrstish; Transport va bosh?a sektorlardag`i tadbirkorlar.

o'z ishini tashkil qilishda ustuvor sabab bo'lib, inson o'zining jamiyatdagi holati (mavqei)ni yaxshilash, o'zining va oilasining hayoti farovonligini oshirish uchun intilishi hisoblanadi. Tadbirkorlik faoliyatiga turtki bo'ladigan boshqa sabablar qatoriga shaxsning o'zini ko'rsatishga, xalqning moliyaviy resurslaridan bir qismini, qo'shimcha Mehnat va boshqa resurslarni xo'jalik jarayoniga jalb qilishga imkon borligi, fuqarolarning qonuniy ravishda o'z daromadlarini oshirishga, qo'shimcha daromad keltiruvchi faoliyat turi bilan astoydil shug'ullanishga imkon borligi, kabi omillarni qo'shish mumkin.

Kichik biznesda quyidagi tadbirkorlik shakllari mavjud:

- faoliyati yo'nalishi bo'yicha: ishlab chiqarish, tijorat, moliyaviy va innovatsion tadbirkorlik faoliyati;

- tadbirkorlikning qanday vazifani bajarishga yo'naltirilganiga qarab: ishlab chiqarishni boshqarish moliyalashtirish vositachilik va maslahatchilikka qaratilgan tadbirkorlik;

- faoliyat turlarining soni bo'yicha: bitta sohadagi va ko'p tarmoqli tadbirkorlik;

- faoliyat murakkabligi bo'yicha: maxsus bilim talab qilmaydigan, yuqori texnologiyaga va nodir bilimga asoslangan tadbirkorlik;

- faoliyatning tarmoq yunalishlari bo'yicha: sanoat, agrosanoat, qishloq xo'jaligi, kurilish va boshqa xalq xo'jaligi tarmoqlaridagi tadbirkorlik.

Tadbirkorlikning subektlari jismoniy va yuridik shaxslar bo'lishi mumkin.

Yuridik shaxslar deb o'ziga tegishli aloxida mulkka ega bo'lgan, o'z nomidan mulkiy va nomulkiy xuquq va majburiyatlarni oladigan, sudda, arbitrajda va xakamlik sudida da'vogar va javobgar bo'laoladigan tashkilotlarga aytiladi.

Yuridik shaxsning quyidagi belgilari bo'ladi: o'z nizomining borligi; yuridik shaxs bo'lib davlat ro'yxatidan o'tganligi to'g'risidagi tegishli mol-mulkining borligi; bankda aloxida hisob raqamining bo'lishi; o'z belgisi tushirilgan dumaloq muxri va burchak shtampining zarur xollarda, tegishli ish kog'ozlari va firma belgilarining borligi.

Yuridik shaxslar deb o'ziga tegishli aloxida mulkka ega bo'lgan o'z nomidan mulkiy va nomulk xukumlarni va majburiyatlarni oladigan sudda arbitajda va xakamlik sudida davogar va javobjgr bo'laoladigan tashkilotlarga aytiladi.

Tadbirkorlik faoliyatining quyidagi shakllari mavjud

- xususiy tadbirkorlik jismoniy yoki yuridik shaxslar (korxonalar) tomonidan amalda o'zining shaxsiy (xususiy) mulki asosida tashkil qilinadi

- jamoa tadbirkorlikligi - fuqarolar guruxining jamlanma mulki asosida tashkil qilinadi,

- aralash tadbirkorlik - bitta (yoki bir necha) yuridik shaxs (korxonalar) va bir necha jismoniy shaxslar mulkini birlashtirish asosida tashkil qilinadi:

- qo'shma tadbirkorlik - ikki yoki undan ortiq yuridik shaxslar (shu jumladan chet el korxonalari) mulkini birlashtirish yo'li bilan tashkil qilindi

- shartnomaviy tadbirkorlik - mulk egasi bo'lmagan korxonalar raxbari(yoki boshqa mas'ul lavozimdagi xodim-menejer) tomonidan shartnoma asosida amalga oshirildi. Bunda mulk egasi

yoki uning ishonchli vakili (idorasi) tomonidan ishlab chiqarish uyutirish va boshqarish bo'yicha belgilangan xuquq majburiyatlar va javobgarlik ishga olingan tomondan ya'ni korxonalaraxbari yoki boshqa mas'ul lavozimdagi xodimga yuklanadi.

- korxonalaraxbari (yoki menejer) xuddi ishbilarmon fuqaroga mos tartibda ro'yxatga olinadi va ukabi mas'uliyatga ega bo'ladi.

Tadbirkorlikning taraqqiyot topish yunalishlari.

Tadbirkorlikning rivojlanishi o'z navbatida bir qator sharoitlarning mavjud bo'lishini taqozo etadi, ular asosida umuman tovar ishlab chiqarishning umumiy ijtimoiy-iqtisodiy shart-sharoitlari etadi.

Birinchidan, tadbirkor xo'jalik yuritishda uning subektlarida xo'jalik yuritishning u yoki bu turini tanlash bo'yicha, ishlab chiqarish dasturini aqllantirish, moslashtirish, manbaalarni tanlash, resurs topish, mahsulotni sotish, ularga baxo belgilash, foydani tasaruf qilish va shu kabilalar bo'yicha ma'lum xuquq va yorqinliklar mavjud bo'lishini bildiradi. Boshqacha aytganda, tadbirkor xo'jalik yuritishning iqtisodiy subekti bo'lishi lozim.

Ikkinchidan, tadbirkor ishlab chiqarish vositalariga, ishlab chiqarilgan mahsulot va olingan daromadga mulkchilik xuquqiga ega bo'lishi kerak. Tadbirkorlik faoliyati hammulkdorning o'zi tomonidan, ham uning mol-mulki asosida ish yurituvchi subekti tomonidan amalga oshirilish mumkin. Keyingi xolat mulkdor va tadbirkor urtasida shartnoma to'zilgandan keyin mulkdorning korxonalar faoliyatiga aralashuviga yo'l ko'yilmaydi.

Xo'jalik yuritish xuquqi, ya'ni mol-mulkidan foydalanish va daromadni tasarruf qilish, korxonada takror ishlab chiqarish jarayoni boshqarishning muxim shart-sharoitini tashkil qiladi.

Ma'lumki, tadbirkorlikning vazifasi nafaqat foyda olishga, balki uni qaysi maqsadlarda ishlatish va samarali sarflash yo'llarini topishga qaratiladi, ya'ni u iste'mol-taqsimotchi nuqtai nazaridan emas, balki raqobatchilikni saqlab turish, ho'jalikni takomillashtirish, kengaytirish va shu kabilarni amalga oshirishga asoslanadi.

Uchinchidan, xo'jalik yuritish yo'lini yorqin tanlash, daromadni investitsiyalash imkoniyati va shu kabilarni real ta'minlaydigan ma'lum iqtisodiy muxit va ijtimoiy-siyosiy sharoit yaratishi zarur. Kengroq ma'noda tadbirkorlarning butun sistemasini ta'minlab turishni xo'jalik yuritishning bozor raqobati sharti zarur qilib qo'yadi. Jaxon tajribasining ko'rsatishicha, tadbirkorlik faoliyati xatto yaxshi xuquqiy baza mavjud bulgan taqdirda ham, agar unga mos ijtimoiy-iqtisodiy sharoit etishmasa, ytarli darajada rivojlanmasligi mumkin. Ma'lumki, bozor va tadbirkorlar bir pastda paydo bo'lmaydi. Uni buyruq yoki xukumat qarorlari bilan kiritib bo'lmaydi, shu bilan birga, pulsiz, tovar, kapital va o'zining asosiy tartibga soluvchisi raqobatsiz mavjud bo'lmaydi.

Turtinchidan, yorqin tadbirkorlik mulkchilik va o'zlashtirishning turli tuman shakllari, turlari vazifalarini taqozo qiladi. o'z navbatida turli tumanlikning o'zi ob'ektiv xodisa bo'lib, ishlab chiqaruvchi kuchlarning rivojlanishi oqibatida chiqadi.

Ytarli moliyaviy manbalarga, yaxshi ma'lumot va malakali tayorgarlikka ega bo'lish, umumiy tijort qonunchiligi, soliq bo'yicha imtiyozlar, tadbirkorlik mintaqasi va uni rivojlantirishdan jamiyat manfaatdorligining mavjud bo'lishi tadbirkorlikni rivojlantirishning shart-sharoitlari hisoblanadi.

Tadbirkorlik taraqqiyotini ta'minlovchi asosiy omillar quyigilardan iborat:

1.Xalq xo'jaligi tarmoqlarining bozor munosabatlariga o'tishi va iste'mol bozorining yaratilishi. manfaat va talab doirasini kengaytiradi va faqat ommaviy talabdagi tovar va xizmatlarga bulgan extiyojni yaratib qolmay, balki individual talab bo'lgan narsalarga extiejni ham tug'diradi. Bunday talab va extiyojlarni tez va sifatli qilib faqat kichik korxonalargina qondira oladi.

2.Tadbirkorlarning mulki, xuquqi va iqtisodiy manfaatlarining idoralar kafolatining mavjudligi.

3.Ishbilarmonlikning davlat tomonidan soliq, moliyaviy kredit va amortizatsiya siyosati orqali munosib qo'llab-quvvatlanishi.

4. Davlat va munitsipal korxonalarni davlat tasarrufidan chiqarish, xususiylashtirish va kichik firmalarni bunyod etish;
5. Kam daromad, past rentabelli va zarar ko'rib ishlovchi korxonalar bankrotlikga uchrashining aniqligi va ular asosida xususiy kichik korxonalar tashkil qilish;
6. Davlat ijtimoiy-siyosiy jihatdan barqaror xolati (xorijiy kapitalni jalb qilishda kumaklashadi).
7. Jamiyatning tadbirkorlik to'g'risidagi ijobiy muruvvatli fikri;
8. Ishbilarmonlikning tashkiliy-xuquqiy shaklini to'g'ri tanlash;
9. Bozor iqtisodiyoti infrastrukturasi (turli innovatsion markazlar, banklar, birjalar, sug'urta kompaniyalari, reklama agentliklari va x.k) tezkorlik bilan taraqqiy topishi.

Ishbilarmonlarni ko'zatuvcchi kuch daromad olish ishtiyoqi bo'lib bu daromad ularga ish bilarmon firmalarini taraqqiy totirish va o'z ishini rag'batlantirish uchun kerak bo'ladi. Ammo xorijiy tajribalarga ko'ra bu asosiy sabab hisoblanmaydi, balki tadbirkorning daromad olmasdan, boshlagan ishini davom ettira olmasligi va korxonaning o'zidan-o'zi taraqqiy topmasligi avvaldan ko'zda tutilishi shart.

3. TADBIRKORLIKNING XUQUQ VA MAJBURIYATLARI VA UNING DAVLAT TOMONIDAN QO'LLAB-QUVVATLANISHI.

"Tadbirkorlik to'g'risidagi qonun da kichik biznes va tadbirkorlik to'zilmalari uchun, ularning tashkiliy-xuquqiy shakllaridan qat'iy nazar, umumiy bulgan xuquq va majburiyatlarni ajratib kursatish mumkin. Bu qonunga asosan xar qanday ish bilarmonlik subekti kuyidagi xuquqlarga ega:

- mamlakat qonunlari, Oliy kengash qarorlari va davlat boshqaruv organlari xujjatlari bilan man etilmagan xar qanday xo'jalik faoliyati bilan shug'ullanish:
- qonunga qarshi bo'lmagan xar qanday korxonalar yoki tashkilot bunyod etish:
- tadbirkorlik faoliyatini olib borish uchun shartnoma asosida begona fuqarolarni, korxonalar, tashkilotlarning, shu jumladan, xorijiy yuridik va jismoniy shaxslarning mulkini, pul vositalarini va ba'zi bir mulkka bulgan xuquqlarini jalb etish:
- qonuniy yo'l bilan qo'lga kiritilgan mulk bilan begona xo'jalik subektlarining faoliyatida ishtirok etish:
- respublikadagi joriy qonunlar va to'zilgan shartnomalar asosida o'zining ho'jalik dasturii mustaqil shakllantirish, o'z maxsuloti uchun iste'molchi va ta'minlovchini mustaqil tanlash, kursatadigan xizmatiga ta'rif va maxsulotiga narxlarni mustaqil belgilash"
- ishlovchilarni amaldagi qonun va mexnat shartnomasi asosida ishga qabul kilish va ishdan bushatish:
- yollangan shaxslar uchun mexnatiga xaq to'lash va boshqa daromad turalari shakllarini, tarkibini va miqdorini belgilash:
- o'zining pul vositalarini saqlash va barcha turdagi xisob kitob, kredit operatsiyalarini bajarish uchun banklarda xisob raqamlarini ochish:
- ish bilarmonlik faoliyatidan kelgan daromadning soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar to'laganidan qolgan qismini o'z hohishi bo'yicha ishlatish:
- cheklanmagan miqdorda xar qanday shaxsiy daromad olish:
- davlat ta'minoti va ijtimoiy sug'urta tizimidan foydalanish:
- sudda, arbitrajda va xakamlik sudida da'vogar va javobgar bo'lish:
- xorijiy valyuta sotib olish va joriy qonunlar asosida tashki iqtisodiy faoliyatni mustaqil amalga oshirish:

Ish bilarmonlarning xuquq va majburiyatlari, ularning jamiyat va respublika oldidagi xamla ellanga ishlovchilar va xujalikdagi sheriklari oldidagi xuquq va majburiyatlariga o'zviy bog'liqda.

Tadbirkorlarning majburiyatlari quyidagilar:

- amaldagi qonun va to'zilgan shartnomadan kelib chiqadigan barcha majburiyatlari bajarish:
- ishga yo'llanib olinayotgan fuqarolar bilan shartnomalar to'zish (agar zarur tug'ilsa) konun asosida jamoa shartnomasini to'zish. Yo'llangan ishlovchilarning o'z manfaatlarini ximoya qilish uchun kasaba uyushmalariga birlashishlari tusqinlik qilishi mumkin emas:
- mexnat shartnomalarida ishlovchilarga belgilangan malaka darajasini, respublika hukumati tomonidan belgilangan minimal ish haqidan kam bo'lmagan ish xaqi miqdorini va boshqa ijtimoiy-iqtisodiy kafolatlarni inobatga olish:
- davlat ijtimoiy-sug'urta fondiga yollanib ishlayotgan shaxslar uchun sug'urta ajratmalarini respublika qonunlarida ko'rsatilgan usul va belgilangan miqdorda to'lab borish:
- amaldagi foyda va yo'riqnomalar asosida atrof muxit (ekologiya) xavfsizligini, ishlab chiqarish sanitariya va gigienasi va madaniyatini yuksaltirish bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish:
- o'zining moliyaviy ahvolidan qat'iy nazar, shartnoma asosida ishga jalb etilgan barcha ishchi-xizmatchilar Bilan xisob-kitob qilish:
- iste'molchilarning xuquqlari va qonuniy manfaatlariga amal qilish:
- mamlakat qonun lariga binoan litsenziyalanishi (ruxsat olishi) ko'rsatilgan faoliyat turlariga belgilangan tartibda maxsus ruxsatnoma (litsenziya) olish:

TADBIRKORLIKNI DAVLAT TOMONIDAN QO'LLAB - QUVVATLANISHI

Qonun xujjatlarida bayon etilishicha davlat tomonidan tadbirkorlarga quyidagilar kafolatlanadi:

- fuqarolarning va yuridik shaxslarning tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanish, korxonalar buniyod etish va buning uchun zaruriy mulk sotib olish xuquqlari:
- amaldagi qonunchilik va shartnomalar asosida barcha tadbirkorlarning xuquq va qonuniy manfaatlarini ximoya qilish:
- tadbirkorlik faoliyatining ilmiy-texnikaviy va xuquqiy jihatdan qo'llab-quvvatlanishi:
- tadbirkorlik xavf-xatari va tavakkalchiligini sug'urta qilish:
- Tadbirkorlar bilan shartnoma to'zilgandan so'ng ular faoliyatiga shartnomada ko'rsatilgan xolatlardan tashqari, mulk egasining va xar qanday uchinchi shaxsning aralashishi ma'n etiladi.

Tadbirkorlik faoliyati samaradorligini oshirish va uni keng targ'ib qilish va yoyish niyatida davlat axborot maslahati, ilmiy-tadqiqot markazlari, innovatsion fondlar va boshqa tashkilotlar to'zib, iqtisodiyotning ushbu sohasini rivojlanishiga yordam beradi

Kichik biznes bilan shug'ullanaetgan tadbirkorlar va kichik korxonalar yirik tovar ishlab chiqaruvchilar bilan davlatning maxsus madadisi raqobatchi bulolmaydilar.

Tadbirkorlik faoliyatini qo'llab-quvvatlash kuyidagi asosiy masalalarni echish yo'li bilan amalga oshirilishi kerak:

-kichik biznes sub`ektlarini bozorga to'skinliksiz kirishiga sharoit yaratish:

-iqtisodda xususiy sektorning o'sishiga sharoit yaratish:

tadbirkorlikni davlatning muhim ijtimoiy, siesiy va iqtisodiy muammolarini echishga jalb qilish:

Mamlakatda kichik va o'rta biznesni taraqqiy toptirish uchun qonun iy asos bo'lib "Tadbirkorlik", "Bank va bank faoliyati", "Yakka hokimlikka barham berish va raqobatni rivojlantirish", "Xissadorlik jamiyatlari", "Qimmatbaho kog`ozlar va fond birjasi", "Tovar birjalari", "CHet el investitsiyalari", "Garov" to'g'risidagi qonunlar hamda Er, Xo'jalik (protsessual), Bojxona, Ma'muriy va Soliq kodekslari xizmat qiladi.

Davlat boshqaruv muassasalarida tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash maqsadida maxsus tarkibi bo'linmalar buniyod etilgan.

Har xil mulk shakliga ega bo'lgan korxonalar va tashkilotlar tomonidan tadbirkorlar jamoa tashkilotlari tizimi shakllantiriladi. Ular ichida eng yirigi va yuqori obro'ga ega bo'lganri: ilmiy-sanoat asotsiyatsiyasi, tadbirkorlar va ijarachilar ittifoqlari, tovar ishlab chiqaruvchi va

tadbirkorlar palatasi va boshqalardir. Mustaqil davlatlarda shaxsiy farmonlar asosida so'nggi yillarda MDX davlatlarida xususiy firmalar ta'sischi ligida turli investitsion fondlar tashkil etildi.

O'zbekistonda bunday faoliyatni Biznes fond bajarmoqda.

Kichik biznesni qo'llab-quvvatlash shakllardan biri tadbirkorlarni qo'llab-quvvatlash markazlarini tashkil etishdir. Bundan maksad tadbirkorlarga o'z mablag`idan imtiazli kreditlar berish, banklar orqali kredit bilan ta'minlashda kafolat bo'lish, xodimlarni tayoerlash, maslahat xizmatini ko'rsatish va ularga moddiy texnika vositalari va binolar olishda ko'maklashishdir.

Davlat mussasalari yoki boshqa tashkilotlar, shuningdek ulardagi amaldor shaxslarning qonunlarda ko'zda to'tilgan va bu idoralar vakolat doirasidan tashqari holatlarda tadbirkorlar faoliyatiga aralashishiga ruxsat etilmaydi. Davlat idoralari tomonidan qonun ni bo'zish evaziga tadbirkorlarga o'tkazilgan zarar aybdor idoralar yoki amaldor shaxslar hisobiga qoplanadi. Ko'rilgan zararni qoplash bilan bogliq bo'lgan mojarolar sud muassasasi yoki xo'jalik sudi orqali ularning vakolat doirasida hal etiladi.

4. MULKIY JAVOBGARLIK VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINING TO'XTATILISHI.

Tadbirkorlikning javobgarlik chegarasi amaldagi qonun chilik, ta'sis hujjatlari yoki mol egasi bilan to'zilgan shartnoma bilan belgilanadi.

O'z faoliyatini shartnoma asosida olib boruvchi tadbirkorning mulkiy javobgarligi shartnoma bilan belgilanishi zarur. U garovdagi pul mablag`ini muomalaga kiritish yoki bu maqsadda o'z shaxsiy mulkini o'rtaga quyish bilan amalga oshiriladi.

Tadbirkor o'z faoliyatini yuridik shaxs tashkil qilmasdan amalga oshiraetgan bo'lsa, u holda u o'ziga shaxsan tegishli bo'lgan mulk bilan javob beradi. Kreditorlar (haqdorlar) shikoyat bilan to'lanadigan mulklar ro'yxati fuqarolik protsessual kodeksi bilan belgilanadi.

Mulkiy javobgarlik quyidagi holatlarda kelib chiqadi:

1. Amaldagi qonun chilik bo'zilganda;
2. To'zilgan shartnomalari bajarilmaganda;
3. Xususiy mulk egasi yoki boshqa sub`ektlarning huquqi poymol bo'lganda;
4. Atrof muhit ifloslanganda;
5. Iste`molchiga mahsulotsifati masalasida yoki uni ishlatish o'sisli to'g'risida bilan turib noto'g'ri yoki to'la bo'lmagan axborot berilganda;
6. Raqobatchilar to'g'risida bo'lgan ma'lumot etkazilgan yoki tarqatilganda;
7. O'z mahsulotini begona ishlab chiqaruvchilar tovarining tashqi kiyofasi va bezaklari bilan ishlab chiqarganda;
8. Tijorat sirini raqobatchiga noqonuniy oshkor qilganda yoki uni eyoganda;
9. Xo'jalik aylanmasida sherigining nomida bo'lgan tovar yoki firma belgisi yoki ishlab chiqarish markasini uning roziligisiz ishlatganda;
10. Tovarlarini ularni bozorga kam miqdorda chiqarib ular bo'yicha sun`iy kamchilik bunyod etib, sungra oshirilgan narxlarda sotib qo'shimcha daromad olganda;
11. Avvaldan bajarilmasligini bilib shartnomalar to'zgan va boshqa nojo'ya harakatlar qilganda;

Yuqorida qayd etilgan holatlar yo'z berganda vog`ealarning talabi bilan, sud, tadbirkorni qilgan jinoyati uchun javob berishga, nojo'ya harakatlarni to'xtatish va haqiqatni tiklash, keltirilgan zararni to'lashga majbur qiladi.

Tadbirkorlik faoliyatini to'xtatish mulk egasining yoki sud qarori bilan hal qilinadi.

Ishbilarmonlik faoliyati sud orqali quyidagi holatlarda to'xtatiladi:

- -bir necha marotaba ogohlattirilishiga va boshqa turdagi jazo choralari qo'llanishiga qaramay qonun qo'pol ravishda bo'zilsa
- -tadbirkor bankrot deb topilsa
- -tadbirkor qonundaman qilingan faoliyat bilan shug`ullansin

shlatrof muxitni muxofaza kilish me`erlari bo`zilganda va qonun xujjatlarida ko`zda to`tilgan boshqa xolatlarda

- tadbirkorlik faoliyati shartnoma asosida amalga oshirilaetgan bulsa, u xolda shartnoma muxlati tugaganda yoki shartnomada uni bekor kilish ko`zda to`tilgan xolatlarda yo`z bergan va shartnoma muddatidan oldin bekor kilinganda yoki tomonlar roziligi Bilan uning muddati tuxtatilganda

O`z faoliyatini shaxsiy mulk asosida olib boraetgan tadbirkor olamdan utsa, unda uning xuquq va majburiyatlari uning me`rosxurlariga utadi. Yuridik shaxs tashkil etilishi bilan olib borilaetgan tadbirkorlik faoliyati amaldagi qonun xujjalari, shu jumladan korxonalar to`g`risidagi qonun asosida tuxtatiladi.

4. XUJALIK YURITUVCHI SUB`EKTLAR FAOLIYATINI DAVLAT TOMONIDAN YULG`A SOLISH VA NAZORAT KILISH CHORA TADBIRLARI.

Kichik biznesning axvoli va taraqqiyotini davlat tomonidan nazorat kilishda kuyidagi usullag` qullaniladi: fiksal,monetar va bevosita aralashuv.

Fiskal siyosatda tadbirkorlik sub`ektlari faoliyati soliq va davlat tulovlari orkali boshqariladi. Xamdustlik davlatlarida soliqlar tizimi boylikni musodara kilish xususiyatig`a eg`a bo`lib,bu tadbirkorlik faoliyati tarakkietig`a karshi samara beradiş

Byudjetg`a xamda byudjetdan tashkart fondlarg`a tulanadig`an soliq va ba`zi tulovlar ba`zida Xujalik sub`ektlar daromadini 75-80%ni tashkil etmokda.Bu esa,tadbirkorlik faoliyati uni olib boruvchig`a kam manfaat keltirishini kursatadi.SHuning uchun,iqtisodietni boshqarishda fiksal

SIYOSAT	HARAKAT	SAMARA
Yuqori xarid qobilyatga ega bo`lgan pullap	Pul takliflari kamytitiradi Ustama foizlarni oshiradi.	Deflyatsion
Xarid qobilyati past bulgan pullap	Pul takini oshiradi Ustama foizlai pasaytiradi	Inflyatsiya

siyosati salmog`i yuqori bulmasligi kerak.

Monetar siyosat bu davlat tomonidan davlat milliy banki orqali muomalaga tushadigan massasini nazorat qilish-boshqarish demakdir. Monetar siyosat turlari sxematik tarzda quyidagi kurinishiga ega:

Monetar siyosat yuritish mamlmkatdagi inflyatsiya jarayonini sykinlashtiradi, bu esa pul-kredit muomalalarini barqarorlashtirishga va shu asosda tadbirkorlikning taraqqiy topishiga imkon yaratadi.

Davlatning iqtisodietga, shu jumladan kichik biznes taraqqietiga bevosita ta`sir ko`rsatishi davlat tomonidan shu soxaga taluqli qonunlar yaratilishi Bilan amalga oshiriladi.O`zbyokiston Respublikasida qabul kilingan "Tadbirkorlik to`g`risida"."Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish","Korxonalar to`g`risi"da,"Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni ragbatlantirish"to`g`risidagi qonunlar shu yulda amalga oshirilaetgan ijobiy ishlar natijasiga. Jumladan,"Tadbirkorlik to`g`risida"qonunda bu faoliyat bilan,ayrim kategoriyadag xislardan tashqari barcha, jismoniy va yuridik shaxslar shug`ullanishni mumkin, deyilgan. Davlat idoralari va boshqaruv muassasalarida ishlovchilar, shuningdek, prokuratura va sud maxkamalari xodimlarining tadbirkorlik Bilan shug`ullanishi man etilgan. SHuningdek, qonunda korxonalar raxbari (yoki ish boshqaruvchilari -menejerlar) tomonidan amalga oshiriladigan tadbirkorlik, u mulkni boshqarish soxasida mulk egasi bilan bir xil xuquq va majburiyatlarga ega bo`lgan va tadbirkorlar uchun belgilangan javobgarlikni o`z bo`yniga olgan xoldagina amalga oshirilishi mumkinligi belgilab ko`yilgan.

Takrorlash uchun savollar:

1. Tadbirkorlik va tijorat tushunchasi.
2. Tadbirkorlik va biznes.
3. Tadbirkorlarning sifati va belgilari.
4. Tadbirkorlar va tijoratchilar xuquqi, mas'uliyati va javobgarligi.
5. Tadbirkorlik turlari.
6. Tadbirkorlik va tijorat doiralari.
7. Tadbirkorlik va tijoratning shakllanish sabablari.
8. Tadbirkorlik va tijoratning sharoitlari.
9. Tadbirkorlik va tijoratning rivojlanishi. Tadbirkorlikning zarur shartlari.
10. Tadbirkorlikning rivojlanish yo'nalishlari.
11. Tadbirkorlik sub'ektlari.
12. Tadbirkorlik rivojlanishida chet el tajribasi.
13. Tadbirkorlikning xuquqiy asoslari.

Tayanch iboralar

Tadbirkorlik muxiti, tadbirkorlikning ijtimoiy iqtisodiy asosi, tadbirkorlik sub'ektlari va ob'ektlari, tadbirkorlik shakllari. Tadbirkor, tadbirkorlik, biznes, tadbirkorlik sifati, tadbirkorlik turlari, tijorat, tijorat doirasi, tadbirkorlik va tijoratning rivojlanishi.

2-MAVZU: TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILYI-XUQUQIY SHAKLLARI

REJA

1. Xususiy tadbirkorlik.
2. O'rtoqlik, kommandit, to'la va chala shirkatlar.
3. Kichik korxonalar. sherikchilik va jamoa kichik korxonalari.
4. Xissadorlik jamiyati. Ochiq va yopiq turdagi xissadorlik jamiyati.
5. Firmalar va korporatsiyalar.
6. Holding kompaniyasi.
7. Offshor kompaniyasi.
8. SHuba korxonalar, shaxobcha (valokatxona)lar, xorijiy korxonalar.
9. Konsalting birlashmalari.

FOYDALANILGAN ADABIETLAR RUYXATI

1. Karimov I.A. O'zbyokiston XXI asrga intilmokda. O'zbyokiston.T-1999 yil.
2. Karimov I.A. O'zbyokiston iqtisodiy isloxlarni chuqurlashtirish yo'lida. O'zbyokiston.Toshkent 1998 yil.
3. Gulomov S.S. Tadbirkorlik va kichik biznes. O'zbyokiston.T-1997 yil.
4. Yo.Abdullaev, F.Karimov "Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari" Toshkent "Mexnat" 2000 yil.
5. Tadbirkorlik va kichik biznes. Gulomov S.S. Toshkent 2000 yil
6. Tadbirkor yon daftari "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik". Toshkent 1999 y.
7. Muxiddinov D.M., Xamroqulov O.M. va boshqalar "Tadbirkorlik asoslari "fanidan o'quv qo'llanma, Buxoro 2002 yil "Muallif"

1. XUSUSIY TADBIRKORLIK.

Kichik biznesda tadbirkorlikni tashkil qilishning eng oddiy shakli bu yakka xususiy tadbirkorlikdir.

Xususiy tadbirkorlik - xujalik yuritishning shunday tashkiliy-xuquqiy shakli-ki, unda mulk egasi bitta shaxs yoki oila bo'ladi va faoliyatdan kelgan daromadni (turli to'lov va soliqlar tulanganidan keyin) xammasiga egalik qiladi, qolaversa biznesdagi xavf-xatar va tavakkalchilik uchun yakka o'zi javob beradi.

Tadbirkorlikning ushbu shakli chakana savdoda, umumiy ovqatlanish soxasida, maslaxat soxasidagi biznesda, maishiy xizmatda, fermerchilikda, tibbiyotchilik amaliyotida va xunarmandchilikda ko'proq uchraydi. U ikki xil ko'rinishda tashkil qilinishi mumkin: a) individual - ya'ni korxonada tashkil qilmasdan va b) xususiy korxonada - ya'ni yuridik shaxs tashkil qilgan xolda.

Xususiy tadbirkorlikning afzalliklari:

- ishni tashkil qilishdagi oddiylik, to'la mustaqillik, xarakterdagi yorqinlik va tezkorlik. Tadbirkor biror qaror qabul qilishida yuqori tashkilotlarga murojaat qilishining yoki sheriklar roziligini olishining zarurati yuk;

- ishga qiziqtiruvchi sabablarning ko'pligi, chunki barcha foyda mulkning yolg'iz egasiga kelib tushadi va u ko'prok ishlashga ragbatlanadi, ish ustidan kerakli nazorat o'rnatish, extiyotlik bilan qaror qabul qilish va ish ko'lamini yanada kengaytirishga intiladi;

- konfidentsiallik (ishdagi maxfiylik) saqlanadi. Ba'zi bir biznes turlarida maxsus uslub, yo'llar, texnologiyalar tadbirkorlik faoliyatining asosiy boyligini (kapitalni) tashkil qiladi. Xususiy tadbirkorlik maxfiylikni saqlashga imkon yaratadi;

- xususiy tadbirkorlikda uning tashkiliy - xuquqiy shaklini o'zgartirish nisbatan engil kuchadi (masalan, masuliyati cheklangan jamiyatlar to'zish).

Xususiy tadbirkorlikning kamchiliklari:

- zaif moliyaviy poydevorga egaligi. Bu katta miqdordagi kapitallarni jalb qilishdagi kiyinchiliklarga sabab bo'ladi;

- xo'jalik faoliyatida xavf-xatar va tavakkalchilik yuqori darajada bo'lganligi sababli faoliyat davomiyligining noaniqligi;

- barcha xujalik faoliyati uchun cheklanmagan javobgarlikning xukm surishi;

- yakka xujalik mulkning mulkni boshqa shaxsga (masalan, boshqa oila a'zolariga) berishda nokulayligi, ixcham emasligi;

- mulk egasining o'limi, mexnatiga noloyiq bo'lib qolish mushkulligi.

Yuqorida keltirilgan kamchiliklarni bartaraf etish niyatida ishbilarmonlar mol-mulki, kasb yoki kapitallarni qo'shib birlashadilar.

2. O'RTOKLIK, KOMMANDIT, TO'LA VA CHALA SHIRKATLAR

Kichik biznesda ishbilarmonlik faoliyatini amalga oshirish uchun xar xil shakldagi shaxslar birlashuvi ichida eng oddiy o'rtoklik, ya'ni shirkatchilikdir.

O'rtoklik - bu ikki yoki undan ortiq shaxsning mulkini umumiy manfaatni ko'zlovchi maksadlardagi tadbirkorlik xarakterini uyushtirish birlashuvidir. U shartnoma asosida tashkil qilinadi, uning qatnashchilari avvalo o'zining va boshqa a'zolarining manfaatini ko'zlab xarakter qiladilar.

O'rtoklikning asosan uchta turi mavjud: chala (oddiy), to'la va kommandit shirkatchiligi.

CHala (oddiy) shirkatchilik - bu ikki va undan ko'proq shaxslarning shartnomaviy birlashishi bo'lib, unda mulk va tadbirkorlik xarakterlari umumiy shirkatchilik manfaatiga erishish maksadida birlashadi. Ushbu birlashish shaklida tashkilot umuman bo'lmaydi, chunki shirkatchilik sheriklari xar biri aloxida xarakter qiladi.

Uchinchi shaxslar uchun ushbu birlashma umuman yuk yoki maxfiy xisoblanadi. Ammo, chala (oddiy) shirkatchilikda ishtirok etuvchi shaxslar, o'z xuquq va

majburiyatlarini umumiy manfaat uchun ishlatadilar. Mulk masalasida, uchunchi shaxs oldidagi majburiyatlari to'la saqlab qolinadi. Bu kabi shirkatchilik a'zolari kelishilgan ulushni qo'shishlari zarur va qurilgan zarar va qarzlarni to'lashda barobar qatnashishlari lozim bo'ladi. Ular tadbirkorlik ishini olib borishda teng xuquqqa ega bo'lib, shirkatchilikka kiritgan ulushidan kat'i nazar, ishni to'yokis olib borishini, olingan foydani taksimlashda ishtirok etishi, kerakli vaktida shirkatchilikdan chikishi va mulkning bir qismiga egalik qilishi mumkin.

Birdamlikdagi javobgarlik, katnashchilar o'rtoklikning umumiy majburiyati uchun javobgarliklari asosida amalga oshiriladi. Bu javobgarlik cheklanmagan javobgarlik bo'lib, bunda shirkatchilik qatnashchilari uning majburiyati bo'yicha emas, balki shirkatchilik maksadida ishlatilishi va ishlatmasligidan kat'iy nazar, agar shirkatchilik ko'rgan zarar uning mulki qiymatidan ortiq bo'lsa, o'zining barcha mulki, shu jumladan shaxsiy mulki bilan javob beradi.

To'la shirkatchilik-bu shartnoma asosida ikki va undan ortiq shaxslarning umumiy maksadga erishish uchun o'z mulklari va tadbirkorlik kuchlarini birlashtirishga asoslangan kelishuvidir.

To'la shirkatchilikda xam xuddi chala (oddiy) shirkatchilikka uxshab, uning` egalari manfaatining birligi seziladi. Agar chala (oddiy) shirkatchilikda umumiy manfaat maxfiy namoyon bo'lsa, to'la shirkatchilikda uchinchi shaxslar bilan bo'ladigan barcha munosabatlarda umumiy shirkatchilikmanfaati aniq ko'rinib turadi.

Oddiy (chala) shirkatchilikdagi o'xshab to'la shirkatchilikda xam tashkilot bo'lmaydi. Bitimlar barcha o'rtoqlar manfaatini ko'zlab va ularning bittasi yoki bir nechasi nomidan to'ziladi. Ammo, tashqi iqtisodiy munosabatlarda, to'la shirkatchilik, uning sheriklari nomi bilan ish yurituvchi yagona firma sifatida xarakat qiladi.

Qonun bo'yicha shirkatchilik a'zolari soni cheklanmagan bo'lsalar xam, ko'pchilik shirkatchiliklar, asosan ikki yoki uchta a'zoga ega bo'ladilar. SHirkatchilik yollangan ishlovchilar mexnatidan xam foydalanadi.

SHirkatchilar mulki, odatda, uning a'zolari xissasidan va olingan foydadan tashkil topadi va u sheriklarga umumiy mulk bo'lib xizmat qiladi.

Barcha shirkatchilar faoliyati muxun a'zolar o'rtasidagi kelishuv asos bo'ladi. SHirkatchilik to'g'risidagi kelishuv quyidagi majburiy ilovalarni o'z ichiga oladi: shirkatchilikning nomi, xar bir sherikning familiyasi, ismi va otasining ismi, tabirkorlik faoliyati turi va urnashgan joyi, xar bir sherikning qo'shgan mablag'i miqdori, daromad va sodir bo'lishi mumkin bulgan zararining taqsimlanish tizimi, xar bir sherikning kompensaciya olish usuli, bir sherikning shirkatchilik kapitalidan oladigan cheklanmagan pul mablag'i.

Tadbirkorlik faoliyatidan keladigan daromad sheriklarga tegishli xisoblanadi. SHirkatchilik a'zolari foydani xar qanday o'zaro manfaatli usul bilan bo'lishishga kelishlari mumkin. Xar bir shirkatchilik sherigi bir xil miqdorda kapital ko'shishi majburiy emas. Ba'zi bir xollarda bir sherik butunlay xech narsa qo'shamsligi mumkin, chunki uning biror soxasidagi tajribasi va kasbi, bilimi uning kapitali bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Kommandit shirkatchiligi - bu ikki yoki undan ortiq shaxsning mulkni va tadbirkorlik xarakatlarini umumiy maksadga erishish niyatida birlashtirishiga asoslangan shartnomaviy kelishuvi bo'lib, bunda sheriklar ichida kamida bittasi kreditorlar oldida to'la (cheklanmagan) javobgarlikka, yana bittasi cheklanmagan javobgarlikka ega bulmog'i kerak. To'la javobgar shaxslar xaqiqiy a'zolar, cheklangan javobgarlar omonatchi - a'zo yoki kommanditlar deb ataladilar. Kommandit kreditorlar oldida o'zining shaxsiy mulki bilan emas, balki, umumiy mulkka ko'shgan xissasi bilan javobgar bo'ladi.

To'la shirkatchilikdagi xar bir sherik shirkatchilik faoliyatida shaxsan katnashishi kerak bo'lsa, kommanditlar shirkatchilikka o'z mulkini kiritishdan boshqa majburiyatga

ega emaslar. Ular uchinchi shaxslar bilan bo'ladigan bitimlarda ishtirok qilmaydilar va ularning nomi uchinchi shaxslar uchun noma'lum bo'lib qoladi.

SHirkatchilik bitimlarida kommandit uchinchi shaxslar bilan taraflik munosabatlarida ishtirok etmaganligi sababli shirkatchilik majburiyati bo'yicha javobgar xisoblanmaydi, ammo unda shirkatchilikning umumiy mulkiga ko'shgan o'z xissasini yoq'otish xavfi bo'ladi.

Kommandit shirkatchiligi <aralash xissadorlik - kommanditligi > shakliga o'tishi mumkin va buning uchun a'zolar o'z xissalarini ko'shishni aktsiya sotib olish yo'li bilan amalga oshirishlari zarur. SHirkatchilikning bunday aralash shakli uning Xissadrolik jamiyatiga o'tish shakli bo'lib xizmat qiladi.

Xo'jalik shirkatchiligining tadbirkorlikning boshqa tashkiliy xuquqiy shakllari oldidagi afzalliklari quyidagilar:

- ishbilarmonlikning yakka xo'jalik shakliga karaganda shirkatchiligini o'zining pul mablaglari bilan biroz quvvatliroq;
- majburiyatlar bo'yicha yuqori javobgarlikka egalik xo'jalik shirkatchiligini mijozlarga ishonchli sherik qilib qo'yadi;
- boshqaruvining cheklangan sondagi shaxslar (xakikiy a'zolar) atrofida jamlanishi biroq karorning qabul qilinishida zaruriy mustaqillik, yorqinlik va tezkorlikni ta'minlaydi;
- begona investorlarning kapitalni jalb qilish imkoniyati tadbirkorlik faoliyatini kengaytirish va takomillashtirish xamda maxsulot, ish va ko'rsatiladigan xizmatning raqobatdoshligini oshirish uchun sharoit yaratadi;
- murakkab bo'lmagan tarkibi va boshqaruv tizimi amaldagi ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi. shirkatchilik odatda qobiliyati va tajribali xamda bir birini tuldiruvchi odamlardan tashkil topadi. Menejerlik vazifasi ular o'rtasida taqsimlanishi mumkin. Masalan bitta sherik moliya va maxsulot ta'minoti bo'yicha ekspert, boshqasi - marketingda, uchunchisi- reklamada xizmat qiluvchi bo'lishi mumkin;
- ijobiy iqlim (muxit) mavjudligi. Bunday shirkatlarda insonlar ixini o'z xoxishi bilan qabul qiladilar, psixologik jixatdan bir-birini yaxshi tushunadilar, shuning natijasida ularning orasida ijobiy iqlim doimiy ravishda saqlanib turadi;
- shirkatchilik a'zolarining ishiga yuqori darajadagi qiziqishi. shirkatchilik uchun foydali bulgan barcha uning xar bir a'zosi uchun xam foydalidir.

Xo'jalik shirkatchiligining kamchiliklari:

- barqaror emaslik. shirkatchilik ishbilarmonlikni eng o'zgaruvchan shakli xisoblanadi. sheriklardan birining undan chiqishi yoki ulimi shirkatchilikning butunlay tarkalib ketishiga sabab bo'ladi. Bu kabi noaniqlik o'zok muddatli bitimlar to'zilishini kiyinlashtiradi;
- a'zolarining cheklanmagan javobgarligi. Agar bitimda ko'rsatilmagan bo'lsa, unda, xar bir a'zo shirkatchilik qarzlari oldida, o'zining investitsiyadagi xissasidan katiy nazar, tula javobgarlikka ega bo'ladi, yani biror a'zoning xatosi boshqa a'zolarining xam xarob bo'lishiga olib keladi.

3. KICHIK KORXONALAR. SHERIKCHILIK VA JAMOA KICHIK KORXONALARI.

Dunyo amaliyotida xozirgi davrgacha katta va kichik korxonalarni ajratib beruvchi yagona mezon urnatilmagan, xozirgi vaqtda ularda bir-biridan ajraatuvchi aloxida belgilarini aniqlash korxonalarining muxim soxalar bo'yicha umumlashma belgilari katoligini (ruyxatini) bunyod etish orkali amalga oshirilmokda. Bu belgilar turkumiga: mulk shakli, ishlab chiqarishni tashkil qilish, boshqarish, moliyaviy ta'minot, maxsulot sotish, ishchi xodimlar tarkibi, soni va boshqalar kiradi. Ammo korxonalar qo'lamini aniqlashda ko'p o'lchovli usulni qo'llash ko'plab kiyinchiliklarni vujudga keltiradi, chunki u xar xil yo'nalishdagi ko'rsatkichlarning birgalikdagi, umumiy o'lchovini aniqlashni talab qiladi.

Ma'lum bir ko'rsatkichini ishlatish esa, masalan, ishlovchilar soni, maxsulot xajmi, korxonaning o'lchamini aniq topishga imkon yaratadi, ammo shunday bo'lsa-da, korxonada to'g'risida juda oz ma'lumot beradi.

O'zlarining faoliyati maqsadi bo'yicha kichik korxonalar kattalaridan farq qilmaydilar. Ammo, amaliyot shuni ko'rsatadiki, uncha katta bulmagan korxonalar jamiyatda muxim ijtimoiy-iqtisodiy rol uynasalar xam, ular bozor sharoitida chidamli emaslar. SHuning uchun, kichik korxonalar, davlatning qo'llab-quvvatlashiga muxtojdir. Ushbu xolni xisobga olib, barcha davlatlar kichik korxonalarni kattalaridan ajratish uchun ma'lum ko'rsatkichlaridan foydalanadilar va ularni qonuniy xujjatlar vositasida bankrot bo'lishda ximya qiladilar.

O'zbekiston Respublikasi qonunlariga ko'ra kichik korxonalar ularda ishlovchilar soniga qarab ajratiladi. Unga binoan, kichik korxonalar turkumiga, odatda, quyidagi yangi bunyod etilayotgan va amladagi korxonalar kiradilar:

- sanoatda va qurilishda- 50 nafargacha;
- fan va ilmiy xizmatda - 10 nafarga;
- qishloq xo'jaligi va boshqa ishlab chiqarish soxalarida - 25 nafargacha;
- noishlab chiqarish soxasida -10 nafargacha;
- chakana savdoda - 5 nafargacha ishchisi bo'lgan korxonalar. SHuningdek, qonun, individual mexnat faoliyati bilan shug'ullanuvchi va shirkat (o'rtoqlik) ga birlashib ishlovchi jismoniy shaxslarni xam kichik biznes subektlari qatoriga kiritgan.

Kichik korxonalar quyidagilar tomonidan bunyod etilishi mumkin:

- fuqarolar, ularning oila a'zolari va boshqa birgalikda mexnat faoliyatini olib boruvchi shaxslar;
- davlat, ijara jamoalari, qo'shma korxonalar, kooperativlar, xissadorlik jamiyatlari, xo'jalik jamoalari, shirkatchilar va boshqa yuridik shaxs xisoblanuvchi korxonalar va tashkilotlar;
- davlat mulkini boshqarish xuquqiga ega davlat idoralari;
- belgilangan idoralar, korxonalar, tashkilotlar va shaxslar xamkorlikda;
- amaldagi ishlab turgan korxonalar, birlashma tarkibidan, ishlovchi jamoa tashabbusi bilan, bitta yoki bir necha tarkibiy bo'linma yoki tarkibiy birliklarni korxonalar mulki egasining roziligi va korxonaning ilgari qabul qilgan shartnomaviy majburiyatlarining bajarilishini ta'minlash sharti bilan ajratib olish natijasida.

Bunda kichik korxonaning tasischisi ushbu korxonalar xisoblanadi.

Kichik korxonalar bunyod etilishi uchun quyidagilar zarur;

- 1.Kichik korxonani asoslaydigan mulk shaklini aniqlash.
- 2.Tasischini tanlash, agar kichik korxonalar ma'lum mulk egasining mulki asosida bunyod etiladigan bo'lsa, uning roziligini olish;
- 3.Ta'xis xujjatlarini tayorlash;
- 4.Kichik korxonalar jamoasining unda yangi korxonalar bunyod etish va ta'xis xujjatlarini tasdiqlash yo'zasidan majlisini o'tkazish;
- 5.Kichik korxonani maxalliy davlat idoralarining ro'yxatidan o'tkazish; Kichik korxonalar orasida qo'shma korxonalar aloxida o'rin topadi. Qo'shma korxonalar - bu iki yoki undan ortiq yuridik shaxs, ya'ni, korxonalar mulkini qo'shish yo'li bilan tashkil qilingan korxonalaridir. Ammo, amaliyotda xo'jalik subektlarining xorijiy sheriklar bilan birgalikda tashkil qilayotgan korxonalariga qo'shma korxonalar deb aytilmoqda. Bu korxonalar mamlakatimizga ilgar xorijiy texnologiya, boshqaruv tajribasi va qo'shimcha moliyaviy resurlarni (investisiyani) olib kiradi va eksportni ko'paytirish imkonini beradi. Qo'shma korxonalar cheklangan javobgarchilikka ega bo'lgan jamiyat (mas'uliyati cheklangan jamiyat-MCHJ). Xissadorlik jamiyati xamda qonun tominidan cheklanmagan boshqa shakllarda, soni cheklanmagan, ammo ikkitadan kam bo'lmagan sheriklar o'rtasida to'zilgan shartnoma asosida bunyod etiladi. Qo'shma korxonalar ta'xischilari xar ikkala tomondan xam yuridik yoki jismoniy shaxs bo'lishi mumkin.

Qo'shma korxonalar xujalik yuritish subekti xisoblanadi va faoliyati daromad olishga yunaltilgan bo'lib qaysi mamlakat xududida tashkil etilgan bo'lsa, o'sha mamlakat qonun lari asosida faoliyat kursatadi va soliq tulaydi. Soliq buyicha kushicha imtiyozlar ular uchun mavjud, agar ustav kapitalida xorijiy investitsiya ulushi 30% dan ortiq bo'lsa va qonun bilan urnatilgan nizom kapitalining shakllanish shartiga amal qilinsa.

Kichik biznesda jamoa korxonalarini bunyod etish keng tarqalmoqda. Jamoa korxonasi - bu shunday xo'jalik shakli, unda barcha mulk va olinadigan foyda uning mexnat jamoasiga tegishli bo'lishi mumkin;

- mexnat jamoasi tomonidan davlat mulkini sotib olish yo'li bilan,
- uncha katta bo'lmagan davlat korxonalarini jamoa korxonalariga aylantirish yo'li bilan,
- jismoniy va yuridik shaxslar mulkini ixtiyoriy tarzda birlashtirish yo'li bilan;
- davlat korxonalarini mulkini (qaytarib bermaslik sharti bilan) mexnat jamoalariga berish yo'li bilan.

Kichik biznesda yuqorida qayd etilgan jamoa korxonalarini tashkil qilish yo'nalishlaridan asosiysi - mulkni sotib olishdir. U quyidagi usullar bilan amalga oshirilishi mumkin: o'z mexnatkashlariga aksiya sotish yo'li bilan, ijaraga olish yo'li bilan, bankdan yoki boshqa korxonadan kredit olish yo'li bilan.

Jamoa korxonalarining afzalliklari:

- jamoa mexnatidagi o'sib boruvchi yangilikka intilish va musobaqalashish, o'zaro yordam va birdamlik. Bu korxonalar to'la mustaqil bo'lib, u begonalarning aralashuvisiz o'zi ishlab chiqargan va sotadigan maxsulotiga, bajaradigan ishiga va ko'rsatadigan xizmatiga bo'lgan talab asosida o'z faoliyati rejalashtiradi, kelajak taraqqiyotini xamda korxonaning ishlab chiqarishini, ijtimoiy rivojlanishini o'zida, mexnat kiluvchilarning shaxsiy daromadini qanday oshirishni o'zi mustaqil belgilaydi. Jamoa korxonasi xar bir ishlovchisining shaxsiy xissasi (ulushi) uning bajaradigan mexnatiga qarab belgilanadi.

Jamoa korxonalarining kamchiligi: guruxiy xavfi; yig'ilgan jamg'arma putur ytkazib, istemolni oshirishga intilish.

4. XISSADORLIK JAMIYATI. OCHIQ VA YOPIQ TURDAGI XISSADORLIK JAMIYATI.

Xissadorlik (akcionerlik) jamiyati - bu jismoniy shaxslar kapitallarining birlashuvi bo'lib, u aksiyalar chiqarish yo'li bilan bunyod etiladi. Aksiyalar fond birjalari muomalada bo'ladi - bir shaxsdan ikkinchisiga yorqin o'tadi va aksiyador uchun uning xissasi xaqidagi xujjat xisoblanadi.

Jamiyatning omonatchi - aksionerlar oldidagi majburiyati, aksiya uchun to'langan pul miqdori, ya'ni jamoat kapitaliga kiritilgan xissasi bilan cheklanadi. Jamiyat majburiyati buyicha o'z jamiyatning o'zi o'z mulki bilan javob beradi. U ochik yoki yopik bo'lishi mumkin.

Xissadorlik jamiyati - bu biznesning, ko'proq, demokratik shaklidir, chunki bevosita yoki obuna bo'lish yo'li bilan aksiya sotib olish va korxonalar mulk egasi bo'lishiga istalgan inson erishishi mumkin.

Xissadorlik jamiyati, ma'suliyati cheklangan va qo'shimcha javobgarlikka ega bo'lgan jamiyatlar deb, xo'jalik faoliyatini amalga oshirish niyatida yuridik shaxslar va fuqarolarning mulklarini birlashtirish natijasida tashkil kiling'an yuridik shaxslar tan olinadi.

Xissadorlik jamiyati shunday xo'jalik jamiyatiki, uning nizom fondi jamiyatning nominal qiymatini ma'lum aksiyalar soniga taqsimlangan bo'ladi va mazkur fond ushbu aksiyalarni sotish orqali shakllanadi. Xissadorlik jamiyatlari:

- agar uning aksiyalari ochik yoki obuna bo'lish yo'li bilan sotilsa, kimmatbaxo qogozlar bozorida qonundan tashqari xech kim tomonidan cheklanmay yorqin savdo - sotiq qilinsa - ochik Xissadorlik jamiyati deb ataladi;

- agar uning aktsiyalarining qimmatbaxo qog'ozlar bozorida muomalada bo'lishi jamiyat nizomiga binoan man etilgan yoki cheklangan bo'lsa va u faqat, nomlangan (egasi yozildi) aktsiyalar chiqarsa - yopiq Xissadorlik jamiyati deb atlatadi.

Xar ikkala xissadorlik jamiyati nizom kapitalining eng kichik miqdori, davlat qonuni xujjatlaridan tashqari, hech narsa bilan cheklanmaydi.

Ochiq hissadorlik jamiyatini boshqa turdagi jamiyatlarga aylantirish mumkin emas. Yopiq Xissadorlik jamiyati esa o'z aktsiyalariga ochiq obuna utkazish yoki ularni fond bozoriga sotish uchun chiqarish yo'li bilan ochiq Xissadorlik jamiyatga aylantirishi mumkin.

U aktsiyalarga ochiq obuna o'tkazish yoki Xissadorlik jamiyatni yoki boshqa xo'jalik va shirkatchilik jamiyatni Ochiq Xissadorlik jamiyati boshqa jamiyat shakllariga aylantirilishi o'zgartirilishi xisobiga, ochiq aktsiyadorlik jamiyati boshqa shakllarga aylantirilishi mumkin emas. Aktsiyalarga ochiq obuna o'tkazish orqali turdagi Xissadorlik jamiyatini bunyod etish uchun quyidagilar zarur:

- jamiyat tashkil qilish va birgalikda faoliyat ko'rsatish xamda, bitta yoki bir necha shaxsga jamiyatni bunyod etish uchun vakolat berish tug'risida shartnoma to'zish.

- aktsiyalarga obuna o'tkazish, ta'sis konferencisini o'tkazish, jamiyat va uning aktsiyalarini davlat ro'yxatidan o'tkazish.

Jamiyatni bunyod etishdagi xarajatlar, jamiyatni bunyod etilishida paydo bo'lgan javobgarlik jamiyat to'zish tug'risidagi shartnomaga qo'l qo'yan shaxslarga yuklatadi.

- oddiy yo'l bilan - bunda fuqarolar yopiq yoki ochiq xissadorlik jamiyatlarining obyktlarini aukcion orqali yoki konkurs yo'li bilan sotib olish bilan yaratadilar.

- davlat korxonasi mexnat jamoasi tomonidan yopiq xissadorlik jamiyatini bunyod etish va ushbu yuridik shaxs tomonidan korxonani sotib olish yo'li bilan;

- davlat yoki ijara korxonalarini ochiq xissadorlik jamiyatlarga aylantirish yo'li bilan.

Xissadorlik jamiyatlarini vujudga keltirish jarayonlari "Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiy lashtirish", "Xissadorlik jamiyatlari", "Korxonalar", "qimmatbaxo kog'ozlar bozori va fond birjalar" va boshqa qonun va qonun aktlariga asosan boshqariladi.

Barcha jamoa korxonalar uchun (mas'uliyati chelangan, qo'shimcha ma'suliyatli va xissadorlik jamiyatlari) quyidagi umumiy jixatlar mavjud:

- nizom kapitalining tegishli bo'laklarga yoki aktsiyalarga majburiy bo'lim;

- jamiyatning o'z majburiyatlari bo'yicha cheklangan javobgarligi;

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

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

5 FIRMALAR VA KORPORATSIYALAR

FIRMA - tovar ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish maqsadida iqtisodiy resurslarni ishlatuvchi tashkilotdir. Mulk egasining tavsifiga ko'ra quyidagi turdagi firmalar mavjud: davlat, xususiy tadbirkorlik va kapitalistik firmalar xar bir ochiq xolda ular xo'jalik faoliyatining asosiy maqsadi - qoldiq daromad - mulk egasining, barcha to'lovlar amlga oshirgandan keyingi daromadni ko'paytirish, kiritilgan kapitaldan olinadigan foydani oshirish va mexnatdan keladigan daromadni yuksaltirishdan iboratdir.

Kichik biznesda firmalar odatda yuqori texnologik ishlab chiqarishni bunyod etish bilan band. Ular o'zlariga xos xo'jalik yuritish uslublaridan foydalanadilar. Ularning xo'jalik faoliyatini boshqarish strategiyasi to'rtta asosiy qismdan tashkil topgan:

Birinchiidan - taraqqiyot topayotgan va yuqori texnologiya ega bo'lgan firmalar raqobati qiziqmaydilar, shuning uchun ular tor ixtisoslashgan maxsulotlar ishlab chiqarish bozorning yuqori daromadli qismini eg'allashga intiladilağ.

Ikkinchiidan - firmalar istalg'an usul va vositalar bilan o'z xarajatlarini kamaytirishga intiladilar. Masalan, elektronika bilan shug'ullanuvchi firmalar butlovchi maxsulotlarni yirik ishlab chiqaruvchilardan sotib olib, o'z sarf-xarajatlarini iloji boricha kamaytirishga xarakat kiladilar.

Uchinchiidan - kichik firmalarning kupchiligi ishlab chiqarishni bitta maxsulot texnologiya atrofida uyushtiradilar. Ularning vazifasi ushbu maxsulot yoki texnologiyani iste'molchilarning o'ziga xos extiyojlariga moslashtirishdan iborat bo'ladi. Kichik firmalarning yiriklaridan asosiy farqi xam ana shunday bo'lib, katta gurux iste'molchilar extiyojlarini qondirish niyatida asosan standart maxsulotlar ytkazib berishga, ya'ni xaridorlar talabiga ta'sir qilishga xarakat kiladilar.

Turtinchiidan- deyarli barcha firmalar iloji boricha begona kapitalni qamrab jalb qilishga, o'zlarining mustaqilligini saqlab qolishga xarakat qiladilar. Mutaxassislar fikricha, kichi firmalarga faoliyati va taraqqiyoti maqsadlariga maxsulot va texnologiya taraqqiyoti bilan birga ularning mustaqillik va shaxsiy ijtimoiy-madaniy iqlimga intilishi xosdir.

Korporatsiya - bu umumiy kasbiy yoki tabakaviy manfaatlari asosida birlashgan shaxslar jamiyati, uyushmasi yoki guruxidir. Xorijiy mamlakatlar amaliyotida ular qatoriga, odatda, Xissadorlik jamiyatlari xam kushiladi. Tijorat va notijorat korporatsiyalar bo'lishi mumkin. Notijorat korporatsiyalarga xokimiyat, shaxar, municipal, siyosiy taxkilotlar, xamda xayriya, diniy, maorif va shunga o'xshash muassasalar kiradi. Tijorat korporatsiyalar Xissadorlik jamiyatlari kabi ochiq va yopiq turlarga bo'linadilar, Ochiq korporatsiyada qo'shimcha kapitalni jalb etish cuxun aktsiyalar yorqin sotiladi. Barcha yirik korporatsiyalar ochiq bo'ladilar.

Barcha bozor iqtisodi Tarakkiyot topgan davlatlarda korporatsiyalar xamma ishlab chxiqarish soxalarida nufo'zli o'rin eg'allaydilar. Odatda korporatsiyalar kata biznes bilan bog'langan, ammo ular orasida kichik firmalar xam bo'lishi mumkin.

Korporatsiyalarning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat.

- bozor konyukturasinni asosiy vazifalari strateg'iyasini aniqlash;
- ilmiy-texnikaviy Taraqqiyot dasturlarini amalga oshirish orqali erishilgan fan-texnika taraqqiyoti natijalarini ishlab chiqarishga tadbiiq qilish;
- resurslarni va korporatsiyalarning xo'jalilararo korxonalarida ishlab chiqarilgan narsalarni markazlashtirilgan xolda taqsimlash va o'zining xususiy tijorat bo'linmalari orqali tarqatish ;
- xo'jalik mexanizmini takomillashtirish va boshqalar.

6 XOLDING KOMPANIYASI.

XOLDING - bu mulk egalari tomonidan bir qancha mustaqil Xissadorlik jamiyatlari faoliyating nazorat qilish maqsadida bunyod etilgan jamiyatdir. Xoldingga birlashgan korxonalar, odatda, shuba korxonalar deb ataladi. Xolding yoki bosh xolding kompaniyasi o'zining shuba korxonalarini aktsiyalarining nazorat paketlarini o'zida jamlash yo'li bilan moliya kapitalni to'playdi. Aktsiyalardan olinadigan dividentlar uning asosiy daromadi xisoblanadi. Xolding kompaniyasi o'z navbatida o'z aktsiyalarini chiqarib Xissadorlik jamiyati shaklida xam namoyon bo'lishi mumkin. Xolding qatnashchisining omonati pul mablag'lari, kimmabaxo qogozlar, asosiy vositalar yoki boshqa moddiy boyliklar shaklida bo'ladi. Omonatlar kiymati barcha xolding qatnashchilari ishtirokida baxolanadi.

SHuba korxonalar ko'pincha korxonaning rivojlanib borishi davomida bosh korxonalar tomonidan tashkil qilinadi va to'la mustaqilikka eg'a bo'lg'an yuridik shaxs sifatida faoliyat ko'rsatadu. Ammo, bosh korxonalar (kompaniya) shuba korxonalar aktsiyalarining asosiy qismi (nazorat paketi) egasi sifatida uning faoliyatiga ta'sir o'tkazishi mumki.

Xolding` kompaniyalri mustaqil faoliyat ko`rsatuvchi aloxida korxonalar aktsiyalari nazorat paketi davlatga tegishli bo`ladi. xolding kompaniyalri ikki xil bo`lishi mumkin:

- moliyaviy xolding. U asosan nazorat boshqaruv vazifasini bajaradi;
- aralash xolding` - turli xil xo`jalik faoliyati savdo- sotiq bilan shug`ullanadi.

Mamlakat qonunchiligiga asosan xolding` kompaniyalri kqyidagicha tashkil etilishi mumkin:

- yirik korxonalarini kayta tashkil kilishda ularning` tarkibiy bo`limlarini mustaqil yuridik shaxs (shu`ba korxonalar) sifatida bunyod etish yo`li bilan;
- yuridik jixatdan mustaqil korxonalarining` aktsiya paketlarini birlashtirish yo`li bilan ;
- yang`i xissadorlik jamiyatlari ta`sis etish yo`li bilan .

Xolding` kompaniyalarini shakllantirish jarayoni mulkni korxonaning` integ`racion tarkibini saqlab kolg`an xolda davlat tasarrufidan chiqarishning` bir vositasi sifatida ko`llanishi mumkin. Davlat xoldingida aktsiyalar nazorat paketi davlat mulkiga, shuba korxonalar aktsiyalari esa bosh xolding kompaniyasining mulkiga aylanadi. Davlat o`z aktsiyalari paketi doirasida aktsiyador korxonalar faoliyatini nazorat qiladi. Xolding` aktsiyalarining` kolgan qismi mexnat jamoalari azolariga , xolding` ta`minotchi va istemolchilariga, banklarga, xorijiy investorlarga, yorqin savdo yoki obuna qilish yo`li bilan fuqarolarga sotilishi mumkin.

Quyidagi faoliyat soxalarida xolding kompaniyalari bunyod etilishiga ruxsat etilmaydi:

- ishlab chiqarish vositalari va iste`mol tovarlari savdosida;
- qishloq xo`jaligi ishlab chiqarishi, qishloq xujaligi maxsulotlarini qayta ishlash va qishloq xujaligi ishlab chiqarishining moddiy texnikaviy ta`minotida;
- umumiy ovkatlanish va axoliga maishiy xizmat ko`rsatishda ;
- transportda (temir yo`l, quruvli transport va faqat xalqaro yuk tashish bilan shug`ullanuvchi korxonalaridan tashqari).

Xolding kompaniyalarini tashkil etishda bundan boshqa cheklanishlar xam mavjud .

Bunyod etilayotgan xolding kompaniyalri avvaldan ishlab kelayotgan konceri, korporatsiya, assocatsiya yoki boshqa birlashma va korxonalri xamda davlat boshqaruv org`anlarining xuquqiy vositalari bo`la olmaydilar. Xolding tashkil qilishning muxim sharti

- korxonalar birlashuvinning` ihtiyoriy bo`lishi zarurligidir. Xolding ichida ma`muriy - buyrukbozliê munosabatlari bo`lmasligi lozim.

6.OFFSHOR KOMPANIYASI.

OFFSHOR KOMPANIYASI - bu imtiyozli soliq to`lash (yoki butkul tulamaslik) xududida bunyod etilgan korxonalar bo`lib u ruyxatga olingan joyda barkaror turmaydigan shaxslarga tegishlidir. Ko`pgina davlatlarda xorijiy investiciyalarini ko`prok jalb etish maqsadida kiritilgan omonatlar xaqidagi axborotning qonunchilik yokiananaviy kafolatlar yo`li bilan konfidensialligini (oshkor etilmasligini) tamin etuvchi va qator imtiyozlar berish tizimi bunyod etilgan bo`lib, bu tizim xorijiy tadbirkorlarga ularning tadbirkorlik faoliyatini mazkur davlat xududida olib boorish sharti bilan joriy qilinadi. "Offshor zonasi" deb nom olgan bunday xududlarga G`arbiy Evropada - Gibraltar, Irlandiya, genua, Djersi, Malta, Olderna orollari, xamda, bazi bir qo`shimcha shartlar bilan Lyuksemburg va Lixtenshtyen davlatlari; yaqin sharqda - Kipr, Baxrayn, Birlashgan Arab Amirliklari va Livan; o`zoq sharkda - Gonkong, Singapur, Labudan oroli (Malayziya); Markaziiy Amerika Krib deng`izida – Bag`am orollari , Britan , Virgin orollari, Tyurke va Kokos orollari, Kaymanovlag orolari, Niderland , Antil orolari, Beliz, Neviye, Kosta -Rika, Grenada, Panama, Antigua, Arube; Afrikada - Liberiya, Mavrikiy va boshqalar. Turli ma`lumotlarga ko`ra, dunyoda 30-50 atrofida offshore xududi soliq gavanlari (bandargohlari) ma`lum.

Odatda, offshor korxonasi mas`uliyati cheklangan jamiyat yoki kompaniya shaklida bunyod etildi. Ammo, offshor faoliyati uchun boshqa tashkiliy-xuquqiy shalar xam yuk emas,

masalan, shirkatchilik, xorijiy kompaniyaning` shaxobchasi shaklida xam bo'lishi mumkin. Ba'zi bir davlatlar va tayyor kompaniyani tezkorlik bilan sotib olish yo'li bilan "offshor" tashkil qilish mumkin. Bunda nizom kapitalining` eng kam ulchami bevosita va bilvosita qonun bilan belgilanishi (Kipr, Irlandiya, Gibraltar) yoki umuman chegaralmagan bo'lishi mumkin (G'onkong, Maday).

Offshor kompaniyasining soliq to'lash tartibiga ta'sir ko'rsatuvchi asosiy shart bu uning rezident va rezident emaslik maqomidir. Bunda nazarda tutilayotgan narsa korxonalar boshqaruv idoralarining, uning ro'yxatdan o'tgan xududiga nisbatan, o'rmonda joylashgan joyidir. Norizident kompaniyalarining` rezidentlardan farqi shundaki, ular o'zlari joylashgan xududdan turib boshqariladi. Norizident kompaniyalar amalda maxalliy soliq to'lash tizimidan butunlay chiqariladi. Bu kabi kompaniyalarning o'zlari ro'yxatdan utgan joyda o'ziga tegishli ofisi bo'la shart emas, ba'zi bir davlatlarda esa, buxgalterlik xujjatlarini olib borishdan va xissadorlar reyestrini yuritishdan xam ozod qilingan. Bu xolda, korrespondencialarni qayta ishlash va yillik moliyaviy xisobotlarni tayorlash majburiyatlari maxsus firmalar zimmasiga yuklatiladi. Kompaniyani uning egasi yr sharining xar qanday nuqtasidan turib bevosita boshqarishi mumkin. Soliq boshqa tulovlardan imtiyozlar kompaniyaning` mulki va unda ishlovchi xorijiy ishchilarga nisbatan joriy qilinadi, ba'zi bir hollarda esa ishx xaqqlaridan olinadigan soliqlardan xam ozod qilinishi mumkin. Kompaniyaning moliyaviy faoliyatida valyuta bo'yicha cheklanishlarning bo'lmagani sababli olingan daromad istalgan turdagi valyutada yorqin olib chiqib ketilishi mumkin. shu sababli, offshor kompaniyalari, go'yoki kapitalni qochirish uchun bunyod etiladi, degan noto'g'ri fikrlar keng tarqalgan. Bu fikrda qandaydir darajada xaqiqat bor, chunki bu kabi korxonalarining bir qismi xaqiqatan xam kapital yigish uchun mo'ljallangan sifatida faoliyat ko'rsatadi. Ammo, offshor kompaniyalarining` ko'pchiligi xaqiqiy xo'jalik faoliyatini amalga oshirish va savdo operaciyalarini moliya bilan ta'minlash, xizmat ko'rsatish, investitsiyalarni boshqarish kabi faoliyatlar bilan shug'ullanadilar. Ular ichida ko'plari bizning` respublikamizga moliyaviy kuyilmalar, tovarlar va texnologiyalar ko'rinishida kapital jalb qilishda yordam berishlari mumkin.

8. SHO'BA KORXONALAR , SHAXOBCHA (VAKOLATXONA) LAR , XORIJIY KORXONALAR.

SHO'BA KORXONALAR - bu korxonalar yuridik shaxs tomonidan bunyod etilgan bo'lib, xar qanday mulk shakliga ega bo'lishi mumkin. Ularning bunyod etilishi uchun quyidagi majburiy shartlarga rioya qilinishi kerak:

- bunyod etilayotgan shuba korxonaga mulkni yoki uning bir qismini berish ;
- shuba korxonaga beriladigan mulkka, mulk egasining yoki uning vakolatiga ega bo'lgan idoraning roziligining bo'lishi;
- ta'sis korxonasi shuba korxonaga beriladigan mulkka egalik qilmasligi.

Sho'ba korxonani bunyod etish va uni ro'yxatdan o'tkazish asosiy korxonalar tashkil qilinishi tartibida o'tkaziladi. Sho'ba korxonalar ta'sischi korxonalar kabi xuquq va imtiyozlardan foydalanadilar va javobgarlikka ega bo'ladilar. Ta'sischi va shuba korxonalar o'rtasidagi munosabatlar ta'sis xujjatlari asosida tartibg'a solinadi.

Xar qanday shakldagi mulkka ega bo'lgan korxonalar o'z shaxobchalarini (vakolatxonalarini) bunyod etishga xaqqidirlar. Ular yuridik shax bo'la olmaydilar va ular xaqqidagi raxbar tasdiqlagan nizom asosida faoliyat ko'rsatadilar.

SHaxobcha yoki vakolatxona bankda xisob yoki joriy xisob raqamlarini ochishi mumkin. Ularga korxonalar nomidan xo'jalik shartnomalarini to'zish xuquqi beriladi. SHartnoma bo'yicha javobgarlik korxonalar zimmasiga yuklanadi.

SHunga uxshash bo'linmalar nizomda ko'zda to'tilgan bitta yoki bir necha faoliyat turlarini amalga oshirish niyatida maxalliy sharoitlarni aniq xisobga olgan xolda bunyod etiladi. SHaxobcha va vakolatxonalar yangi ish bog'ishlagan tadbirkorlarning o'z ishlarini

mustaqil olib boshlagan tadbirkorlarning o'z ishlarini mustaqil olib borib, asta sykinlik bilan kichik biznesga kirib borishlari uchun sharoit yaratib berish vazifasini bajaradi, chunki shaxobchalar va bosh korxonalar urtasidagi munosabatlar odatda xo'lik ichidagi xo'jalik xisobi asosida ko'rildi.

Xorijiy firmalar vakolatxonalarida fyda olish faoliyati bilan shg'ullanmasliklari xam mumkin. Ular faoliyati xorijiy firmalar yordamida chet davlatlarda turib moliya bilan ta'minlanadilar. Bu kabi vakolatxonalar faqat vakolatchilik vazifalarini bajaradilar, jumladan xorijiy firmalar vakillari vatanimizdagi sheriklari, davlat idoralari oldida xorijiy firmalar nomidan vakillik qiladilar, shartnomalar to'zadilar, chet davlatlar firmalarning maxsuloti va kursatadigan xizmatini reklama qiladilar. Ammo bu kabi vakolatxonalar o'zlarining faoliyatidan hech qanday daromad olmaydilar. Ammo, ishchining bunday shakllari kupgina xorijiy firmalar uchun mazkur mamlakat bozorini urganishning dastlabki bosqichida katta foyda beradi. U katta investiciyalar talab qilmaydi, mazkur mamlakatdagi iqtisodiy axvolni o'rganishga imkon yaratadi, investisiya qilib naqadar maqsadga muvofiqligini aniqlashga yordam beradi.

Xorijiy korxonalar - bu yuridik shaxs -nerezident xisoblanadi, uning nizom kapitalida faqat xorijiy capital ishlatiladi. U xorijiy investor tomonidan bevosita ta'sis etilishi yoki respublikadagi mulk egalardan konvertacijalanuvchi valyutaga sotib olingan mulk egalardan konvertacijalanuvchi valyutaga sotib olingan mulk asosida bunyod etilishi mumkin. Xorijiy korxonalar, shuningdek mazkur xududda amal qiluvchi valyuta asosida xam tashkil qilinishi mumkin. Buning uchun bu valyuta shu davlatga xorijiy investiciyalardan yoki ruxsat etilgan tijoratchilik faoliyatidan olingan daromad ko'inishida bo'lishi, yoki konvertacijalashtirilgan valyutaga respublika banklarida almashtirilgan bo'lishi kerak.

Xorijiy korxonalar faoliyati daromad olishga yo'naltirilgan bo'lishi kerak. Ulardan mamlakat korxonalariga belgilangan tartibda soliq olinadi. Soliq imtiyozlar amladagi qonunchilik doirasi joriy qilinadi.

Xorijiy korxonalar shu soxada vakolati bo'lgan banklarda xisob raqami ochish xuquqiga ega. Xisob xorijiy va milliy valyutada ochilishi mumkin. Milliy valyuta xususiylashtirish maqsadida, xom ashyo. Tovarlar sotib olish uchun ishlatilishi mumkin. Ammo, bu mablag xorijiy korxonaning respublika xududidagi xo'jalik faoliyati xisobiga topilgan bo'lishi kerak. Xorijiy investiciyalarga asoslangan korxonalarining mablag'lari, shuningdek, banlarga sug'urta kompaniyalariga, korxonalariga, ularning ulushi nizom kapitalini 50% dan oshmasligi sharti bilan ko'yilishi mumkin.

9. KONSALTING` BIRLASHMALARI.

KONSALTING - bu ishlab chiqarishga ish yo'zasidan xizmat ko'rsatish soxasida ixtisoslashgan firmalarning o'z mijozlariga maslaxat xizmati ko'rsatish va texnikaviy loyixalarni ekspertiza qilish bilan bog'lik iqtisodiy faoliyatdir. Kichik biznesda konsalting birlashmalari tarakqiy topgan maslaxat xizmati bozorini bunyod etish yo'li bilan tadbirkorlik faoliyatining tarakkiyotiga yordam ko'rsatadi. CHunki, kabi xizmatlarni aloxida firmalar talab darajasida amalga oshira olmaydilar. Bunday firmalarning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat: "Yag`ona axborot- so'rovnomalar fondini yaratish va yagona reklama strategiyasini amalga oshirish yo'li bilan ularning a`zolari faoliyatini umum maqsadlar yo'lida jamlash;

" Maslaxatchilik tashkilotlarini tarakkiy topishiga va xorijiy investisiyalarni jalb etishga ko'maklashish;

" Tadbirkorlik tashabbuslarini amalga oshirish uchun sheriklar tanlash;

Konsalting birlashmalarning kichik biznes soxasida keng tarkalgan maslaxat xizmati turlari quyidagilardan ibarat:

" Barcha mulk shakllaridagi korxonalarini ro'yxatga olish uchun ta'sis xujjatlarni tayyorlangan bo'yicha maslaxatlar berish;

- Marketing bo'yicha izlanishlar o'tkazish;
- Xususiylashtirish, aksionerlashtirish dasturlarini ishlab chiqish;
- Tashqi iqtisodiy faoliyat bo'yicha maslaxat berish;
- Reklama strategiyasini ishlab chiqish, reklama materiallarini tayyorlash va ularni tarkatish;
- Xuquq,moliya,tashkiliy,boshqarish masalalari bo'yicha maslaxatlar berish;
- Aqliy (intellektual) mulkni ximoya qilish masalasi bo'yicha maslaxatlar berish;
- Xizmatchilarni tayyorlash va malakasini oshirish;
- Tadbirkorlik va kichik biznesni taraqqiy toptirishga xizmat qiluvchi tadbirlarni o'tkazish;
- Firma ish uslubini ishlab chiqish;
- Xafsislik texnikasi, ishlab chiqarish sanatoriyasi, madaniyati, atrof muxitni ximoya qilishmasalalari bo'yicha maslaxatlar berish;

Investisiyalarnu jalb qilish,imtiyozli kredit olish,zaruriy resurslarni va kapitallarni sotib olish bo'yicha va boshqa maslaxatlar berish;

Zarurat tug'lsa konsalting birlashmalari kichik biznes korxonalar raxbarlari va mutaxassislarining malaka oshirish ishlarini tashkil etishi xam mumkin.

Konsalting birlashmalari ko'pchilik xollarda savdo-sanoat palatasi, respublikaning Milliy va tijorat banklari bilan yaqindan aloqa urnatadi.Bu esa,ularning axborot xizmati bozorini shakllantirish yo'lida amalga oshirilayotgan ishlari darajasini orttiradi va kichik biznes taraqqiyoti uchun sezilarli o'lush ko'shadi.

Takrorlash uchun savollar

Mavzuga oid tayanch iboralar:

Xususiy tadbirkorlik, konfidentsialik, kommandit, shirkatchilik, kichik korxonalari, xissadorlik jamiyati, xissadorlik jamiyati turlari, aktsiya, dividend, fond birjalari. Firma, korporatsiya, xolding, xolding kompaniyasi, offshor kompaniyasi, shahobcha, shu`ba (?iz) korxonalari, xorijiy korxonalar, konsalting birlashmalari, yagona axborot

3-MAVZU: TADBIRKORLIK FAOLIYATINI DAVLAT TOMONIDAN XIMOYA KILINISHE

REJA

- 1.Tijoratning siri qonun -qoidalari va uni baxolanish me`zonlari.
- 2.Ixtiro va ratsionalizatorlik takliflari mualliflik xuquqini ximoyalash.Sanoat nusxasi va tovar belgisi.
- 3."Nou-xau".
- 4.Maxsulotni sertifikatlash qilish.Sanoat mulkini ximoyalash xujjatlarini berish uchun to'lov va badallar.

FOYDALANILG`AN ADABIETLAR RUYXATI

1. Karimov I.A. O'zbyokiston XXI asrga intilmoqda. O'zbyokiston.T-1999 yil.
2. Karimov I.A. O'zbyokiston iqtisodiy isloxlarni chuqurlashtirish yo'lida. O'zbyokiston.Toshkent 1998 yil.
3. G`ulomov S.S. Tadbirkorlik va kichik biznes. O'zbyokiston.T-1997 yil.

4. Yo. Abdullaev, F. Karimov "Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari" Toshkent "Mexnat" 2000 yil.
5. Tadbirkorlik va kichik biznes. Gulomov S.S. Toshkent 2000 y
6. Tadbirkor yon daftari "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik". Toshkent 1999 y.
7. Muxiddinov D.M., Xamroqulov O.M. va boshqalar "Tadbirkorlik asoslari "fanidan o'quv qo'llanma, Buxoro 2002 yil "Muallif"

1. TIJORAT SIRI QONUN KOIDALARI VA UNI BAXOLASH MEZONLARI

Bozor iqtisodiyotida axborot tovar xisoblanadi. Uni olish, saqlash, birovga etkazish va ishlatish tovar-pul munosabatlari qonun lariga bo'ysunishi kerak. Xar bir mulk egasi o'z manfaati va tijorat sirini saqlash va ximoya qilish xuquqiga ega.

Xo'jalik yo'rituvchi sub`ektlarning tijorat siri bu - davlat siri bo'lmagan ma'lumotlar bo'lib, u ishlash chiqarish, texnologiya, axborot, boshqaruv, moliyaviy, tashkil iqtisodiy, ilmiy texnikaviy va boshqa faoliyatlar bilan bog'lik va ruxsatsiz oshkor qilinishi va ishlatilishi korxonaning yoki tadbirkorlarning manfaatiga zarar keltirishi mumkin bo'lgan ma'lumotlardir.

Tijorat siriga ega bo'lish xuquqi tadbirkor va korxonaning iqtisodiy xayotiga davlat aralashuviga cheklanishi, boshqa bozor munosabatlari sub`ektlari bilan bo'ladigan o'zaro aloqalarida ular manfaatining davlat tomonidan ximoya qilinishi demakdir.

Tijorat sirining davlat va xarbiy sirlaridan farki shundaki, u aniq xo'jalik yo'rituvchi sub`ektning mulkidir. Uning asosiy vazifasi ishbilarmon yoki korxonaga uchun raqobat kurashida iqtisodiy ustivorlikni ta'min etishdir.

Tijorat siri bo'lib xisoblangan ma'lumotlarning tarkibi va xajmi xamda ularni ximoya qilish tartkibi xo'jalik yurituvchi sub`ekt raxbari tomonidan belgilanadi. Tadbirkorlik yoki korxonaning tijorat siri xisoblangan faoliyat turlari xukumat tomonidan aniqlanadi.

Xo'jalik yurituvchi sub`ektlarning tijorat siri xisoblanuvchi va saqlanishi kerak bo'lgan ma'lumotlari quyidagi baxolash mezonlariga to'g'ri kelishi kerak:

- ulardan ochiqdan - ochiq foydalanish korxonaga ziyon keltirish bilan bog'lik;
- ular qonun asosida xammaga ma'lum yoki xamma foydalanishi mumkin bo'lgan ma'lumot bilan xisoblanmaydi;
- korxonalar iqtisodiy va boshqa samarani ko'zda tutgan xolda ularning konfidentsialligini saqlash chora tadbirlarini amalga oshirishi mumkin;
- Ushbu ma'lumotlar ximoyalashga muxtoj, chunki ular davlat siri xisoblanmaydilar, mualliflik yoki patent xuquqi bilan ximoyalanganlar;
- Ushbu ma'lumotlarning oshkor qilinishi davlatga zarar etkazmaydi;

Xar qanday korxonada tijorat sirini ximoya qilish tizimini yaratishda quyidagi ishlarni to'g'ri tashkil etish kerak bo'ladi:

- materiallar tayyor maxsulotlar va ayniqsa, tajriba nusxalarining ba'zi bir turlarini xisobga olish va ximoyalash;
- tijorat siriga ega bo'lgan xujjatlarni yuritish (xisobga olish, saqlash, ishlatish va yuk qilish koidalari);
- nusxa ko'chiruvchi va xujjatlarni ko'paytiruvchi vositalarni nazorat qilish;
- aloqa vositalari va xisoblash mashinalaridagi tijorat sirini ximoya qilish;
- konfidentsial axborotlarni o'z atishda aloqaning ochiq kanallaridan foydalanish tartibi;
- asosiy imorat va inshootlarni, korxonaning xududini, ayniqsa uni ximoya qilish;
- begona shaxslarning ushbu korxonaga kelib ketishini nazorat kiladi.

SHuni ta'kidlash kerak-ki, korxonaning tijorat sirini bilish raqobatchi va boshqa kizikuvchishan tomonidan xamma vakt xam faqat xuquqga Karshi usullar bilan amalga oshirilavermaydi. Dunyoda zaruriy va konfidentsial axborotlarni ochiq xuquqiy usullar bilan olishning yaxshi yo'lga qo'yilgan mexanizmi xam mavjud. Bu ochiq nashrga va efirga tushib turgan axborotni taxlil qilishdir. Ular ichiga keng tarkalgan va sodda usullarga quyidagilar kiradi:

- tadbirkorning ochiq matbuotdagi maqolalari , korxonalar xizmatchilarining turli xil konferentsiallarida , seminarlardagi nutqlari, xar xil yarmarka va ko'rgazmalardagi eksponatlar, tovar va fond birjalaridagi savdolari natijalari xaqidagi ma'lumotlar, bo'sh ish o'rinlari to'g'risidagi e'lonlar va bo'sh lavozimlarga konkurslar e'lon qilish to'g'risidagi ma'lumotlari va boshqalar.

2.IXTIRO VA RATSIONALIZATORLIK TAKLIFLARI MUALLIFLIK XUQUQINI XIMOYALASH.

Davlatimizning qonun xujjatlariga binoan xuquqiy ximoya ixtirochilarga, agar u Yangi ixtirochiga darajasiga ega va sanoatda ishlatilishi mumkin bo'lsa beriladi. Ixtiro, Yangi deb, agar u ariza beriladi kungacha, uning va shunga o'xshash karorning mohiyati mamlakat yoki xorijda ochilmagan bo'lsa tan olinadi.

Sanoatda "ko'llash" deb tan olinadigan echim agar u biror soxa tarmog'iga tegishli bo'lib, berilgan echimga asosan u butunlay boshqa maqsadlarda ushbu yoki boshqa soxa tarmoqlarida , butunlay boshqa ijobiy samaraga erishish orqali amalga oshgan bo'lsa , u ixtiro deb tan olinadi.

Ixtiro ob'ekti quyidagilardan iborat:

- "ko'rilma";
- "usul";
- "modda";
- "mikroorganizm shtammi";
- o'simlik va xayvonlarning yangi xujayralari;
- avvaldan ma'lum ko'rilma, usul, moda yoki shtamppi butunlay boshqa maqsadlarda ko'llash (ishlatish).

Quyidagilar ixtiro deb tan olinmaydi:

- ilmiy nazariyalar;
- xo'jalikni tashkil qilish usullari va uni boshqarish;
- shartli belgilar, jadvallar, qoidalar;
- aqliy operatsiyalarni bajarish usullari;
- algoritmlar, informatsion dasturlar (IXMlar uchun);
- imorat, inshoot va xududlar loyixalari va planirovka sxemalari;
- estetik talablarni kondirishga karatilgan va maxsulotlarning faqat tashqi ko'rinishiga tegishli takliflar;
- jamiyat manfaatlari, insonparvarlik va axloq printsiplariga oid echimlar.

Oshkor qilinishi mamlakat xavfsizligiga zarar etkazuvchi ma'lumotlarni o'z ichiga olgan ixtirochilar Respublika Vazirlar Maxkamasi tomonidan o'rnatilgan tartibda maxfiylashtirilishi zarur.

Ixtironing muallifi deb o'zining ijodiy mexnati evaziga uni yaratilgan fuqaro tan olinadi. Agar ixtiro bir necha fuqarolarning birgalikdagi mexnati evaziga yaratilgan bo'lsa, unda ular barchasi xam mualliflar deb xisoblanadilar. SHERIKCHILIK bilan yaratilgan ixtiroga berilgan xuquqdan foydalanish tartibi va mualliflarning kelishuvi bilan aniqlanadi.

Sanoat nusxasi - bu maxsulotning tashqi ko'rinishiga taalluqli bo'lgan badiiy va badiiy-konstruktorlik echimidir. Sanoat nusxalari xajmli (buyurtma shaklda; ya'ni model), t'okis yo'za (rasm) va aralash (kombinatsiyalashgan) ko'rinishda bo'lishi mumkin.

Agar sanoat nusxasi yangi, original va ko'llashga yaroqli bo'lsa, unga nisbatan xuquqiy ximoyalash joriy qilinadi. Bu sifatlar quyidagi xollarda tan olinadi:

- axamiyatli belgilar majmuasi mazkur mamlakat va chet ellarda qaror prioritet sanasi (ya'ni ariza qabul qilingan sana) gacha bo'lgan muddatda ma'lum bo'lmasa;
- axamiyatli belgilar va (yoki) ularning kombinatsiyasi o'ziga xosligi bilan ajralib turadi;

- xo'jalik faoliyatiga joriy qilinganda uni sanoat usulida va tegishli maxsulotda takror ishlab chiqishi mumkin bo'lsa.

Tovar belgisi - bu shunday belgilarki, ular bir xildagi tovar va xizmatlar ishlab chiqaruvchi yuridik va jismoniy shaxslar maxsulotlarini o'zaro ajratish uchun xizmat qiladi.

Tovar belgisi sifatida so'z, tasvir, xajmiy shakl va boshqa belgilar yoki ularning kombinatsiyalash ro'yxatga olinishi mumkin. Tovar belgisi istalgan rang yoki ranglar uyg'unligi bilan ifodalanishi va ximoyalanishi mumkin.

Tovar belgisi quyidagi vazifalarni bajaradi:

- tovar va ishlab chiqaruvchini individuallashtirish;
- boshqa ishlab chiqaruvchilarga o'xshash tovar belgisini qo'llashni takiklovchi reklama va xuquqie ximoya vazifalari.

Kuyidagi, faqat belgilashlarni o'z ichiga oluvchi tovar belgilarini ruyxatga olishga yul kuyilmaydi:

- farklovchi belgilari bo'lmagan (ya'ni boshqa belgilardan butunlay fark kiluvchi aloxeaa belgilari bulmag'an) tovar belgilari;

- davlat g'erbi, bayrog'i va nishonlari, davlatning rasmiy nomlari, xalkaro, xukumatlaragi tashkilotlarning bayroklari, nishon(emblema)lari, ularning kiskartirilgan yoki tula nomlari, rasmee nazorat, namuna tamg'alari va boshqa fark belgilari.

- ma'lum turdagi tovarlarning xammag'a ma'lum va urfg'a aylangan belgilar qatoriga kiraaeeai belgilar;

- tovarlarning turi, sifati, mikdori, xususiyatlari, muljallanishi, kiymati, axamiyati, xamda ularni ishlaa chiqarish yoki sotish xususiyatlarini kursatuvchi va urf-odatga aylangan ramziy belgi va atamala.

Yuqorida kursatilgan belgilar ximoya kilinmokchi bulgan tovar belgisining ximoya kilina, daai elementlari xisoblanmasa, tegishli muassasa yoki ularning eg'alari rozilig'i bilan tovar belgilage tarkibiga kushilishi mumkin.

Tovar belgilarini yoki ularni belgilash elementlarini ruyxatdan utkazish kuyidagi xollarda ma'n etiladi:

- tovar yoki ishlab chiqaruvchi tugrisida yolgon yoki iste'molchini chalgituvchi aaeeega;

- ma'nosiga kura jamiyat manfaatiga, insonparvarlik va axlok koidalariga karama-karshi turua+e belgilar;

- respublikada mashxur bulgan fan, adabiyot va san'at asarlari yoki ularning kismlarini o'zida mujassamlovchi belgilar muallif yoki uning vakilining rasmiy rozilig'i olinmag'an bulsa.

Tovar belgisini ruyxatdan utkazish xorijiy davlatlarda xalkaro darajada xam amalga oshiriloe mumkin. Arizalar respublika katnashadigan xalkaro shartnomalar asosida olib boriladi. Tovar belgisi jamoa belgisi sifatida xam ruyxatdan utkazilishi mumkin.

Jamoa belgisi ittifok, kontsern yoki boshqa xujalik birlashmasining ishlab chikarilayotgan, ee sotilayotgan bir xil sifat va tavsifga eg'a bulgan tovarlarni belgilash uchun kullanadi. Ushbu belae aa undagi foydalanish xuquqi beg'ona shaxslarga berilishi mumkin emaa.

Tovar va jamoa belgilar reestiriga va eg'alik guvoxnomalarga umumiy ma'lumotlarga kuoe+à ravishda ulardan foydalanish xuquqi bulgan yuridik, jismoniy shaxslar xakidagi ma'lumotlar xam kiritiladi. Ushbu ma'lumotlar, jamoa belgisi joriy qilinadigan tovarlarning umumiy tavsiflari tug'risidagi kiskacha ma'lumotlar Respublika Patent idora tomonidan maxsus rasmiy byulletenda bosib chikariladi.

3. "NOU-XAU"

Bozor munosabatlari tarakkiy topgan sari nafaqat patent ximoyasiga eg'a bulgan, balki ular ichèaa favkulodda xuquqga eg'a bulgan, balki ular ichida favkulodda xuquqga eg'a bulgan patent. Nou-xau bilan ximoya kilingan yang'iliklar kata axamiyat kasb etib bormokda. nou-xau (ing'liz+à know-how - "qandaylig'ini bilaman") - bu aloxida bilim, tajriba, texnik, texnolog'ik tijorat, boshqaruu, moliyaviy va tavsifdagi malaka bo'lib u tijorat kiymatiga eg'a va ishlab chiqarishda, mutaxassislèe amaliyotida ishlatilishi mumkin, ammo patent ximoyasi bilan

tàminlanmag`an, ularni birovga berèø uchun maxsus litsenziya shartnomasi va boshqa turdag`i bitimlar to`zilg`anda aloxida ko`rsatib utilaèè.

Bu texnolog`ik jarayonlarning` tartibi, uslublari va ulchamlari, mikroelementlar, ug`itlar, reaktivlåg` konstkurtsiya kurilmalari xususiyatlari xakidag`i ma`lumotlar unsurlari bo`lib, ularni yaxshi bilib olmasdan turib, yang`i navlarni , xayvonlar nasllarini, texnik vositalarni, texnologiyalarni ularning nusxalari, patent va bosib chikarilg`an ma`lumotlarga karab ishlab chikish mumkin emañ.

Nou-xauning` belg`ilaridan biri uning` konfidentsiallig`idir, ya`ni Ushbu bilimlarni Tula xajmda faèèò uning eg`asi biladi, xolos.

Ushbu axborotning` ba`zi bir elementlari xar xil manbalarda bo`lishi mumkin.Barcha ma`lumotlarni yigish, umumlashtirish, kullash mashakkatli va o`zok vakt xamda mablag` talab kiladiki, uni bevosita egasidan olish sezilarli iqtisodiy yoki boshqa samara beradi.SHuning` uchun nou-xauni sotib oluvchi o`zining raqobatchilari oldida ma`lum ustunlikg`a eg`a bo`ladi va buning` uchun u nou-xau egasiga bitimda ko`zda tutilg`an mukofotni tulaydi.

Tijorat amaliyotida nou-xau xuddi ixtirog`a beriladig`an patent, sanoat nusxalari, tovar belgilariga berilg`an shaxodatnoma, ratsionalizatorlik taklifig`a beriladig`an mualliflik xuquqi kabè korxonaning` yoki xususiy shaxsning` mulki xisoblanadi.Uni boshqa shaxslarg`a berish litseicèy shartnomasi asosida patentdan aloxida karov va montajni talab kiladig`an buyumlardan foydalanish xuquqi kabi korxonaning` yoki xususiy shaxsning` mulki xisoblanadi.Uni boshqa shaxslarga berio litsenziya shartnomasi asosida patentdan aloxida karov va montajni talab kiladig`an buyumlardaí foydalanish xuquqi bilan birg`alikda berish yo`li bilan amalg`a oshiriladè.

Litsenziya shartnomasida bir necha patentlarning` ular bilan bog`lik bulg`an nou-xau bilan birgalikàà berish ko`zda tutilishi, litsenziyalang`an maxsulotni yorqin eksport kilish , uni kisman va tula takiklash tug`risida kelishilishi mumkin.

"Nou-xau"ni ruxsat olmasdan ishlatilishdag`i javobg`arlik uni olg`an shaxsning` nopokligi isbot etilgan sharoitda yoki litsenziatlar tomonidan maxfiylik shartini bilmasdan bo`zgan xollarda yo`zaga keladi.

4.MAXSULOTNI SERTIFIKATSIYA KILISH VA MULKINI XIMOYALASH UCHUN TULOV VA BADALLAR.

Sertifikatsiya - bu mos kelish sertifikati yoki tamg`asi yordamida maxsulot, ish yoki xizmati ma`lum me`yorlarga yoki texnik shartga mos kelishini aniqlash maqsadida qilinadigan xarakatdir. Sifat sertifikati bozor iqtisodiga asoslang`an ilg`or davlatlarda etkazib beriladig`an maxsulotning sifatini tasdiklovchi va ung`a ilova qilinadig`an xujjatdir.U "Xaridor-sotuvchi" soxasida urnatilgaí munosabatlarning` zarur tuldiruvchisi vazifasini bajaradi va dunyo bozorida maxsulotning raqobatbardoshlig`ini oshirishda belg`ilovchi omil bo`lib xizmat kiladè.

Sertifikatsiyag`a o`tish - maxsulot beruvchi va iste`mol kiluvchi shaxslar urtasidagi munosabatlarni takomillashuvig`a g`uvoxlik beradi, maxsulotning` iste`molg`a tula tayyorligiga kaffèò berilishini tàminlaydi.Sertifikatlashni utkazish maxsulotni iste`molchi tomonidan kayta tekshirib kurulishini bartaraf etadi, bu esa iste`molchig`a ma`lum iqtisodiy samara beradi.Ishlab chiqaruvchining maxsulotni sertifikatsiya kilishi uning` mamlakati va tashki bozorda iste`molchi talablarni yuqori sifat darajasida kondirish yo`lig`a o`tishini bildiradi.

Sertifikatsiya maxsulot, i shva xizmatlarning` kuyidag`i xujjatlarga asosan belgilang`an talablåg`aà muvofiq bo`lishig`a karab utkazilishini bildiradi.Sertifikatsiya maxsulot, ish va xizmatlarning kuyidagi xujjatlarga asosan belg`ilang`an talablarga muvofiq bo`lishig`a qarab o`tkazilishi mumkin:

- davlat standartlariga asosan;
- halqaro va xorijiy standartlarga binoan;
- istemolchi tanlangan boshqa meyoriy-texnik xujjatlar bo`yicha.

Ixtiro yoki sanoat nusxasiga patent olish uchun arizani rasmiylashtirish bilan bog'liq yuridik ma'nodaga harakatlar, xamda tovar belgisi uchun guvohnoma, ekspertiza o'tkazish, patent olish va uni saqlash uchun asosiy patent to'lovi olinadigan ishlar ro'yxati, to'lovlar o'lchami, to'lash muddati Respublika Vazirlar Maxkamasi tomonidan o'rnatiladi. To'lovlar va badallar mamlakatning patent maxkamasiga to'lanadi.

Badallar ilmiy - texnika maxsulotini eksport qilish uchun litsenzion shartnomani ro'yxatdan o'tkazish, tovar belgisini, patentni boshqalarga berish tug'risidagi shartnomaga, patent uchun ishonch bildirilgan nomzodlarni attestatsiya qilish va ularga guvoxnoma berish, patentni ishonib topshiriladi shaxs to'g'risidagi ma'lumotlarga o'zgartirishlar, qo'shimchalar kiritish uchun oliy.

Arizachi yoki uchinchi shaxs tomonidan to'langan badal to'lovlari qaytarilmaydi, amma, to'lov to'g'ri amalga oshirilgan-u, lykin ariza berilgan echim Yangi emas deb topilsa, yoki, to'lov xarakatlari mutlaqo noto'g'ri bo'lgan hollar bundan mustasnodir. Bu hollarda arizachi (uchinchi shaxsga) to'lovni qaytarib berishlarini talab qilish yoki boshqa to'lovlar o'rniga xisoblash xuquqi beriladi. bu to'g'ridagi iltimosnoma Davlat Patent idorasiga arizachi to'lovni qaytarilmasligi yoki shartning bajarilmasligi tug'risidagi ma'lumot olgandan sung belgilangan muddatda amalga oshiriladi. Patent tulovlar yigimlarni to'lash tartibi davlat patent idorasi tomonidan urnatiladi.

Takrorlash uchun savollar

Tayanch iboralar

Tijorat siri, raqobatchi, konfidentsial axborotlar, ixtiro, ratsionalizatorlik takliflari, sanoat nushasi, tovar belgisi, jamoa belgisi, sertifikatziya, "nou-xau".

4-MAVZU: TADBIRKORLIK TAVAKKALCHILIGI VA UNI SUG'URTA QILISH USULLARI .TIJORAT XUQUQI ASOSLARI

REJA

- 1.Xo'jalik tavakkalchiligining iqtisodiy asoslar va tavakkalchilik chegaralari.
- 2.Tavakkalchilikni o'lchash uslublari va tavakkalchilik qarorlarni tanlash hamda ularga ta'sir etuvchi omillar.
- 3.Kichik biznesda ba'zi bir xo'jalik tavakkalchiligi turlarini sug'urtalash.
- 4.Savdo bitimlarini tu'zish va vositachilik bitimlarining shartnomaviy rasmiylashtirish.
- 5.SHartnomaviy majburiyatlarining aylanma xujjatlari

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Karimov I.A. O'zbyokiston XXI asrga intilmoqda. O'zbyokiston.T-1999 yil.
- 2.Karimov I.A. O'zbekiston iqtisodiy isloxotlarni chuqurlashtirish yo'lida. O'zbekiston.Toshkent 1998 yil.
3. G'ulomov S.S. Tadbirkorlik va kichik biznes. O'zbekiston.T-1997 yil.
4. Yo.Abdullaev, F.Karimov "Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari" Toshkent "Mexnat" 2000 yil.
5. Tadbirkorlik va kichik biznes. G'ulomov S.S. Toshkent 2000 y
6. Tadbirkor yon daftari "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik". Toshkent 1999 y.
7. Muxiddinov D.M., Xamroqulov O.M. va boshqalar "Tadbirkorlik asoslari "fanidan o'quv qo'llanma, Buxoro 2002 yil "Muallif"

1. XO'JALIK TAVAKKALCHILIGINING IQTISODIY ASOSLAR VA TAVAKKALCHILIK CHEGARALARI.

Kichik biznesda har qanday xo'jalik subekti uchun bozor munosabatlariga o'tish noaniqlik va tavakkalchilikning oshib borishi bilan bog'liq. Korxonalar va alohida tadbirkorlar ichki va tashqi bozorlarda mustaqil shartnoma tuzish huquqini qo'lga kiritganlaridan keyin, birinchi marta, muttasil o'zgarib turadigan bozor konyunkturasi sharoitida xo'jalik faoliyatining muqobil yo'nalishlarini tanlab muammosiga duch keldilar.

Tadbirkorlik muhitiga siyosiy vaziyat, iqtisodiy ahvol, qonunchilik asosi, xalqning ijtimoiy-madaniy saviyasi tarmoqlarning ilmiy texnika taraqqiyoti darajasi, tabiiy-iqtisodiy sharoit va bozorning o'ziga mos tarkibi, ya'ni konyunkturasi ta'sir ko'rsatadi. Agar ko'rsatilgan ishbilarmonlik muhitining har bir elementini tahlil qilsak, u holda ularning hozirgi kichik bazisni darajasini qoniqarli deb hisoblanadi mumkin va u Respublikada kichik biznesning taraqqiyotini ta'minlay oladi. Ammo, mulkni himoya qiluvchi va shartnomalarga amal qilishni kafolatlovchi, qonunchilik tizimining yo'lga, tovarlar harakatini qat'iy tartibga solinishi, eksport uchun maxsus ruxsatnoma litsenziya berish tizimining murakkabligi, eksport uchun boj to'lovlarining mavjudligi, xullas amalda mol-mulkka Davlatning yakka xokimligi kichik biznesda xo'jalik yurituvchi subyektning tavakkalchiligini sezilarli darajada oshiradi.

Tavakkalchilik - yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xavf-xatarga qaramay amalga oshiriladigan faoliyatdir. SHuning uchun, tavakkalchilik deganda bevosita u bilan bog'liq bo'lgan xavf-xatar ham tushuniladi.

Tavakkalchilik tushunchasi murakkab va ko'p qirralidir va uni bir so'z bilan ifodalash qiyin. Umumiy holda xo'jalik tavakkalchiligi, bu inson faoliyatidagi noaniqlik va ziddiyat holati o'lchovidir, u xavf-xatar, omadsizlik, yo'ldan chalg'ish va zarar ko'rish bilan tavsiflanadi. Bu sof tavakkalchilik kategoriyasi bo'lib, unda zarar ko'rish va uni kamaytirish ehtimoli mavjud bo'ladi. Xususi holda ishchanlik operatsiyalaridagi xo'jalik tavakkalchiligi ob'ektiv-sub'ektiv iqtisodiy kategoriyadir. U oqibatda zarar bo'lib chiqishi yoki qo'shimcha samara berishi mumkin (shartli tavakkalchilik). Tadbirkor uchun xos bo'lgan xususiyat, bu shartli tavakkalchilikka borish, ya'ni foyda ko'rishni ko'zlashdir.

Tavakkalchilik faoliyatining amaldagi sohasi, uning tavsif belgilarini boshqarish shakliga xam tavakkalchiligining quyidagi turlarini keltirish mumkin:

" ishlab chiqarish (ob-havo, texnik, texnologik, taqsimlash, tashkiliy, kutilmagandagi o'lim, boshharuv va boshqalar);

" dallaslik (daromadni to'g'ridan-to'g'ri yo'qotish xavfi, bilvosita pulni va mulkiy zarar ko'rish xavfi, fuharolik javobgarligining paydo bo'lish xavfi va boshqalar);

" tijorat (mahsulot etkazib bera olmaslik xavfi, sota olmaslik xavfi, yo'qotish xavfi va boshqalar);

" moliyaviy (kredit, mulkiy, sug'urta, valyutaviy, bank, transaktsion, to'zilmaviy, rasmiy, depozit, narxga bog'liq bo'lgan nolikvid, iqtisodiy, tavakkalchilik ustamasi va boshqalar);

" innovatsion (ijtimoiy, ilmiy-texnika taraqqiyoti natijalarini joriy qilish bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchilik).

Xo'jalik tavakkalchiligining bir necha muhim belgilari bo'lib, ular ichidan quyidagilarni alohida ajralib ko'rsatish mumkin: qarama-qarshilik, muqobillik, noaniqlik.

Tadbirkorlik faoliyatida tavakkalchilik birinchi navbatda haqiqiy xo'jalik holatining avval ko'zda to'tilganidan chetga chiqishi hisobiga yuzaga keladi. Bu esa yoki yo'qotish (zarar) xavfini yuzaga keltiradi, yoki yo'tish imkonini yaratadi. Tadbirkor noaniqlik sharoitida o'zining tavakkalchilikka borishga tayyorligini bildiradi, chunki ish uchun bo'ladigan sarf xarajatlarga kuyib qolish xavfi bilan birga qo'shimcha daromad qilish tavakkalchiligi hammavjuddir.

Yuqori natijalar keltiruvchi haror va harakatlar odatda eng yuqori tavakkalchilik hisoblanadi. SHuning uchun, jasurlik bilan qilinadigan tavakkalchilikning asosiy sharti muvaffaqiyat qozonishga bo'lgan katta ishonchdir. Buning uchun iqtisodiy asos bo'lib ishlab chiqarish va

so'tishning o'zluksizligi, daromadli xo'jalik yuritish, ta'minotchilar va iste'molchilar bilan aloqalarning muvofiqligi, yuqori darajadagi to'lov qobiliyati, taraqqiy topgan moliya tizimi va yuqori aniqlikdagi buxgalterlik hisobi xizmat qiladi.

Tavakkalchilikning iqtisodiy chegarasi mavjud kapitalni ishbilarmonlik g'oyasini amalga oshirish bilan bo'li? sarf-xarajatlar bilan, ish muvaffa?iyatsiz chi??an xolda yo'zag`a kelishi mumkin b'lgan zararlarni hamhisobg`a olg`an xolda solishtirish y'li bilan ani?lanadi. Bundan xulosa qilib aytilish mumkinki, har qanday xo'jalik tavakkalchilig`i moddiy ta'minlang`an b'lm'o?i kerak.

Kutilg`an zararining` darajasig`a harab tavakkalchilikning` iqtisodiy cheg`arasi ?uyidag`ilar bo'lishi mumkin: ag`ar tavakkalchilik faoliyatidan keladig`an y'otishlar keladig`an daromad mi?dori atrofiãã b'lsa, bunday tavakkalchilikka y'el ?'yish mumkin b'lad. Ag`ar keladig`an amaldag`i y'otishlãg` olinadigan daromad darajasig`a ya?in b'lsa, u ?olda tavakkalchilik jiddiy b'lad.

2. TAVAKKALCHILIKNI JLCHASH USHLBLARI VA TAVAKKALCHILIK HARORLARNI TANLASH hamDA ULARG`A TA`SIR ITUVCHI OMILLAR.

Noani?lik va tavakkalchilikni ba?olashda taxminiy hisoblar uslubiy asos sifatida ?abul qilinadi. Xo'jalik tavakkalchilig`i tavsifiy elementlarining` o'zini namoyon qilish shakllari yaxshi va yomon natijalar kelib chi?ishi e?timolining` bir xillig`i bilan belg`ilanadi. Bu turdag`i e?timollik me`yorlashgan oraëè?ãã noldan (t'la muvaffa?iyatsizlik) to birg`acha (100% t'la muvaffa?iyat) o'zg`aradi va aynan u tavakkalchilik darajasini belg`ilaydi.

Tavakkalchilik darajasining` 'lchovi tavakkalchilik koeffitsienti yordamida ani?lanadi (tavakkalchilik indeksi):

$$Ut = M/M^*$$

Bu erda: M - salbiy noani?lik k'rsatkichlarining` kutilg`an mi?dori ya`ni taxminiy zarar mi?dorë. M* -ijobiy noani?lik k'rsatkichlarining` kutilg`an mi?dori, ya`ni ishbilarmonlikning rejalashtirilg`ai daromadi yoki foyda.

Ijobiy sohada xodisaning` yo'z berish e?timoli oshsa, tavakkalchilik kamayadi, kolaversa, ijobiy sohada daromadlar ko'paysa yoki salbiy sohada y'otishlar kamaysa hamtavakkalchilik kamayadi. Aks ?olda tavakkalchilik ortib boradi. Tavakkalchilik koeffitsienti bu sohadagi o'zg`arishlarni hisobg`a oling`an noani?lik cheg`arasida aks ettiradi.

Tavakkalchilikka ba?o berishda ko'p turli statistik, hisob-analitik va ekspert ushlblarga asoslang`an usullardan foydalanadilar. Statistik usul ?maldag`i xolatlarda yo'z berg`an y'otishãg` dinamikasini ko'zatisg`a imkon yaratadi va ular asosida, yoki zarar k'rish e?timollik`ining egri chiziãè chiziladi yoki tavakkalchilik xarajatlarining` mi?dor k'rsatkichi topiladi. Ikspert usuli ekspert erdamida ba?olash nomi bilan mash?ur. U mutaxassislarni, tajribali ishbilarmonlarni jalb qilish bilan bo?lik b'lad. Ag`ar analitik ekspertizani bir necha ekspertlar olib borsa, ularning` har biri tavakkalchilik e?timoli va y'otish saviyasini o'zi alo?ida ba?olashi kerak. SHundan keyin 'rtacha mi?dorlar hisoblanishi mumkin. Bu ma'lumotlar daromadni y'otish saviyasining` ekspeertizaviy egri chizig`ini k'rish uchun ishlatilishi mumkin.

Tavakkalchilik faoliyatining` k'rsatkichlarni hisob analitik ba?olash usulida muammoni nazariy asoslash va farazdan namoyish etish asosiy 'rin tutadi. jyin nazariyasi bo'yicha, misol uchun, tavakkalchilik, bir ?ator o'zaro bir-biri bilan bo?lik b'lg`an 'lchovlar bilan ba?olanadi. Tavakkalchilikning` amaliy nazariyasi fa?at 'yin biznesida ishlatish maqsadida ishlab chiharilgan. Xo'jalik tavakkalchilig`ini bu nazariya bo'yicha ba?olash usullari amalda fa?at bizning` davlatda emas, balki xorijda hamtd?i? ?ilinmo?da.

Tadbirkor ??mma va?t esda to'tish kerakki, t?vakkalchilik ba`zi xolda muvaffa?iyat keltirsa, bosh?? olatda - bankrotlikka olib kelishi mumkin. Salbiy ?olatni bartaraf etish va xavf-xatarga muvaffa?iyat bilan bardosh bera olish uchun, uni, birinchi navbatda, t'la ani?lash, tavakkalchilikni kamaytirio dasturini ishlab chi?ish, turli zaruriy tadbirlarni 'tkazish, ishbilarmonning` xavf xatarda ?olishè maqsadga muvofi?lig`i yoki uni su?urtalash zarurlig`ini ani?lash kerak. Kichik darajadagi tavakkalchilikda, odatda, zararni korxonaning` o'zi ?oplaydi va

buning uchun, zarur fondlar bunyod etiladi. jrt va kichik darajadagi tavakkalchilikni esa, suurtalash maqsadga muvofiqdir.

Suurtalash chora-tadbirlari xavf-xatar oibatida yo'zag'a keladigan yototishni (kutilmagan xolatlar da mol-mulk, mabla'lar va ishlab chiqarishni) t'la yoki isman oplash (tabiiy ofat, avariya baxtsiz odialar, xonavayronlikka uchrag'an shartnomachilarning o'z majburiyatlarini bajarmasligi va boshqa xolatlar yo'z berg'anda), yoki yototishlarni iloji boricha ko'pro' sonli yuridik va jismoniy shaxslar rtasida ta'simlash yeli bilan oplash kabi usullarda amalga oshirilishi mumkin. Ishbilarmon va korxonalar uchun tavakkalchilikni imoya-mudofaa tadbirlari bilan bartaraf etish yoki sezilarli moliyaviy zarar etkazishi mumkin b'lg'an xavf xatarni o'z elkasiga olishga xo'ish b'lmagan paytda suurtalash maqsadga muvofiqdir.

Suurtalashda ikki tomonning ishtiroki majburiydir - suurta fondini bunyod etish va uni ishlatish bilan shu'ullanuvchi maxsus tashkilot va suurtalanuvchi ushbu fondga belg'ilang'an t'lovni t'lov-e yuridik yoki jismoniy shaxs. Ular orasidagi munosabat suurta shartnomasi (polis) asosida tashkil topadi.

Tavakkalchilikni pasaytirish maqsadida qilinadigan suurtalash ixtieriy tartibda t'kziladi. Tadbirkorning har qanday faoliyati, odatda, suurtalanishi mumkin. mmo, bu ba'zi bir, xavf xatar yu'ori b'lg'an olatlardagi ina amalga oshiriladi.

3. KICHIK BIZNESDA BA'ZI BIR XJALIK TAVAKKALCHILIGI TURLARINI SUURTALASH.

Xozirgi zamon sharoitida oldi-sotdi, maxsulot etkazib berish va mol ayirboshlash operatsiyalari buye-a savdo bitimlarining tartibga solishning xar xil amallari mavjud.

Savdo bitimlarini tayyorlash va to'zishning kuyidagi bosqichlari bor: kontragentni izlash a aniklash, mo'zokaralar utkazish va sharnoma yoki kelishuv to'zish.

Kontragentni izlash turli usullar bilan amalga oshiriladi. Masalan, amaliyotda reklama, e'lo' tijoraviy aloqa xatlari xamda xaridorlar bilan bevosita mulokot olib borish, jumladan, tugri, tug'rida-tug'ri (bevosita) kelishuv-oferta usullari kullanadi. Ag'ar kelishuv kiling'an bulsa, u xolda, buyurtma yuboriladi. Buyurtma tasdiklang'andan keyin xaridorg'a bitim shakli va tijorat bitimi to'zish uchun mo'zokara oe'a borishga rozilik bildirilgan tijoraviy aloqa xati yuboriladi.

Oferta 2 turda bo'lishi mumkin: kat'iy va yorqin oferta

Kat'iy oferta - bu anik taklif bo'lib, unda bitim to'zish shartlarikursatiladi va bu shartlar kelishuvdage shaxslar uchun o'zg'armas bo'ladi.

Irkin oferta- bitim to'zish tug'risidagi shunchaki rasmiy, umumiy taklifdir.

Kontragentni tanlash bitim tavsifi va predmeti, bozor xajmi, bozordagi kon'yukturasi xolati, o' joylashgan mamlakat bilan tashki savdo bitimi to'zishning xususiyatlariga bog'e'e.

Kontragent tanlashda kuyidagi savollarga javob berish zarug':

" Tovarni kaysi bozorda sotish afzal?

" Qanday sherik bilan bitim to'zish foydali?

Xalkaro saviyada davlatlararo shartnomalar va kelishuvlar xamda savdo bitimlari eksport va importni tartibga soluvchi qonun iy aktlarning mavjudlig'ini xisobga olish muximdig'.

Importni tartibga solish bojxona yordamida va bojxonasiz amalga oshirilishi mumkin. O litsenziyalashtirish (import kiluvchi litsenziya olishi kerak) va kvantirlash, ya'ni savdo bitimlarining son jixatdan cheklang'anlig'i (tovarga kvotaning borlig'ini) ko'zda tutadi.

Iksportni tartibga solish xam chetga tovar chiqarish xuquqini olish uchun litsenziyaning bulioe zarurlig'ini ko'zda tutadi. Masalan, davlat idoralari tomonidan majburiy ravishda strategik xom ashe, sanoat predmetlari va boshqa tovarlarga litsenziyaberiladi.

G'arb firmalari kredit uchun kafolat bermaydilar, shuning uchun, bitim to'zishda, xorijiy sherikniia moliyaviy axvolini bilish zarur. Buning uchun esa xujalik sub'ekti kuyidagi xatarni buyniga olish zarur bo'ladi:

" Ishlab chiqarish tavgakalchilig' (tovarlar ortib junatilishiga kadaq)

" Iksport buyicha tavakkalchilik (tovar xarakatda xamma ung'a pul tulash mumkin emas)

Xar ikkala tavakkalchilik turi xaridorning` pul tulay olish kobiliyati bilan bog`lik. Savdo bitimininã keying`i boskichi-buyurtma shartini urg`anishdir. Bu erda ikkipta mukobil faoliyat ko`zatiladi: yoëë buyurtma qabul qilinadi yoki, u kaytariladi. Ammo, ijobiy buyurtmalarning` kerag`ini tanlab olish zarog` bo`ladi.

Savdo bitimlarini to`zish uchun quyidag`icha mo`zokara olib boriladi.

- Xat orkali mo`zokara. Unda bitim byurtma, savol-javoblar asosida amalga oshiriladi. Bu - bitim to`zishning` tezkor usuli xisoblanadi.

- Savdo bitimlarini ommaviy va standartlashg`an tovar uchun telefon orkali bitim to`zish mumkií.

- Bevosita mo`zokaralar orkali

Irkin ofertada, ag`ar, xaridorni xech kaysi bank koniktirmasayoki bitim to`zishning` tula rejasë bulmasa, unda bevosita mo`zokaralar olib boriladi. Bu - savdo bitimini tayyorlashdag`i eng murakkab boskich xisoblanadi. U tovarning` narxi, etkazib berish muddati va boshqa shartlari buyicha bitimga kelish uchun, ba`zan, maxsus komissiya to`zishni talab kiladi.

Savdo bitimini to`zishni maromig`a etkazish boskichi - shartnomani to`zish va uni imzolashdig`.

4. SAVDO BITIMLARINI TO`ZISH VA VOSITACHILIK BITIMLARINING SHARTNOMAVIY RASMIYLASHTIRILISHI.

Kichik biznesda vositachilik munosabatlari keng` tarkalg`an. Bunda bir tomon (ishontiruvchi) boshëa tomon (ishonuvchi)ning` nomidan uchinchi tomon bilan xujalik munosabatlari g`a kirishadi. Tomonlag` jismoniy yoki yuridik shaxs bo`lishi mumkin.

Vositachilik bitimi to`zishda shartnomani ishlab chikish eng` murakkab va mas`uliyatli boski÷ xisoblanadi. Puxta va to`zilg`an vositachilik shartnomasi tomonlar majburiyatlarini notugri tushunishië bartaraf etadi va sheriklarning` bir - birlarig`a xiyonat kilishlarig`a yul kuymayë.

SHartnoma matnini rasmiylashtirishda, uning` kirish kismida kontraktning` nomini yozishda, unëa yuridik tavsifi albatta belg`ilanishi kerak. Masalan, "Topshirik - shartnoma", "Maxsulot ayirboshlaø tug`risida shartnoma" va boshqalar.

Nom kuyilg`andan keyin uni imzolang`an joy va vakti kursatiladi. Ag`ar tashki iqtisodiy bitëi to`zilayotg`an bulsa, shuni esda to`tish kerakki, shartnoma imzolang`an joy zarur XUQUQIY munosabatlarni tanlashda muxim omil xisoblanadi.

SHartnomaning` kirish kismida shartnoma tomonlari va ularning` kontrakt tekstida ishlatilgan shartli kiskartirilg`an nomi keltiriladi. Birinchi navbatda tomonlarni yuridik statusi kursatiladi. Yuridië shaxsning` nomi tula kurinishda beriladi. SHartli nomlar sifatida eng` yaxshisi mamlakat qonun chiligida ishlatiladig`an terminlardan foydalanishdir. Topshirik shartnoma uchun "ishong`an" va "ishontirgan", komissiya shartnomasi uchun "komissioner" va "komitent" va boshqa atamalar ishlatilishi mumkin.

Preambo`lada shartnomani imzolovchi shaxslarning` familiyalar, ismlari va otasining ismi, vazifasi keltiriladi, tomonlar yoki ishong`an shaxslarning` xarakatlarig`a asos bulg`an xujjatlar kursatilaë. Nizom, qonun , shartnoma, ishonch kog`ozi kabilar shunday xujjatlardan xisoblanadi.

"SHartnoma predmeti" bulimida bitim katnashchilarining` xarakat tavsifi tomonlar faoliyati amalga oshadig`an xudud, narx, minimmal partiya etkazib berish bazisi va muddati, soni, sifitai va kafolati belg`ilanadi. Bitim, kontrakt ob`ektini shakllantirishda, shartnoma maksadig`a erishish uchun "ishongan" yoki "komissioner"ning` xarakat usullarini anik belg`ilash zarur bo`ladi. Kontraktning` ta`sig` xududi, tomonlar urtasida tushunmovchiliklar yo`zag`a kelishini bartaraf etish uchun, anik belgilangan bo`lishi kerak. Masalan, "ishong`an" shaxsg`a anik bir shaxarda yoki rayonda xar tomonlama xarakaø xuquqi berilg`an bulsa, "ishontiruvchi", "ishong`an" shaxs mafaatini ko`zlab ushbu xududda boshëa yuridik yoki jismoniy shaxs bilan shartnoma to`zmaslik majburiyatini olishi mumkin.

Tovarning son va sifat ulchamlarini aks ettirish uchun xar xil kursatkichlar ishlatilishi mumkin. Soʻi - ogʻirlik birligʻi, xajm, oʻzunlik, dona birliklari bilan aniklanadi. Agʻar, ulcham birligiogirlik bulsa, unda kontrakt yozuvida kuyidagʻilarni kursatish zarur: Netto yoki brutto (idishi va upakovkasi bilan). Tovar sonini aniklashda standart bulmagʻan ulchov birliklari ishlatilishi mumkin (kop, pachka, shisha). Bu xolda kelgʻusida tushunmovchiliklar bulmasligʻi uchun kop, pachka, shisha kurinishidagʻi ulchaliè ogʻirlik bilan aniklashtirish kerak. Masalan, "xar biri 20 kg` dan bulg`an 1000 pachka maxsulot" kabi.

Ba`zi bir bitimlar buyicha tovarning anik sonini bilish kiyin bo`ladi, shuning uchun àèg èàòîg xollarda soni aniklashda kushimcha "Taxminan" yoki "Opcion" deg`an so`z ishlatiladi.

Sifatg`a bulg`an talab standart, texnik shartlar, sertifikatlar, sanoat nusxalari buyicha belgilanadi.

SHartnomada tovarni etkazib berish muxlati kuyidag`icha ifodalanishi mumkin: Belgilangan etkazib berish muxlati bilan, maxsus atamalar ishlatish yo`li bilan, masalan, "zudlik bilan etkazib berish", "ombordan etkazish" va boshqalar. Tovar narxini kelishish og`zaki, xat orkali, telegramma va teletayp bilan amalg`a oshirilishi mumkin. Kelishilg`andan keyin sharnomaviy narxni shartnomada yoki spetsifikatsiya (tarkibiy ruyxat) da, ba`zan biror xujjat bilan belg`ilab kuyish zarur deb bo`ladi. Narxning` kelishilishi bayonnoma yozish bilan xam rasmiylashtirilishi mumkin, bu bayonnoma shartnomaning` ajralmas kismi xisoblanadi.

"Tomonlarning` xuquq va majburiyatlari" bulimida shartnomaviy topshirikni amaldagi qonun chiliè bilan tartibg`a solish buyicha tomonlar xarakatlari belg`ilab beriladi. Bu esa ishong`an shaxs uchun o`z vakolatini amalg`a oshirishda ung`a kuyilg`an talab xisoblanadi. Ishontiruvchining shartnomääà belg`ilang`an kursatmalaridan og`ishi "ishong`an shaxs" belg`ilab berg`an majburiyatni bo`zish xisoblanadi va yuridik okibatlarg`a olib keladi.

"Ishontiruvchig`a (yoki ishonilg`an) shaxs", "ishonuvchi" kursatmalaridan faqat uning mafaatinè uchun zarur bulg`andag`ina og`ishi mumkií.

Komissiya shartnomasi buyicha tomonlarning` xuquq va majburiyatlari xam qonun chilik bilan tartibga solinadi. SHuning` bilan birg`a komissioner bitimlarni uchinchi shaxslar bilan to`zganda eng avval komitent mafaatini xisobg`a olishi kerak. Ag`ar samaralirok shartli taklif tushgandi komissionåg komitent bilan, undan kursatma olish uchun, darov bog`lanish imkonig`a eg`a bulmasa unda, komitentning` avvalg`i talabidan chetg`a chikishi mumkin va o`zi yorqin karor qabul kilish xuquqiga ega. Kommisioner birinchi imkoniyat bulg`andek komitentni to`zilg`an yang`i bitim tug`risida ogoxlantirishi kerak.

SHarnomada mukofot ulchami anik belg`ilang`an bo`lishi kerak. Koida buyicha bu mukofot ulchaliè anik belg`ilang`an bo`lishi kerak. Koida buyicha bu mukofot mikdori bitim kiymatining ma`lum foizigà teng` bo`ladi. Kushimcha foyda komissionerlarning` muvafakkiyatli bitimi xisobig`a oling`an bulsa, u xolda bu foyda kamitent bilan teng` taksim qilinadi. Ag`ar tovar turi buyicha upakovka kilish zaruğ bulsa kontraktg`a aloxida "upakovka va belg`ilash" bulimi kiritiladi. Bu erda upakovkaning` turi àà tavsifi, uning` siftai, ulchamlari, xak tulash usuli, belg`ilarining` tushurilishi (markirovka) anèè tasvirlangan bo`lishi kerak.

Vositachilik bitimining` shartnomasig`a yana kuyidag`i bulimlar kiritiladi. "Tovarni sifat va son buyi÷à qabul kilish", "Kontraktning` kuchg`a kirishi", "Majburiyatlardan ozod etilish", "SHartnomani barboä bo`lishi", "Tarnsport shart va sharoitlari", "Baxslarni xal kilish tartibi", "SHartnomaga o`zgarishlar kiritish".

Xar xil oldi-sotdi, maxsulot etkazib berish tovar almashish operatsiyalarig`a teg`ishli bitimlåg shartnoma asosida ma`lum yuridik qonun larg`a mos ravishda amalg`a oshiriladi. Bu koidalar sotuvchè, xaridor xuquqlarini va bitim to`zish kafolatini belg`ilaydi.

Sotuvchining` xuquqi mulkdor xuquqlarini ximoya kilishda namoyon bo`ladi, ya`ni mulkdor sotuvchig`a kuyidag`i xuquqlarni beradi: korxonani tula xujalig`ini olib borish, mulkdan foydalanio, sotish kabilar. Bu xuquqlar qonun tomonidan ximoya qilinadi.

Kursatilg`an qonun iyat xolatlari savdo bitimlarida sotuvchining` xaridor tomonidan bitimga asosaí pul tulanishig`a kadar mulkig`a eg`alik xuquqini aks ettiradi. Bu xuquq sotuvchida mulk

xaridorãà berilg`an bulshig`a karamay saklanib qoladi , ya`ni xaridor ung`a mulkni berilg`ani tugrisidagi xujjaðie olg`an, ammo bitim buyicha xal tulamag`ani uchuí.

Ag`ar mulk (tovar) mikdori bitimda kursatig`anidan kam yoki ortiq bulsa, xaridor sotib olinayotgái mulkdan (tovardan) voz kechishi mumkin. Undan tashqari xar qanday iste`molchi kuyidagi xuquqlarg`a eg`a; o`z manfaatini davlat tomonidan ximoya kilinishi; tovarni zaruriy sifatda bo`lishi; tovarlarnè xavfsiz bo`lishi; tovar tug`risidag`i tula-tukis axborot; kerakli sifatg`a eg`a bulmag`an tovardan kurgan zararni tula koplanishi; sudg`a va boshqa vakolatli davlat idoralarig`a bo`zilg`an xuquqni ximoya kilish va qonun bilan ximoyalananuvchi manfaatini poymol kiling`ani xakida murojaat etish; iste`molchilar jamoart birlashmalari to`zish.

Bu xuquqlar bilan bir qatorda konuchilik tomonidan ko`zda tutilg`an va kafolatlang`an iste`molchilarning` boshqa xuquqlari xam bo`lishi mumkin.

Vazirlar Maxkamasi ba`zi tovar turlari va ba`zi shartnomalar buyicha "Iste`molchilar xuquqini ximoya kishlish" qonun i va boshqa qonun iyat xujjatlarini ishlatish xususiyatlarini aniklab berishi mumkin.

Kafolatli majburiyatlar va ularning` muxlati me`yoriy-texnik xujjatlar bilan yoki yozma shaklidaãè shartnoma bilan aniklanadi, shuning`dek qonun chilik tomonidan belg`ilanadè.

Kafolatli muxlat tovar sotilg`an kundan boshlab, ag`ar sotilg`an vakti noma`lum bulsa, ishlab chikarilgan kundan boshlab xisoblanadi.

Yaroklilik muxlati me`yoriy-texnik xujjatlar yoki shartnoma bilan, ozik-ovkat tovarlari uchun faqat ishlab chiqaruvchilarning` me`yoriy-texnik xujjatlari bilan belg`ilanadi va tayyorlangan kundan boshlaà xisoblanadi.

Ba`zi bir texnik jixatdan murakkab (avtomashina, mototsikl, televizor), xar xil aloxida kismlar bilan yig`iluvchi tovarlar uchun kafolatli muddat uning` kismlari uchun aloxida urnatilishi mumkin (shinalar, akkumulyatorlar, kineskoplar va boshqalar). Kafolatli muxlati utg`an ozik-ovkat maxsulotlarini sotish kat`iy mann etiladi. Ba`zi bir turib kolg`an maxsulotlarni maxsus vakolatli idoralarning ruxsati bilan zaruriy ekspertizalar utkazilg`andan keyin sotishg`a ruxsat beriladi.

5. SHARTNOMAVIY MAJBURIYA TLARINING` AYLANMA XUJJATLARI

Kontrakt va kelishuv majburiyatlarining` maxsus yozma shakli - bu ish g`a tushirish aylanma xujjatlaridir. Ular g`arb davlatlar ish bilarmonlari dunyosi bitimlarida keng ishlatiladi. Respublikamiz xalè xujaligini bozor iqtisodig`a o`tishi munosabati bilan ish g`a tushirish xujjatlari bizda xam kup ishlatila boshlandi. Ular orasida kuprok tarkalg`ani cheklardir.

CHek - bu banka ma`lum miqdordag`i pulni yoki chekni imzolag`an shaxsni xisobidan boshqa xisobãà utkazishg`a yozma buyruk beruvchi maxsus xujjat xisoblanadi. Boshqa xollarda chek kassa apparatidan olinadig`an talon bo`lib, unda tovar uchun tulang`an pul mikdori kursatilg`an bo`ladi yoèè kassag`a berilg`an kvitantsiya bo`lib, unda tovar uchun tulanishi zarur bulg`an pul mikdori kursatilgái bo`ladi.

Veksel' - bu qonun tomonidan urnatilg`an shaklda rasmiylashtirilg`an, bir shaxsg`a ikkinchi shaxnãái vekselda kursatilg`an pulni belg`ilang`an vaktida va joyda talab kilish xuquqini beruvchi xujjatdèg.

Veksel' majburiyati - baxslashuvsiz va kat`iydir. Veksel' tulovni boshqa shartlarga boglab kuyishi mumkin emas.

Oddiy va utkazish (tratta) veksellari bo`lishi mumkin. Oddiy veksel' - bu xech narsa bilan boglik bulmag`an veksel' beruvchining` majburiyati bo`lib, muddati kelg`anda veksel' eg`asig`a maúéoi miqdordag`i pulni tulashdir.

Utkazuvchi veksel' - eg`asining` yozma karori bo`lib, u pul tulovchig`a yunaltirilg`an vekseèãà kursatilg`an pulni uchinchi shaxsg`a - veksel'ning` birinchi eg`aksig`a tulash tug`risida buyróèãèg.

Domitsilirovanli veksel' - bu og`oxlantiruvchi eg`a veksel' bo`lib, uchinchi shaxs tomonidan tulanadig`an tulovni tulovchining` turar joyida yoki boshqa joyda tulashini kursatadi, bu ogoxlantirio vekseli uning` eg`asi tomonidan beriladi.

Blanko-veksel' - bu xujjat bo'lib unda bita yoki bir necha oddiy rekvizitlar bo'lmaydi (veksel' ushlab turuvchining` imzosi, pul miqdori va chiqarish muddati). Blanko-veksel' muomalag`a veksel' ushlaa turuvchi tomonidan yoki tulovchi tomonidan blank aktsepti natijasida chikarilishi mumkin. Solo veksel' - bu bita shaxs imzolag`an veksel'dir. Veksel' aktsepti utkazuvchi veksel' bilan boglikdir, u oddiylardan farkli ravishda zayomchi tomondan berilmaydi, balki kreditor tomonidan zayomchiga beriladi. Veksel' aylanmasi katnashchilari orasidag`i munosabatlar veksel qonun lari maxsus me`yorlari bilan tartibg`a solinadi. Kupchilik davlatlarda bunday qonun iyat Jeneva veksel' konventsiyasiga (1930) asoslang`an, kupchilik Evropa davlatlarida bu konventsiya qonun lari ratifikatsiya kilingan.

Veksel ikki turg`a bulinadi: foizli va diskontli.

Foizli veksel' - bu nominalmiqdordag`i mablag`ni xamda nominal miqdorg`a asoslang`an foizga oling`anini yig`indisini tulash xakidag`i majburiyatdig`.

Diskontli veksel' - bu ma`lum miqdordag`i pul miqdorini tulash majburiyati bo'lib, nominaldan ajratma (skidka) ayirib tashlanadi va unda kursatilg`an summa tulanadi.

SHartnoma majburiyatlarining` ishg`a tushirish (aylanma) xujjatlari ichida keng` tarkalgani bu aktsiyalar, allonjlar, g`arovg`a kuyilg`anlar, oblig`atsiyalar, tulov topshiriklari, talablar faktura.

Aktsiya - muomala muddati urnatilmag`an, korxonalar tarakkiyoti uchun kiritilg`an mablag`ni tasdiklovchi kimmabaxo kog`ozdir.

Allonj - veksel blankida joy kolmag`anda yozuvlarini utkazish uchun vekselga biriktiriladigan kushimchalar varak. SHu bilan birg`a allonjda aval' xosil kilish mumkin, ya`ni veksel' kafilligi, bank kafolati. Aval' vekselning` tulik narxini yoki uning` bir qismini kafolatlashi mumki.

G`arov xati - bu karzdorlarning` kuchmas mulkini (inshoot, er) g`arovg`a berish xakidagi xujjat. A`o xujjat, ag`ar kelishilg`an muddatda pul majburiyati tulanmasi, karz beruvchi shaxsg`a ushbu mulkni kim oshdi savdosida sotish xuquqini beradi. G`arov xati notarius tomonidan tasdiklang`an bo'lishga ega.

Oblig`atsiya - ushbu kog`oz eg`asi foiz xisobida oldindan belg`ilang`an daromad keltiruvchi kimmabaxo kog`ozning` bir turi. U korxonalar daromadlariga karab, o`z daromadini o`zgartirishga olib keladigan aktsiyadan fark kiladi.

Tanlov topshirig`i - xisob-kitob xujjati. Tulovchi muassasa xizmat kursatuvchi muassa banka o`z xisob raqamidan oluvchi xisob raqamiga ma`lum bir miqdorda pul utkazish topshirig`ini o`z ichiga oladi.

Tulov talabi - xisob-kitobning` aktsept shaklida tulanuvchi, xaridorg`a ma`lum bir miqdordag`e mablag`ni bank orkali tulash talabini o`zida mujassamlovchi xisob-kitob xujjatidir.

Faktura - sotuvchi tomonidan xaridor nomiga u xarid kilg`an molni kerakli joyg`a eltishni tasdiklovchi yoki xizmat va uning` narxi yozilg`an xisob xujjat.

Takrorlash uchun savollar

Mavzug`a oid tayanch iboralar:

Tadbirkorlik mu`iti, siyosiy vaziyat, iqtisodiy a`vol, tavakkalchilik, tavakkalchilik elementlari, tijorat tavakkalchilig`i, moliyaviy tavakkalchilik, innovatsion tavakkalchilik, sug`urtalash, tavakkalchilik sug`urtalash.

Oferta, yorqin oferta, qat`iy oferta, opsiya, chek, veksel', veksel' majburiyati, utkazuvchi veksel', domitsilirovanli veksel', blanko-veksel', foizli veksel', diskontli veksel', aktsiya, allonj, garov xati, oblig`atsiya, tanlov topshirig`i, tulov talabi, faktura.

5-MAVZU: TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TASHKIL ITILISHINING` ASOSIY BOSKICHLARI VA UNI RIVOJLANTIRISHDA KICHIK BIZNESNING` URNI

REJA

1. Bozorning` ko`yukturasi va resurslarining` imkoniyatlarini taxlil kilè
2. Tadbirkorlarni davlat ruyxatidan utkazishda ta`sis xujjatlari va korxonani tashkiliy rasmiylashtirish
3. Kichik biznes mo`iyati va uning` tadbirkorlikdag`i rolè.
4. Kichik biznesning` iqtisodiy samaradorlig`i va uning` strateg`iyasi va muammolağè
5. Kichik biznesning` davlat tomonidan `çllab-`uvvatlash tizimi va uning` i`tisodie samaradorlig`ini oshirishning` asosiy yèllarè

FOYDALANILG`AN ADABIETLAR RUYXATI

1. Karimov I.A. O`zbyokiston XXI asrg`a intilmokda. O`zbyokiston.T-1999 yil.
2. Karimov I.A. O`zbyokiston iqtisodiy isloxotlarni chukurlashtirish yo`lida. O`zbyokiston.Toshkent 1998 yil.
3. G`ulomov S.S. Tadbirkorlik va kichik biznes. O`zbyokiston.T-1997 yil.
4. Yo.Abduullaev, F.Karimov "Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari" Toshkent "Mexnat" 2000 yil.
5. Tadbirkorlik va kichik biznes. Gulomov S.S. Toshkent 2000 é
6. Tadbirkor yon daftari "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik". Toshkent 1999 y.
7. Muxiddinov D.M., Xamrokulov O.M. va boshqalar "Tadbirkorlik asoslari "fanidan o`quv qo`llanma, Buxoro 2002 yil "Muallif"

1. Bozorning` ko`yukturasi va resurslarining` imkoniyatlarini taxlil kilè

Xar bir ishni boshlashdan oldin tadbirkor ishlayotg`an iqtisodiy sharoitni, ma`lum bir ma`sulotga bulg`an e`tiyojni yoki `ulayro? imkoniyatlardan foydalanishni tahlil qilishi kerak. Bozor i`tisodiyotè rivojlang`an mamlakatlarning` mutaxassisarlari SVOT-tahlildan foydalanishni taklif etadilar. SVOÒ `iskartma so`z bo`lib, ing`liz tilidag`i "`uvvat", "kuchsizlik", "imkoniyatlar", "tahlil" kabi so`zlarning boø xarflaridan tashkil topg`an. Demak, tadbirkorlar yoki firmaning` menejeri o`zining` ish faoliyatini `uyidagi omillarni inobatg`a olib belg`ilaydi.

" Korxonaning` tashki mu`itg`a nisbatan `uvvati va kamchilig`è:

" Tashki mu`itdan kelib chi`adig`an imkoniyatlar va tahlillar:

Xolat tahlili `ozirg`i va`tdag`i ishning` a`voli va biznes rivojlanishining yènalishlarini kelajakdagi isti`bolini ba`olashg`a imkon beradi. Bu esa korxonaga `uvvatini oshirish va nu`sonlarni bartaraf etishga mçljallang`an (imkoniyatlardan foydalanish va tuqiladig`an tahlilni bartaraf etish uchun) biznes rejalarini to`zish va ularni amalga oshirish yèli bilan qilinadi. Bunda bozor kon`yunkturasini çrg`anishg`a alo`ida e`tibor beriladi.

Bozor kon`yunkturasi - bozorlarda muayyan `olatlarining` mavjudlig`idir ya`ni muayyan davrdag`i bozor holati, bozorda muvozanatning` mavjudlig`i yoki bo`zilg`anlig`i bilan xarakterlanadi. Øó sababli bozor ijobiy va salbiy, `ulay yoki no`ulay bo`lishi mumkin.

Bozor kon`yunkturasini çrg`anishda tahlil etiladig`an asosiy masalalar: ishlab chiqarish; talab va taklif; tovar va uni sotish; xalharo savdo; narxlar `olatlari va x.k.

Tadbirkor firma menejerining` vazifasi shundan iboratki, korxonaning` tashki mu`it bilai moslashuvig`a, foydalaniladig`an ishlab chiqarish omilini (er, Mehnat va boshqa mabla?), ular ishlaá chiharadig`an ma`sulotg`a, kçrsatadig`an xizmatg`a aylantirishdiğ.

Kichik biznesda kelajag`i porlo? yènalishlarda o`z faoliyatini jamlovchi, `iska muddatlarda yangiliè kirituvchi, loyi?a va rejalarini amalga oshirishda turli tashkiliy masalalarni uddaburonlik `al `iluvchi, jamoada ijodiy mikroi`limni vujudg`a keltiruvchi tadbirkorlar muvaffa`iyat `ozonadilar.

2. Tadbirkorlarni davlat ruyxatidan utkazishda ta`sis xujjatlari va korxonani tashkiliy rasmiylashtirish

Kichik biznesda ho'jalikni boshharuvchi shaxslarning hammasi belg'ilang'an tadbirda davlat r'yxatidan o'tishlari kerak. Bu tadbirning ikki maqsadi bor. Bir tomondan tadbirkorlik tizimini noinsof sheriklardan, boshharuv tizimini suiste'mol qilishdan davlat imoyasi masalasi k'iyilgan b'lsa, ikkinchi tomondan - r'yxatg'a olish yordamida korxon va tadbirkorlarning faoliyati, davlat va ma'alliy byudjetg'a solilarning kelib tushishi, boshqa t'lovlarning t'lash tartibi nazorat ilinad.

Davlat r'yxatidan otkazish shaxsning turar joyi yuridik manzilg'o'i joylashg'an joyda amalâ oshiriladi.

Korxonalarining ba'zi turlari uchun (banklar, su'urta shirkatlari, bosmaxonalar) r'yxatdan otkazishda boshqa tartib va boshqa org'anlar belg'ilang'an. Ag'arda fuharo yuridik shaxs b'linmasâ tadbirkor bo'lishni xo'lasa, unda u belg'ilang'an tartibda ariza berishi, r'yxatdan otkazilishi uchó kerakli t'lovni t'lag'anlig'i haqidag'i ujjat berishi kerak. Arizada 5 yil muddatg'a tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishi suraladi va faoliyat turlari k'rsatiladi. SHuningdek, arizaga o'zi haqida ma'lumot va tadbirkorlik faoliyatini oshirish y'ly'ri'lari yozilg'an axborot o'chiladi.

Ariza bilan birg'alikda boshqa ujjatlar, diplomlar, g'uvo'nomalar aydovchilik guvo'nomasi, litsenziyalar va ag'arda tadbirkorlik odamlar so'lig'ig'a yoki tabiatg'a zarar keltiradig'an b'lsa, kerâ t'lovlar ta'dim etiladi. Ariza berilg'an kundan boshlab 30 kun davomida k'riladi. SHu vakt ichida un r'yxatdan otkazish yoki rad etish xa'ida ma'lumot beriladi. Xulosa 5 kun mobaynida yozma ravishda arizachig'a yuboriladi. R'yxatdan otkazilg'an tadbirkor xa'idag'i ma'lumot 10 kun ichida ma'all r' davlat boshharuv org'anlarig'a, davlat solil' inspeksiyasini tuman b'linmasig'a, Moliya Vazirligiâ, statistika org'anig'a, davlat r'yxatdan otkazish b'linmasig'a va respublika k'rsatg'ichlar b'linmasâ beriladi. Tadbirkorg'a r'yxatdan o'tg'anlig'i xa'idag'i g'uvo'noma beriladi. Unda yuridik shaxs b'linâ tadbirkorlik faoliyati turlari sanab o'tiladi.

Davlat r'yxatdan otkazish va ayta r'yxatdan otkazish va o'z faoliyatini o'zgartirganligi uchun tadbirkor boj t'laydi. Tadbirkorning jismoniy imkoniyati va a'oli uchun faoliyati hisobga olinib t'lov ajmi kamaytirilishi mumkin.

Ag'arda faoliyat turlari iltimosnomag'a binoan belg'ilang'an amaldag'i tadbirg'a tu'ri keliâ, r'yxatdan otkazuvchi b'lim fuqaro arizasini rad etishi mumkin.

Rad javobi maqsadg'a muvofi' b'linmaslig'i mumkin emas, ag'arda arizachi o'z arizasig'a rad javiâ bilan oni'masa u sudg'a shikoyat qilishi mumkin, qonung'a muvofiq davlat r'yxatidan otkazish râ etilsa, fuqaro davlat r'yxatidan otkazish rad etilsa, fuqaro yoki tadbirkorg'a t'lovdan 50 % foizi aytarib beriladi.

R'yxatdan o'tmag'an tadbirkor faoliyati ta'i'lanadi, bordi-yu tadbirkor foyda olsa, uning foydasi sud tomonidan ma'alliy byudjetg'a undiriladi.

Yuridik shaxsni davlat r'yxatidan otkazish tartibi ancha murakkabrok. R'yxatdan otkazishga ariza va boj t'lang'anlig'i haqidag'i ujjatlardan tashhari uyidag'i ujjatlarni ta'dim etish lo'èi:

1. Notariusda tasdi'lang'an yuridik shaxs to'zuvchi ta'sis ujjatlari (nizom va bir necha sha'õn tomonidan korxon to'zish xa'idag'i shartnoma nusxasi);
2. Yuridik manzilni (ta'sis etuvchilarni birining turar joyi manzilg'o'i yoki imorat beruvchi birii bir tashkilot manzilg'o'i bo'yicha r'yxatdan otkazish mumkin) tasdi'lovchi ujjat.
3. Ag'arda ta'sischi ishlamasa Mehnat daftarchasidan k'chirma yoki ish joyidan egallab turgan lavozimi xa'ida ma'lumotnoma.

Davlat r'yxatidan otkazilishi uchun korxonaning t'lov ajmi uning faoliyati maqsadlari va vazifalari, ma'alliy a'olig'a yoki xalq xo'jalig'ig'a oid ma'sulot ishlab chiqarishi, ishchilar soni va bosh'a mujburiyatlar hisobg'a olinib kamaytirilishi mumkin.

Ujjatlar topshirilg'andan s'ng' bir oy mobaynida korxon r'yxatdan otkazilishi kerak. R'yxatda otkazilg'anlig'ini tasdi'lovchi ujjat bo'lib, r'yxatdan otkazilg'anlig'i xa'idag'i g'uvoxnoma xizmat i'â. qonung'a muvofi' r'yxatdan otkazish rad etilsa, t'lang'an bojning 50 foizi korxonag'a aytarib beriladi.

Réyxatga olingan kundan boshlab korxonaga qonunga asosan barcha turdagi faoliyat bilâi shug'ullanishi mumkin. Korxonaga litsenziya olish lozim bçlg'an faoliyat turlarig'a albatta litsenziya olèèè kerak.

Ta`sis ?ujatlari

Korxonani davlat réyxatidan çtkazish uchun korxonaga nizomi va ag`arda korxonaga bir necha shaxslağ ishtirokida to`zilg`an bçlsa korxonaga to`zilishi xa?idag`i shartnoma asosiy ta`sis ?ujati bo`lib xizmaò qiladi.

Korxonaga nizomi va ta`sis shartnoma loyi?asini korxonaga to`zuvchi shaxslar yoki tashabbuskor shaxñ to`zadi.

Nizom nimag`a asoslanib korxonaga to`zilmo?da ekanlig`i, uning` ?iska yoki tçli? nomi, rus, ingliz yoèè kerak bçlsa boshqa tillarda hamkçrsatiladi. Xo`jalik faoliyat maqsadi ani?lanadi va maqsadni qanday yçllar bilan amalg`a oshirish vazifalari, ya`ni tadbirkorlik turlari, shuning`dek, ruxsatnoma olinishi kerak bçlg`an turlari belg`ilanadi. Korxonaning` o`z majburiyatlarig`a cheklang`an javobgarlik va uning faoliyat muddati çrnatiladi.

Korxonaga manzilg`o?i, telefoni va telefaksi, birinchi moliyaviy yil boshlanish va?ti kçrsatiladi. Xo`jalik faoliyatini boshlash uchun nizom mabla?ining` ?ajmi ani?lanadi.

Amaldag`i qonun asosida korxonaga ?a?-?u?u?lari, dividendlar tçlash va daromadni bo`lish tartibi nizomda kçrsatiladi.

Nizomda korxonaga boshharuvi, uning` oliy org`anig`a alo?ida e`tibor beriladi. Konferentsèy ?atnashchilari, ra?barlar keng`ashi yoki boshharma Oliy org`an bo`lishi mumkin. Bu saylovda saylangaí rasmiy va mansabdor shaxslar korxonaga faoliyatining` samarali yçnalishlarida maqsadni amalga oshirish vazifalari va vakolatlari belg`ilanadi. Korxonaga ra?bari, uning` muovnlari va korxonaning hammà a`zolarining` vazifa va ?a?-?u?u?lari ani?lanadi. Korxonaga reviziya komissiyasini saylash shartlari àà uning` vazifalari, ish ?og`ozlari olib borishg`a bçlg`an talablar kçrsatib çtiladè.

Ta`sis shartnoma korxonani fuharolar jamoasi tomonidan korxonaga tashkil qilishning shart-sharoitlarini ani? belg`ilaydi. Unda har bir ?atnashchining` mabla? ?çshishidag`i ulushi ani?lanàèè.

Ta`sis shartnomada ?uyidag`i savollar o`z aksini topg`an:

- " Korxonaga to`zishda tomonlarning` rozilig`i;
- " Korxonaga maqsadlari;
- " Yuridik shaxs ?a?-?u?u?larini eg`allash sharoitlari;
- " Nizom mabla?i va eg`alik xuquqi; manfaatlar nizomlarining` ?al ?ilinishi; korxonaga ishchilarining` ?u?u? va majburiyatlari (burchlari);
- " Sarmoyaning` ta?simlanishi;
- " Zaxira fondini tashkil qilish; korxonaga a`zolarining` ovozlari soni;
- " Boshharuv org`anlari; korxonaga faoliyatini tçxtatish; shartnomaning` kuchg`a kirèè shart-sharoitlari;

Korxonaning` nizomi va ta`sis shartnoma loyi?asi umumiy majlisda kçriladi va bayonnoma to`ziladè.

Korxonani tashkiliy rasmiylashtirish

Davlat réyxatidan çtkazilg`andan va tadbirkorlik faoliyatig`a ruxsat etilg`andan sçng`, korxîfà ra?barlariyatig`a faoliyatig`a ruxsat etilg`andan sçng`, korxonaga ra?bariyati dumalo? mu?rg`a va boø?à mu?rlarg`a buyurtma berib, olishi, bankda hisob rahami ochishtirishi, soli? inspeksiyasi, a?olinè ijtimoiy ?imoyalash fondi va band qilish markazidan réyxatdan çtkazish kerak.

Dumalo? mu?r va boshqa shtamlarni tayyorlatishg`a buyurtma berishdan oldin korxonaga o`zi joylashg`an tumandag`i ichki ishlar bçlimig`a mu?r va shtampni ko`rsatishi: korxonaning réyxatdaí çtg`anlig`i xa?idag`i ?okimiyat haroridan kçchirma, ?okimiyat tasdi?lag`an ikki nus?adagi mu?r va kerakli shtamp chizmalari ta?dim etilg`andan sçng` amalg`a oshirishi mumkèi.

Ichki ishlar bçlimi ruxsatni alo?ida xat yoki iltimos xati kçrinishida beradi. CHizmalar esa kerakli yozuv, mu?r bilan tasdi?lang`an bçladi.

Mu?r va shtamp tayyorlash uchun buyurtmag`a ish yo`zasidan yondashuv uchun maxsus blankni ham?eshish maqsadg`a muvofi? b?lar edi.

Keyinchalik bu blank Davlat patent idorasi tomonidan beriladig`an tadbirkorlik tizimini tovar ta?dirilash belg`isi bilan tuldirilishi mumkin.

Xaridor va sheriklar bilan kredit hisob-kitob munosabatlari tashkil etish uchun bank muassasasida hisob rahami ochishi maqsadg`a muvofi?. Banka hisob rahami ochish uchun ariza; xokimiya? tasdi?lag`an ta`sis ?ujjatlari; notarius tasdi?lag`an imzo namunalari mu?r va shtamp bilan tasdi?lang`an kartochkalar, xokimiyatning` ma?alliy keng`ashi korxonani davlat r?yxatidan ?tkazilganligi xa?idagè haror k?chirmasi yoki notarius tasdi?lag`an ma`lumotnoma yoki k?chirma, soli? inspektsiyasida r?yxatdan ?tg`anlig`i xa?idag`i haror ma`lumotnomasi berilishi kerak.

Bank muassasi arizachig`a hisob rahami ochadi, uning` rahamini korxonaning` nizomi (asl nusxasig`a) yozadi va bosh hisobchining` imzosi k?yilib, bankning` g`erbli mu?ri bosilaè.

Korxonaning` va?tinchalik mu?ri b?lmasa, bank muassasasi rahamso?ibig`a mu?r tayyorlash u=óí ma`lum muddat beriladi va bu va?t ichida hisob-kitobning` puli ?ujjatlari mu?rsiz berilishiga ruxsa? beriladi.

hisob rahamig`a na?d pul bilan keladig`an tushum va na?d b?lmag`an ?olda keladig`an mabla?iè hisobg`a ?tkazish, bankdan na?d pul olish, hisob rahamidan ta`minlovchig`a pul ?tkazish, kredit olè va boshqa masalalar shartnoma asosida korxonaga va bank muassasasi tomonidan ?al qilinadi. Korxonaning` boshqa korxonaga, tashkilotlar ba?zi tadbirkorlar bilan b?ladig`an ani? hisob kitoblarnè shartnoma bo`yicha belg`ilanadi.

SHuning`dek, yuridik shaxs b?lmag`an tadbirkor, bank muassasasida hisob-kitob, kredit va kassa operatsiyalarini olib borish uchun hisob rahami ochishi mumkin. Buning` uchun ariza, tadbirkorning davlat r?yxatidan ?tkazilg`anlig`i xa?ida ?ujjat notarius tasdi?lag`an o`z imzo namunasi b?lgan kartochkaga soli? inspektsiyasida r?yxatda turg`anlig`i xa?ida ma`lumotnoma bo`lishi keraè.

Tadbirkor o`z hisob rahamidan foydalanishni notarius tasdi?lag`an ishonch ko?ozi or?ali bosh?a shaxsg`a berishi mumkin.

Bordi-yu, tadbirkor vafot etsa, tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish bo`yicha majburiyatlar uni? merosx?rig`a ?tadi. Bundan uning` nomig`a ochilg`an hisob rahamini boshqadan rasmiylashtirè?à t?ri keladi. Merosxur qonuniy ravishda o`z faoliyatini boshlashdan oldin, bank muassasasiga hisob rahamini o`z nomig`a ?ayta rasmiylashtirish xa?idag`i ariza, notarius tasdi?lag`an o`z imzosining namunasi b?lg`an kartochka va merosx?rlik xa?idag`i g`uvo?noma topshirishi keraè.

Tadbirkor hisob rahamida b?lg`an pul ?oldi?idan foydalang`anlig`i uchun bank ung`a shartnoia? belg`ilang`an ma`lum foiz t?laydi.

Barcha tadbirkorlik tizimi yashash joyidag`i a?olini ijtimoiy ?imoyalash fondi va bandlik markazidan r?yxatdan ?tishi kerak. Buning` uchun ular bu tashkilotlarga` belg`ilang`an tartibda kerakli ?ujjatlarni berishlari kerak, s?ng` ularg`a kerakli xabarnomalar yuboriladè.

3. Kichik biznes mo?iyati va uning` tadbirkorlikdag`i rolè.

Kichik biznes tadbirkorlik shakllaridan biri bo`lib, bu tushuncha bizning` iqtisodiy so`z boyligimizda ya?inda paydo b?ldi. Mamlakatimizda kichik biznes endig`ina shakllanib kelayapti. Va?olanki, u rivojlang`an mamlakatlarda alla?achon o`z ?rnini topg`an va i?tisodiyotda muayyan ahamiyat kasb etg`an.

Kichik va ?rta korxonalar o`z faoliyatlarini tor ishlab chiqarish dasturlarig`a, il?or texnologiyaga, ka? turkumli ilm-fan talab qilinadig`an ma?sulotlar ishlab chiqarishg`a moslaydilar hamda bozor "asos"larini tez o`zlashtirib oladilar.

Kichik va ?rta korxonalarini ?uyidag`icha g`uru?lash mumki:

- o xususiy;
- o yakka tartibdag`i;
- o oilaviy;
- o jamoa;

- o rivojlang`an mamlakatlardag`i sheriklar bilan hamkorlikda tashkil etilg`an ?qshma korxonalar;
- o davlat;
- o aralash (xususiy va davlatg`a karashli);
- o konsalting` firma;
- o vositachilik savdo firmalari va ?okazo.

Bu korxonalar davlat, kooperativ, ijara mulki asosida, mas`uliyati cheklang`an jamiyat, oilaviy yokè yakka tartibda Mehnat faoliyati asosida xalq xo`jalig`ining` barcha tarmoqlarida ixtiyoriy mulk shakliãà tashkil etilishi mumkin.

Kichik va qrtta korxonalarni ko`pincha i?tisodiyotning` monopoliyadan xoli bqlg`an musta?il sektori deá atashadi. Harb amaliyotidan ma`lumki, kichik va qrtta korxonalar bozordag`i o`zg`arib turuvchan vaziyatga yiriklarig`a harag`anda tezro? moslashib oladi, yang`i texnika va texnolog`iyalarni, yang`i eò qrinlarini ancha jadallik bilan yaratib, joriy eta oladi. Ularg`a tashabbuskorlik, ishbilarmonlik va ephillik ru?i xam xos.

Dastlabki avtomobillar, samolyotlar, konditsionerlar, bir la?zada surat chiharib beradigan fotoapparatlar va videokameralar, nusxa kqchiradig`an avtomatlar, kserokslar, sharikli ruchka va boshqa ko`pg`ina tovarlar iste`dodli va ishbilarmon kishilar tomonidan ixtiro etilg`an aynan shunday kichkina va qrtta korxonalarda yaratilg`an. Xamfikir bo`lib, texnik yang`iliklari ustida yakdillik bilan ishlag`an kam sonli xodimlar jamoasining` keyinchalik moliyaviy ji?atdan ulkan muvaffakiyatlarga erishg`an firmalarga aylanib ketg`anini ko`pg`ina misollar bilan ko`rsatish mumkin. Deyarli butun ja?onga don?i ketg`an IBM, "Kseroks", "Polyaroid" firmalarini aytib qtishning` o`zi kifoya.

Respublikamizda kichik va qrtta korxonalarni vujudg`a keltirish alo?ida ahamiyatg`a eg`a. U-birinchi dái, Mehnatg`a layo?atli a?olini, ayni?sa ?ishlo? joylardag`i ishsizlarni ijq`imoiy foydali Mehnatga tortishãà muhim rol qynaydi. Sanoat ji?atdan rivojlang`an mamlakatlarda yang`i ish joylari qsishining yarmiãái ko`pro?i ana shu korxonalar ?issasig`a tq?ri kelayotg`anlig`ini ta`kidlashning` o`zi kifoya; ikkinchidan, oãq bo`ziladig`an ?ishlo? xo`jalig`i ma?sulotlarini ?ayta ishlashda bu tipdag`i korxonalar juda ?ql keladè; uchinchidan, bozorni xalq iste`moli mollari bilan ta`minlashda, umumiy ovkatlanish tarmoklarini keng`aytirish va ular ishining` sifatini yaxshilashda korxonalarining` roli be?iyosdèg`.

Xqsh, respublikamizg`a ?ancha korxonalar kerak? Ani? bir sonni aytish kiyin, lyokin bozor i?tisodiyotè ?anchani talab ?ilsa, shuncha kichik va qrtta korxonalar bo`lishi kerak. Bu borada mavjud imtiyozlardan keng` foydalanish, mayda so?ibkorlikka davlat tomonidan beriladig`an yordamni kuchaytirish mó?èi ahamiyatg`a eg`a.

Kichik va qrtta korxonalar qanday ?u?uklarga eg`a?

1. Tashkiliy birlik - bu yuridik shaxsning` jamiyatda mulk va ?u?u? sub`ekti sifatida tashkil bqlg`anlig`ini, qonunlarga binoan muayyan ?uku? va majburiyatlarga eg`a bo`lishini bildirãè.

2. Mulkiy mustaqillik - fuqarolik xuquqini sub`ektg`a bo`lishi uchun yuridik shaxs hisoblangan har kaysi xo`jalik sub`ekti o`zig`a xos xususiy mulkchilik asosidag`i muayyan mulkka eg`a bo`lishi, davlat mulkchiligi asosida tashkil topg`an yuridik shaxslar esa davlat tomonidan o`ziga biriktirilgan mulki bo`lishlig`ini taqozo qil ad i.

3. Musta?il mulkiy javobg`arlik - bu deg`an so`z, yuridik shaxs xuku?idái foydalanayotg`an yoki yuridik shaxs hisoblang`an xo`jalik sub`ektlaqè qonunlarga kqra, o`z zimmlarig`a olg`an majburiyatlari yo`zasidan kelib chi??an javobgarliknè, iqtisodiy zararni o`z mulki hisobidan ?oplaydi

4. Musta?il shartnomaviy javobg`arlik - musta?il to`zilg`an shartnoma bandlarida belgilangái ?oidalarga kqra, o`z zimmlarig`a majburiyatlar olishi xuku?iy ji?atdan tabiiy bo`lib, ularni xar ikkalà tomon xam bajarishi shart. Buning` uchun ular bab-baravar javobg`ardirlaqè.

5. Fuqarolik axborotida o`z nomidan xarakat qilish - bu deg`an so`z, yuridik shaxs bo`lib hisoblangan mulk yoki xo`jalik sub`ekti. O`z mulkig`a ishonib: uning` nomidan xilma-xil bitimlar to`za oladi; xuquqiè munosabatlarda ?atnashib, mulkiy va mulkiy xarakterda bqlmag`an

xuquqlarg`a eg`a bo`ladi; o`zga mu`e sub`ektlarig`a iqtisodiy aloqalarni mustaqamlashda majburiyatlar tu`diradi va o`z zimmasiga olgan majburiyatlar uchun qonun oldida javob beradi.

6. Bozor xujalig`ini yuritishda o`z nomidan shartnomalar to`zish - yuridik shaxs hisoblangan korxonalar bozor iqtisodiy sharoitida iqtisodiy faoliyatlarini tashkil qilg`an mulk sub`ektlari bilan (kaysi mulkchilik shakli asosida tashkil qilg`anlig`idan nazar) xo`jalik faoliyatini mustaqamlashni nazarda tutib, tavakkal asosida, tadbirkorlikka va tashabbuskorlik hamda amaldag`i qonunchilikka tayanib xujalilik shartnomalarini to`zadilar.

7. Xo`jalik faoliyatini mustaqil tashkil etish - bu deg`an so`z kichik va qrtta korxonalar yuridik sharoit sifatida:

o o`z xo`jalik faoliyatlarini mustaqil rejalashtiradi;

o maxsus dasturlar va loyixalar vositasida iqtisodiy faoliyatlarni yuritadilar;

o ishlab chiqarishni tashkil qilishdan kelib tushg`an daromadni va sof foydani qonunda belgilangan turlar turlang`andan keyin mustaqil foydalanadi yoki taqsimlaydi.

8. Yollanma ishchi kuchidan mustaqil mulk sifatida foydalanish - yuridik shaxs hisoblangan kichik va qrtta korxonalar xo`jalik iqtisodiy faoliyatini yuritishda amaldag`i qonunchilik va tasdiqlangan Nizomda belgilang`an sharoitlarga qrtta, yollanma Mehnat shartnomasi vositasida Mehnat munosabatlari tashkil qiladilar.

9. Ishlab chiqarish va moliyaviy xo`jalik faoliyatini mustaqil tashkil etish - Kichik va qrtta korxonalar yuridik shaxs sifatidag`i tashkilar tomonidan to`zilg`an keng`ash harorig`a muvofiq:

o ish xarajati;

o ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish;

o moddiy raqobatlantirish;

" xavf jamoatlarini mustaqil tashkil etadi hamda ulardan samarali foydalanish yo`nalishlarini belgilashda o`z Nizomida ko`rsatilg`an sharoitlarga asoslanadi.

10. Xo`jalik faoliyatini tashkil qilishda xo`jalik hisobi tamoyillarig`a muvofiq boshqarish - Bu degan so`z kichik va qrtta korxonalar mustaqil kichik mulk sub`ekta sifatida iqtisodiy faoliyatini tashkil qilishda:

o o`zini -o`zi boshqarish;

o o`z xarajatlarini o`zi to`plash;

" mustaqil rejalashtirish;

" mustaqil ishlab chiqilg`an dasturlar, loyixalar vositasida ishlab chiqarish munosabatlarida foydalanish tushuniladi.

SHunday qilib, yuridik shaxs hisoblang`an kichik va qrtta korxonalarining xukm layohati o`z ta`atnashaetg`an xuquqiy munosabatlar xarakteridan kelib chiqq`an xuquqiy vazifalar bilan belgilanadi.

Kichik va qrtta biznesning afzalliklari nimada?

Biznesni boshlovchi ishbiarmon kichik va qrtta korxonani tashkil etib faoliyatini muvaffaqiyatli olib borishda ulardan qrtta foydalanish uchun kichik va qrtta korxonaning asosiy afzal jihatlari yaxshi tasavvur etishi lozim

1. Xarakat yorqinlig`i - Ko`pchilik kichik korxonalarda yuqorig`a boshqarish deg`an gap yo`q. Bu esa tashabbuskor va harakatchan tadbirkorlarga katta imkoniyatlar beradi.

2. Moslashuvchanlik va tezkor harorlar qrtta qilish imkoniyati - yirik korxonalar nisbatan mayda biznesda ishlab chiqarish va bozordag`i o`zgarishlarga muvofiq qrtta ish olib borish imkoniyatlari keng. Kichik korxonalar tezkorlik bilan bozor talabiga binoan, zarur tovar ishlab chiqarishga qrtta oladilar.

3. Ma`alliy shart-sharoitlarga tez ko`nikma qrtta qilish - mayda biznes ma`alliy bozorning urf-odatlarini, talablari, nimani afzal ko`rishini va boshqa o`ziga xos jihatlari qrtta aniqlab, ishini shunga muvofiq tashkil etishga a`lo darajada moslashg`an.

4. Mayda biznesg`a nisbatan xayri?o?lik - mayda biznes - "Amerika orzusi", shu bois jamoatchilik ertasida ung`a ?izi?ish va xayri?o?lik juda kuchli. Mayda biznesni A?SHda kongress hamdoimo ?ellab-?uvvatlaydi. Ularg`a turli soli? imtiyozlari belg`ilanadi.

5. Operatsion xarajatlarning` kamlig`i - ish ?akig`a uskunalarg`a ketadig`an mabla? òài, boshqarish harajatlari hamnisbatan kam

6. Tezlik bilan moddiy yutu??a erishish imkoniyati - bir va?tning` o`zida maosh va biznesdan t?la dividendlar olishg`a erishish mumkin.

7. Kelg`usidag`i foydali tomonlari - ag`ar ish yaxshi yurishib ketaversa, tadbirkor zarur b?l?é kolg`anda ishini osong`ina va katta foyda bilan sotib yuborishi mumkií.

8. Bir necha kasbni ??shib olib borish - ko`pincha tadbirkor o`z korxonasidag`i ishlarni birday bajarib borishi mumkin.

9. Ixtisoslashg`an yoki xususiylashg`an sharoitdag`i afzalliklar - yirik raqobatchilarda yu?ig?è org`anlar belg`ilab k?yg`an turli qonun-?oidalar sabab harakat yorqinlig`i etarli emas. Mayda biznes inà moslanuvchan, ayni?sa, ya?kol mavsumiy xarakterdag`i yoki ixtisoslashg`an bozor sharoitida kattà afzalliklarga eg`a.

10. Ishbilarmonlik ru?ining` saklanishi - kichik va erta korxonalarda tadbirkorlik, ishbilarmonliè ru?i ya??ol namoyon b?ladi. Ularning` zamonaviy tarmoqlarda (elektronika, komp'yuterlashtirì) ko`pligi hamshundan dalolat beradi. A?SHda ?achonlardir har bir amerikalik ishbilarmonga xos b?lgan romantizm ayni paytda biznesmenlarga xos, deb g`apirishadi.

Mayda va erta biznesning` o`zig`a xos xususiyatlari kuyidag`ilardan iborat:

o ishlab chiqarish resurslari bir kishi tomonidan mabla? bilan ta`min etiladi;

o Mehnat resurslari kamro? jalb qilinadi;

o ijodkorlik, tashabbus rivojlanadi;

o yang`i ?oyalar tez amalg`a oshiriladi.

Kichik va erta biznesning` kamchiliklari nimada?

Kichik va erta biznesda yu?orida kayd ?iling`an afzalliklar bilan bir qatorda kamchiliklar hammavjud. Ular kuyidag`ilardan iborat:

o xodimlarni jalb etish ?iyinro? b?ladi;

o shaxsiy muammolar ?iyin echiladi (ta`tilning` y?lig`i, xom-ashyo, yonil?i-energ`etika resurslari narxi k?tarilishi, soliqlar oshirilg`ani);

o tadbirkor yakka javobg`ar hisoblanadi;

o o`z majburiyatlarini doimiy ravishda ado etib borishg`a t?ri keladi;

o ixtisoslashg`an menejerlik etarlicha b?lmaydi;

o faoliyat muddatining` noaniqlig`i, uning` faqat faol paytdag`ina serdaromad bo`lishi va ?okàçí.

o`zlarining` faoliyat maqsadi bo`yicha kichik va erta korxonalar kattalardan far? ?ilmaganlarda, amaliyot shuni k?rsatadiki, uncha katta b?lmag`an korxonalar jamiyatda muhim ijtimoiy-iqtisodiy rol çynasalar ham, ular bozor sharoitida chidamli emas.

SHuning` uchun, kichik va erta korxonalar, davlatning` k?llab-?uvvatlashig`a mu?tojdir. Ushbu ?oèiè xisobg`a olib, barcha davlatlar kichik korxonalarni kattalaridan ajratish uchun ma`lum k?rsatkichlaridan foydalaniladi va ularni qonuniy xujjatlar vositasida bankrot bo`lishdan ximoya qilishaèè.

4. Kichik biznesning` iqtisodiy samaradorlig`i va uning` strateg`iyasi va muammolaçè

Mutaxassislar ba?osig`a k?ra, MD? davlatlaridan nodavlat biznesning` sanoatda ulushi ishlàà chiqarishning` umumiy ?ajmidan 15 foizni tashkil etadi. Kichik biznesning` tadbirkorlik tizimè tomonidan a?oli talabini ?ondiradig`an ma?sulot ishlab chiqarish ?ajmi 10 dan 30 foizgacha, savdo so?asida esa 30 foizdan orti?ini tashkil etadi.

Rasmiy xabarlarg`a, nizom ?ujjatlarig`a va soli? inspeksiyasig`a beriladig`an ma`lumotlarga haragaíàà tadbirkorlik tizimining` yarmig`a ya?ini sanoat va savdo tarmokdarida faoliyat k?rsatadi. 20 foizè ?urilish tarmoqida ishlaydi. ?olg`an barcha faoliyat turlarig`a (?ishlo? xo`jalig`i, ishlab chiqarish, ta`lim, ilm-fan, tibbiyot, moliya tarmokdari, vositachilik) 30 foizi t?ri keladi.

Ammo 2019-yilda esa tadbirkorlik tizimining faoliyati umuman boshqacha: tadbirkorlarning 60 foizigacha savdo-sotilish va turli xil vositachilik faoliyati bilan shugullanar ekan.

Tashki vaziyatning ta'siri ostida Vatanimiz tadbirkorlari ommaviy ravishda asl faoliyatni amalga oshirmayotganligi ko'rinib turibdi.

Yashash istagi shaxsiy mablag'ni, ma'sulotlarning sonini oshirishga emas, balki ularni aytadai ta'simlashga yonaltirishga undaydi.

Ko'pincha ishbilarmon tadbirkorlar o'z faoliyatini davlat narxi va yorqin (birja) narx orasidagi farqdan foydalanishdan boshlaganlar, bunga davlat sanoat korxonalari va mustaqil tadbirkorlar orasidagè ya'ni sabab b'lgan.

2019-yilda esa oxirgilarning mustaqilligi davlat ma'sulotini sotish y'llarini topish bilan chegaralangai, bunda davlat korxonalar barlari va davlat boshharuvidagi yu'ori org'nanlar daromadni ta'simlashni nazorat qilishni o'z g'llariga olganlar.

o'ziri sharoitda davlat korxonalari ma'sulotlarini sotish y'li bilan ustama foyda olish, yorqin narxga tish hisobiga pasayib ketdi. Vositachilarga davlat ma'sulotlarini ayta sotishdan deyarli foyda ol' mumkin b'lmay oldi. SHuning uchun tadbirkorlik tarmoqida ichki va dunyo mi'yosidagi narxlarning farqidan foydalanish daromad manbai bo'lib oldi. Bunda savdodan tushgan pulning bir qismi Respublikaga rasmiy ravishda aytab beriladi, boshqa qismisa chet mamlakatlarda oladi. Offshorli sheriklarning hisob rahamiga ancha valyuta tushayotganligini aniqlash iyin, chunki bu tadbirkorlar va davlat xizmatchilari orasidagi sirlardan biridir.

Ana shunday tadbirkorlikni rivojlantirishdagi salbiy tomonlar Respublikadagi qonunlar negizini etarli darajada ishlamaganligining guvo'i b'lad. Aynan mana shu erda bir tomondan davlat okimiyat tizimi va milliy bankning, ikkinchi tomondan tijorat banklari va boshqa tadbirkorlik tizimi orasidagi ayritabiiy munosabatlarning dastlabki sabablari yashirgan.

Asrimizning ikkinchi yarmida kichik biznes ko'p mamlakatlarda tadbirkorlikning dinamik qismib'li oldi. hukumat kichik va t'rtta biznesni milliy i'tisodning qisishi uchun ozikdantiruvchi tarmoq sifatida k'radi. Tadbirkorlikning bu shaklidagi adr-iimmatini kuyidagi tashkil etadi: harakatni mustaqilligi; tezkor va o'zgaruvchan harorlarning bo'lishi mumkinligi; ma'alliy sharoitlarga moslashga; a'oli t'rtasida kichik biznesga b'lgan ishonchning mavjudligi, bir necha kasbning birlashtig' imkoniyatining borligi; biznes operatsiyasiga ketadigan xarajatning kamligi; o'zoq muddatli foydaga; tezkor moddiy foydaga b'lgan imkoniyatlar.

Turli mamlakatlarda kichik va yirik biznes orasidagi munosabatlarning u'u'i va iqtisodiy shakl har xil. qonunchilik kichik biznesni ho'jalikning mustaqil shakli sifatida tashkil qilish va yirik korxonalar oshida amalga oshirishga ruxsat beradi. Bu tadbirkorlik faoliyatining tez jonlanishi va bozorni ma'sulotlar bilan t'lishiga yordam beradi. Bundan tashhari respublikada kichik biznesning shakllanishiga sanoatning tara'i etgan tarmoklarining mavjudligi, bo'lar asbobsozlik, radioelektronika, ishlo' xo'jaligida esa ju'rofik mu'it fermer xo'jaligining rivojlanishiga yo'ga beradi.

Respublikada kichik biznesning aysi shakli samarali ekanligini xo'jalik faoliyati ishchilar soni bo'yicha aysi korxonalar chidamliligini o'zir aytish iyin.

Kichik biznesning shakllanishi va rivojlanishida olingan tajribani umumlashtirish va ma'lum xulo' qilish va takliflar kiritish uchun ma'lum bir va't kerak.

Biro' ozirdan kichik biznesning rivojlanish muammolari anik,. Ular mulkni t'la imoya 'ila oladiga va shartnomalarni bajarishni kafolatlaydigan u'u'i tizimning y'ligi tufayli paydo b'lmok.

Kichik biznesning samarali rivojlanishi uchun respublika i'tisodiyoti uyidagi yonalishlarda rivojlanishi kerak: u'u'i ta'minot, soli' tizimining takomillanishi, xususiylashtirish, tadbirkorlik faoliyatining xaridorga moslashuvi va boshqalar.

5. Kichik biznesning davlat tomonidan q'llab-quvvatlash tizimi, uning iqtisodiy samaradorliginè oshirishning asosiy y'ellari.

Kichik biznesning davlat tomonidan q'llab-quvvatlanishi uyidag'i tarkibiy ?ismlarni o'z ichiga oliè kerak: byudjet or?ali bevosita yordam puli (masalan, A?SHda yordam puli yilig`a 300 ming dollarga ya?in mi?dorni tashkil qiladi). Pul ?ajmi kichik biznes su?urta ?ilinmag`an zararlarni ?oplash uchóí belg`ilang`an bo'lishi kerak. Yordam puli innovatsiyaning` xavfli loyi?alarini ?oplaydi va katta biznãñ talab ?ilmaydig`an ma?sulot turlarini ishlab chiqarishni kuchaytiradi.

Kichik biznesg`a yirik korxonalar (asosiy pudratchilardan pudratg`a olish turi bo'yicha) berishi keràè b'lg`an buyurtmaning` majburiy foizi belg`ilang`an davlat buyurtmalarini katta korxonalarga joylashtiradi. Davlat bank kreditlarini olishda kafil sifatida chi?adi. SHuning` uchun mayda biznesga kredit oliè ancha eng`ilro?; kichik biznes soliq, imtiyozlarig`a eg`a bo'lishi kerak. (Masalan, A?SHda soli?èàğ umumlashtirilg`anda foydaning` 44 foizini tashkil etadi: 36 foizi milliy, 8 foizi - shtat soli?i). Agarda firma ijtimoiy tarmoq?a yoki ishlab chiqarishning` rivojlanishig`a ajratilg`an mabla?ini ko'paytirsam, solè? solinadig`an ulush ?ishartirilishi mumkin.

Masalan, Buyuk Britaniya va Italiyada yosh tadbirkorlar yu?ori cheg`irish bilan tadbirkorlik faoliyatini boshlash va davom ettirishi haqida, shuning`dek bozorg`a qanday chi?ish mumkin, ishbilmãi sheriklarini qanday topishi haqidag`i masla?atlarni tyoking`a olishi mumkin. Bundan tashhari u o'ziè ?oni?tiradig`an narxg`a ijarag`a imorat va xususiy biznesni boshlash uchun kerakli asbob uskuna oliá, amaliy ishda sinab k'rishni mumkin.

MD? mamlakatlarida kichik biznesni davlat tomonidan mabla? bilan ta`minlash byudjetda pul kam b'lg`anlig`i uchun arzimagan miqdorda amalg`a oshiriladè.

Respublikada kichik biznesning` takomillanishi va rivojlanishida tash?i, ichki omil va sharoitlar, ya`iè chet el mamlakatlari bilan iqtisodiy integ`ratsiyaning` yu?ori saviyasi, chet el kreditlarini, chet iè investitsiyalarini, zayomlarini jalb qilish, bozor munosabatlari rivojlanish darajasi infrastruktura a?voli, tashkil ?iling`an iqtisodiy ishlab chiqarish imkoniyatlaridan foydalanish saviyasi, mexnat va tabiiy manbalar muhim ahamiyatg`a eg`a.

Ya?in orada eksport va importni birdanig`a boshqa y'nalishg`a burish mumkin emas. Yangi bozorlarda max,sulot va xom-ashyo sotib olish uchun valyuta kerak. U esa ?ozir etarli darajada emas. SHuning uchun Respublika MD? va Rossiya bozorlarida o'z ma?sulotlarini sotishni sa?lab ?olish kerak. Kelajakda iqtisodiy tizimni ?ayta ?urish munosabati bilan Markaziy va harbiy Evropa mamlakatlari bilan asta-syokin integ`ratsiya bo'lishi uchun ob`ektiv asoslar tuqiladi. Kichik biznes shakllarini tashkil etishda ishlab chiqarishni zamonaviylashtirish, eksport imkoniyatlarini keng`aytirish uchun valyutag`a sarf ?iling`an xarajatlarni ?oplay olish neg`izida, shuningdek bevosita chet el investitsiya neg`izida chet el kredit, zayomlarini jalb qilish muhim ahamiyatg`a ega. Respublika shunday vaziyatda ?olg`anki, u mabla? bilan ta`minlashning` noan`anaviy usullarini jalb etmay turib, iqtisodiy vaziyatg`a ta`sir k'rsata olmaydi.

Respublikaning` xalharo tadbirkorlikni q'llab-quvvatlash fondlari, xalharo valyuta fondi, Evropa tiklanish va rivojlanish Banki, Ja?on Banki va uning` filiali b'lg`an xalharo moliyaviy korporatsiy, investitsiya va kafolat xalharo ag`entlig`i bilan hamkorlig`i ijtimoiy-iqtisodiy dastO'RNI amalga oshirish ó÷óí imtiyozli ravishda kredit olish imkoniyatini tu?diradi.

Biro? respublikaning` ya?in va o'zok, xorijiy mamlakatlar bilan turli alo?asi ?anchalik yaxshi b'lmasií, kichik biznes rivojlanishida ichki sharoit va omillar ?al ?iluvchi rol' çynaydi. Bu omillar ichida eng muhimi - bozor alo?alarining` rivojlanish darajasini çta pastlig`i.

Buning` sababi bir tomondan bu islohot larni amalga oshirish boshlang`andan beri ?is?a va?t çtg`anlig`ida b'lsa, asosiysi - mutanosib kuchlarning` islohot larg`a harshilig`i, kerakli b'çig` infrastruktura to'zilishining` y'kdig`i, boshharuv ?u?ukdari va uning` normalarini amalga oshirèø mexanizmining` takomillashmag`anlig`idir.

Respublikaning` iqtisodiy ishlab chiqarish imkoniyatlaridan (sobi? ittifo? davrida respublikada 1990 yilda ?ududning` bir foiz, a?olining` 3,7 foizini tashkil qilishig`a haramay, umumiy ma?sulot va millèè daromad 4,3 foiz, sanoat ma?sulotlari 4,5 foizdan oshi?, ?ishlo? xo'jalik

ma'sulotlari 5,6 foiz ishlab chiqarilar edi) t'oli? foydalanilmayapti. MD? va ja'on bozorlari a'volini hisobg'a olg'an ?olda, mavjud ma'alliy manbalar, xalq xo'jalig'i va a'oli e'tiyajlarini hisobg'a olg'an ?olda iste'molchilar komissiyasi, ilmiy va eksport va ishlab chiqarish tarmoqlarining` rivojlanishi yordamida iqtisodiy ishlab chiqarish imkoniyatlarining` tizimlarini ?ayta ?urishni amalg'a oshirish lozil.

Kichik biznes rivojlanishini tezlashtirishda va uning` samaradorlig`ini oshirishda asosiy y'nalishlag` bo'lib ?uyidag` ilar xizmat qiladi:

o soli?lar, valyuta va tash?i savdoni boshqarish borasida chet el investitsiyalari uchú musta?kam rejim ?rnatish, chet el kapitali yordamida xususiylashtirish uchun kerakli sharoitlar yaratish, investitsion loyi?alar haqida ma`lumotlar tizimini tashkil etish;

o moliyaviy-kredit muomalasi tarmoqida - kichik biznes uchun kredit muassasalari (masalan, kredit omonat muassasalar) tashkil etishg'a kerakli sharoitlar yaratish va kreditlar olish imkoniyatlarini keng`aytirish; chu?ur ?ayta ishlang`an ma'sulot eksport bilan shu?ullanadigan tadbirkorlar uchú valyuta tushumini sotishni majburiy normalarini yaxshilash, banklararo hisoblash tizimini rivojlantirish;

o kichik korxonalar uchun asosiy fondlarning amortizatsiyañe;

o markazlashg`an resurslar manbaalari, axborot ma`lumotlar bazasig`a kirishni ta`minlash, tadbirkorlar va xaridorlar ijtimoiy ?imoya kafolatini ta`minlash;

o ma'alliy o'z-o'zini boshqarish org`anlari tomonidan ?ellab-?uvvatlashni aktivlashtirish, óó jumladan ma'alliy mi?yosda soli? imtiyozlari ishlab chi?ish;

o kichik korxonalar ma'sulotlarig`a e'tiyojni va talab kon`yunkturasini ?rg`anish uchun respublika axborot tizimini tashkil etish;

o kichik venchur (kichik biznesning` bir turi, ilmiy-mu?andislik) ishlarikorxonalarga mabla? sarflayotg`an xususiy investorlarning` davlat su?urtasi;

o lizing` xizmatlarini rivojlantirish.

Takrorlash uchun savollar

Tayanch iboralar

Kichik biznes, kichik biznes strateg`iyasi, tadbirkorlik g`oyasi, tadbirkorlik loyixalari, konsalting firma, vositachilik savdo firmalari, Mulkiy mustaqillik, musta?il mulkiy javobg`arlik, musta?il shartnomavié javobg`arlik, harakat yorqinlig`i, operatsion xarajatlar.

Bozor kon`yunkturasi, SVOT, ta`sis shartnoma, ta`lisi ?ujjatlari, sarmoyaning ta?simlanishi, za?ira fondi, Nizom mabla?i, kichik biznes, tadbirkorlik g`oyasi, tadbirkorlik loyixalari, konsalting firma, vositachilik savdo firmalari, musta?il mulkiy javobg`arlik, musta?il shartnomaviy javobgarlik, harakat yorqinlig`i, operatsion xarajatlar.

6-MAVZU: TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA BIZNES REJA

REJA

1. Tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish va rejalashtirishning` asosiy elementlari.
2. Rejalashtirishning` boskichlari va uning` turlarè.
3. Biznes rejaning` mohiyati, mazmuni, xamda uni ishlab chikish.
4. Biznes rejani tayerlash va undan foydalanish.
5. Biznes rejaning` asosiy bulimlari mazmuni.

FOYDALANILG`AN ADABIETLAR RUYXATI

1. Karimov I.A. O'zbyokiston XXI asrg`a intilmokda. O'zbyokiston.T-1999 yil.

2. Karimov I.A. O'zbyokiston iqtisodiy isloxotlarni chukurlashtirish yo'lida. O'zbyokiston.Toshkent 1998 yil.
3. G'ulomov S.S. Tadbirkorlik va kichik biznes. O'zbyokiston.T-1997 yil.
4. Yo.Abdullaev, F.Karimov "Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari" Toshkent "Mexnat" 2000 yil.
5. Tadbirkorlik va kichik biznes. Gulomov S.S. Toshkent 2000 é
6. Tadbirkor yon daftari "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik". Toshkent 1999 y.
7. Muxiddinov D.M., Xamrokulov O.M. va boshqalar "Tadbirkorlik asoslari "fanidan o'quv qo'llanma, Buxoro 2002 yil "Muallif"

1. TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISH VA REJALASHTIRISHNING ASOSIY ILEMENTLARI.

Xar qanday korxonaga o'zini faoliyat yunalishidan kat'iy nazar rejalashtirish bilan shugullanish kerak.

Rejalashtirish deganda korxonani aniq kelajakdagi maksadini aniqlash, ularni amalga oshirish usullarini taxlili va resurslar bilan ta'minoti tushuniladi.

Tadbirkor faoliyatini rejalashtirish kungina afzalliklarga ega:

u raxbar va mutaxxasislarni doimo kelajak uchun fikrlashga rag'batlantiradi;

rejalarni ishlab chiqarish va bajarish jarayonida korxonaga tomonidan kilinayotgan ishlarni aniq muvofiqlashtirish amalga oshiriladi;

u tashkilot o'z vazifalarini aniq belgilashga majbur kiladi;

rejalashtirish tashkilotlarni tusatdan bo'ladigan o'zgarishlarga tayyor kiladi, mansabdagi shaxslar vazifalarini, o'zaro munosabatlarini kurguzmali ravishda namoyon kiladi.

F. Kotlarning fikricha, istikbolni rejalashtirish bu firmalar maksadlari, uning marketing sohasidagi potentsial imkoniyatlarni va imkonlar orasidagi strategik muvofiqlarni kullashni takkoslovchi boshqaruv jarayonidir.

Yangi qonun chiqaruvchi xujjatlarni ko'rsatib utilganiki, korxonaga o'z faoliyatini mustaki xolda rejalashtiradi va rivojlanish istikbollarini ishlab chiqarish maxsulotlar, ishlar, xizmatlarga extiyoj va korxonaga ishlab chiqarish va ijtimoiy rivojlanishni ta'minlash zaruriyati, uning xodimlari shaxsiy daromadlarni oshishi kelib chikkan xolda belgilaydi. Tadbirkorlik faoliyatini olib boruvchi korxonaga rejani ishlab chikishda kuyidagilarga e'tibor berishlari kerak : Maksadlar va vazifalarni belgilash. Bozorga o'tish sharoitida mustaqil xujalik sub'ektlari bo'ladi va rivojlanishni o'z -o'zini mablag'lar bilan ta'minlash uchun etarli bulgan foyda olish maksadida maxsulotlar ishlab chiqarish va sotish, bozordagi ulushni ustirish yoki saqlab kolish, avvalgi davrga nisabatan maxsulotlarni sotish yoki ishlab chiqarishni usishini ta'minlashni amalga oshiradi.

Resurslar. Xammadan ilgari moddiy, moliyaviy va mexnat resurslariga bulgan extiyojlarni aniklash va uning to'zilishini muvofiqlashtirish talab etiladi. Faoliyat turini tanlashni va samaradorligini baxolashni foydani asosiy jamgarmalar va aylanma mablag'larga munosabati bo'lib, amalga oshirish maksadga muvofiq.

Mutanosiblik urganish. Rejani ishlab chikishda kursatkichlarni barobarlashtirilganligini ta'minlashni talab kiladi. SHaxsiy aylanma mablag'larni ularning yigini mikdoridagi eng oz ulushini, MTB rivojlanishini transport xizmatlari bilan ta'minlanishi va xokazolarni aniqlash muxim axamiyatga ega.

Rejani bajarilishini taxlil kilish. Iqtisodiy extiyojlarni tulik ta'minlash va foyda omiliga karatilgan iqtisodiy va tashkiliy texnik choralarini aniqlash yoki belgilangan maksadlarga erishish yullari va vostialar xakida boradi. ma'sullot bozori,

Rejani bajarilishini nazorat kilish. Rejani bajarilishini doimiy o'z vaktida tekshirish iqtisodiy jaraenni maksadga muvofiq rivojlanishni ta'minlash, o'z vaktida kamchiliklarning oldini olish, ilgor tajribalarni kullash va samaradorlikni aniqlashga yunaltiriladi. Masalan, savdo

korxonalarida chakana tovağ oboroti xajmi daromadlar, xarajatlar, foyda, tovar zaxiralari va ba`zi bir kursatkichlar.

Strateg`ik rejalashtirishning` tarkibiy to`zilishidan kurinib turibdiki, strateg`ik rejalashtirish asosida avvalo maksad va vazifalar bilan bir qatorda strateg`iya mushtarak xal etiladi. Keyingi boskichda joriy va strateg`ik dasturlarni to`zish orkali byudjetni rejalashtirish va uni ruyobga chikarèø tadbirlari amalg`a oshiriladi.

Rejalashtirishning` asosiy elementlari kuyidag`ilar xisoblanadè:

-bashorat kilish;

-vazifani kuyish (umumiy vazifalarni shakllanishi, bashorat asosida kelib chiqadi);

-rejani tug`irlash (bajarilish muddati aniklanadi)

-byudjetni to`zish (byudjetning` son kurinishidag`i rejasi bo`lib, daromadlar va xarajatlar balansi pul va natural kurinishda);

-rejani aniklashtirish (yakunlovchi boskich- kuyi bug`inlarg`a qabul kiling`an karorlar tarkatiladi àà rejani amalg`a oshirish boshlanadi).

2. REJALASHTIRISHNING` BOSKICHLARI VA UNING TURLARI.

Rejalashtirish jaraeni uch boskichni o`z ichig`a oladi:

1. Strateg`ik muammolarni taxlili.

2. Faoliyatni kelg`usi sharoitini bashorat kilish va vazifalrni aniklash.

3. O`z imkoniyatlarini optimal variantini tanlash.

Firmaning` istikbolini taxlil kilishda asosiy tashki xavf-xatarlar, imkoniyatlar, "favkulotda" xolatlarni vujudg`a kelishi va ularni bartaraf etish imkoniyatlari xal etiladi.

Birinchi boskichda korxonani ish yuritadig`an bozorda taxlil qilinadi. Taxlil ikki tmonlama bo`lib, bozor muxitidag`i pozitiv va neg`ativ xolatlar xakida uylash kerak bo`ladi. SHuni xisobga olish kerakki, tadbirkorlikni rivojlantirish jaraenida bir muammog`a ruxsat etilishi bilan boshqasi kelib chiqadi. Ixtiyoy va xaridor xoxishi o`zg`aradi, fan-texnikani yang`i yutuqlari joriy etiladi, ishlab chikarishning rivojlanish darajasi usadi, bozor va raqobatchilar strateg`iyasi o`zg`aradi, moliyaviy kiyinchiliklar tugiladè. SHuning uchun o`z faoliyatini 1-5 yillarg`a bashorat kilishg`a xarakat kiladè.

Ikkinchi boskichda, korxonaning` ichki imkoniyatlarini aniklash zarur. Bu urinda korxonani bozor muxitini o`zg`arishig`a karab ishlab chikarishdag`i, bozordag`i, iqtisodietdagi, boshqarishääè, resurslardag`i korxonaning` kuchli va kuchsiz tomonlari aniklanadi. SHular asosida maksadgà erishishdag`i eng` muxim vazifalari anikladandi. Bu boskichda firmaning` kaysi yunalishlarèà "raqobatchilik streteg`iyasini takomillashtirib, firmani yalpi ish faoliyatini qanday yaxshilash mumki?" deg`an savolg`a javob topiladi.

Uchinchi boskichda uch muxim kursatkich taxlil qilinadi:

1. Korxonani bozordag`i O`RNI;

2. Tarmokka korxonani moslig`i;

3. Ishlab chikarish dasturini assortiment to`zilishi.

Bu boskichda firmaning` turli faoliyat yunalishlari bilan istikbolini kiyoslash, tanlangai strateg`iyani amalg`a oshirishda turli faoliyat yunalishlari buyicha prioritet va resurslarni taksimlaø asosiy urin eg`allaydi.

Redjalashtirishning` kuyidag`i turlari mavjud bo`lib, ular: --

-o`zok muddatli rejalashtirish;

-urta muddatli rejalashtirish;

-kiska muddatli rejalashtirishdir.

Korxonani faoliyatini rejalashtirishda muxim maksad bo`lib, tovarlarni sotish xajmi, foyda va bozordag`i ulush xisoblanadi.

O`zok muddatli rejalashtirish 3 yoki 5 yillik muddatni o`z ichig`a oladi. Dunyo amaliyotida o`zoè muddatli rejalashtirish keng` qullaniladi. Xorijda, masalan, Yaponiyada yirik korporatsiyalarning 70 - 80% o`zok muddatli rejalashtirishdan foydalaniladi. O`zok muddatli

rejalashtirish o'z ichiga urta va kiska muddatli rejalashtirishni xam oladi. O'zok muddatli rejalashtirishda "maxsulot-bozor" yangi strategiyalari ishlab chikiladi. "Maxsulot bozor" yangi strategiyasini axtarish o'z ichiga yangi ishlab chikilish rivojlanish imkoniyatlari taxlilini, vertikal integratsiyalarni, xorijiy filiallarni tashkil etishni o'z ichiga oladi. Ushbu bosqichda ishlab chiqarishni kengaytirish va xarajatlarni kamaytirish variantlarini uraganiladi.

Urta muddatli rejalar, odatda 2 yoki 3 yillarga to'ziladi. Urta muddatli rejalashtirishda rakiblarni kurash strategiyalarni o'zgarishi va nomenklaturani o'zgarishi natijasida xar bir maxsulot guruhini uchun rejalar to'ziladi.

Urta muddatli rejalar qabul qilish jaraeni uch bosqichni o'z ichiga oladi:

o'zining maxsus ma'lumotlari asosida o'z ishini bashorat qilish;

bashoratlar solishtiriladi;

korxonalar xabarini o'z ishini umumiy kurinishini ishlab chikaradi va yuqori tashkilotga beriladi.

Kiska muddatli rejalashtirish 1 yilga, yarim yilga, oylarga muljallangan bo'ladi. Kiska muddatli rejalar 1 yilga ishlab chiqarish xajmin, foydani rejalashtirishni o'z ichiga oladi.

Byudjetlar rejalashtirish tizimining muxim vositasi bo'lib xisoblanadi. Byudjet o'z kurinishida xarajatlar va daromadlar rejasini ko'rsatib beradi. Byudjet qiymati va natural kurinishda bo'lishi mumkin.

Byudjetning ikki turini ajratib kursatish mumkin:

-kapital xarajatlari byudjeti;

-joriy operatsiyalar byudjeti.

Kapital xarajatlar byudjeti o'zok muddatli rejalashtirishni baxolash va nazorat qilish uchun ishlatiladi.

Joriy operatsiyalar byudjeti xar kung'i ishlab chiqarish va sotish faoliyatini rejalashtirish va nazorat qilish uchun ishlatiladi.

3. BIZNES-REJANING MOXIYATI, MAZMUNI XAMDA UNI ISHLAB CHIKISH.

O'zbekiston iqtisodiyoti ruy beratgan tuxtovsiz o'zgarishlar va raqobat darajasining ushbu borish sharoitida faqat mashakkatli mexnat orkali biznesda muvaffaqiyatga erishish mumkin, deyish kiyin. Muvaffaqiyatli bo'lishi uchun biznesimiz anik maksadga va uning erishish uchun esa, yaxshi rivojlangan strategiyaga ega bo'lish lozim. Boshqacha kilib aytganda, bizga biznes - reja zarur.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida biznes- reja tadbirkorlikning xamma soxalarida qullaniladigan guyo bir ish asbobidir. U firmaning ish jarayonini tasvirlab, firma xabarlarining o'z maksadlariga kay tarika erishishlarini, birincha g'alda ishning daromadlilikini kay tarika oshirish mumkinligini ko'rsatib beradi. Yaxshi ishlab chikilgan biznes- reja firmaga ushbu borishga, bozorda yangi mavkelarni kulga kiritishga, o'z tarakiyotining istikbollarini belgilab olishga, yangi tovarlar ishlab chiqarish va yangi xizmat turlarini yaratishga xamda muljallarni amalga oshirishning maksadga muvofiq usullarini tanlab olishga yordam beradi. Biznes- reja doimiy xujjat bo'lib, muntazam ravishda yangilab beriladi, unga xam firmaning ichida, xam umuman iqtisodiyotdagi sharoitlarga karab ruy bergan o'zgarishlar kiritiladi. Biznes- reja firma ichi taxlilini maxsus ilmiy tashkilotlar tomonidan amalga oshiriladigan makroiqtisodiy taxlillar bilan bog'laydi. Odatda xar bir firma biznes- reja to'zadi, lyokin bunday xujjatlarni tayyorlash imkoniyatlari xar xil bo'lishi mumkin: biznes- rajani ishlab chikish uchun kichik firmalar konsalting tashkilotlarining mutaxassislarini jalb etishlari mumkin.

Biznes- reja firmaning muayyan bozordagi faoliyatning anik yunalishini urganish maksadida utkaziladigan tadqiqotlar va tashkiliy ishning natijasi bulgan munosabati bilan o'zgarishi asoslanadi:

- Ma'lum tovarni ishlab chiqarish (xizmatlar kursatish) ning anik loyixasiga- yangi turdagè buyumlar yaratish yoki yangi xil xizmatlar kursatishga;
- Firmaning zaif va kuchli tomonlarini aniqlab, olish maqsadida xar tomonlama o'tkaziladigan ishlab chiqarish- xo'jalik va tijorat taxliligiga;
- Aniq masalalarni amalga oshirish uchun qo'llaniladigan moliyaviy, texnik- iqtisodiy va tashkiliy mexanizmlarga;

Biznes- reja firmaning rivojlanish strategiyasini belgilab beradigan asosiy xujjatlarni biridir. SHu bilan birga u firma taraqqiyotining umumiy kontseptsiyasiga asoslanadi, strategiyani iqtisodiy va moliyaviy jixatlarini bir muncha batafsil bayon etadi, aniq- tayin chora tadbirlarni texnik- iqtisodiy jixatdan asoslab beradi. Strategiyani amalga oshirish texnik, tashkiliy va iqtisodiy o'zgarishlarning ma'lum vaqtgacha o'zaro maxkam bog'langan butun bir tizimi sifatida keng investitsiya dasturlariga asoslanadi, biznes- reja investitsion dasto'ring odatda bir necha ichida amalga oshirilishi kerak bo'lgan bir qismini o'z ichiga oladi.

SHunday qilib, firmaning strategik ishida quyidagi tartib ko'zga tashlanagan.

- 1- bosqich. Rivojlanish kontseptsiyasini ishlab chiqish.
- 2- bosqich. Rivojlanishning investitsion dasturi.
- 3- bosqich. O'rtacha muddatli davrga biznes- reja to'zish.
- 4- bosqich. Biznes- rejani amalga oshirishga doir chora- tadbirlar.

Biznes- rejaning bir qancha vazifalarni xal qilishga imkon beradi.

- firma taraqqiyoti (strategiyasi, kontseptsiyalari, loyixalari) yunalishlarining iqtisodiy jixatdan muvofiqlig'ini asoslash;
- faoliyatining kutilayotgan moliyaviy natijalarini, birinchi galda, sotuv xajmlari sarmoyadan olinadigan daromadlar, foydani xisoblab ko'rish;
- tanlab olingan strategiyani amalga oshirish uchun kerakli mablag'lar manbalarini, ya'ni moliyaviy resurslarni jamlash usullarini belgilash;
- mazkur rejani amalga oshira oladigan xodimlarni tanlab olish.

Rejaning xar bir bandini boshqa bandlar bilan maxkam bog'langan xolda olib ychish mumkin xolos. Biznes rejaning asosiy markazi moliyaviy resurslarni jamlashdir.

Kompaniya sarmoyasini ko'paytirib borishning muxim vositasi ayni shu biznes- rejadir. Bu rejani to'zish jarayoni boshlang'an ishning xamma tafsilotlarini sinchiklab taxlil qilib chiqishga beradi. Biznes- reja bo'lg'usi sheriklar bilan mo'zokaralar olib borilayotganda biznes- taklif uchun bo'lib xizmat qiladi, u firmaning asosiy xodimlarini ishga taklif etishda katta rol o'ynaydi.

Biznes- reja firmaning ichki xujjati bo'libgina qolmay, balki undan investorlar va kreditorlarni taklif qilishda xam foydalanish mumkin. Investorlar tavakkal qilib sarmoya berishdan avval loyixaning sinchiklab ishlab chiqilganligiga ishonch xosil qilishlari va uning samarali ekanligidan xabardor bo'lishlari kerak.

Investorlar tavakkal kilib pullarni ishga solishdan avval ularning pulini oluvchi korxonalaraxbarlari o'z maqsadlarini xar tomonlama o'ylaganligiga nima qilish kerakligini ravshan tasavur qilishlariga, qanday yo'l tutishligi va nimaga erishmokligiga ytarlicha ishonch xosil qilish kabi. Investorlarning ko'piligi investitsiya qilishdan avval biznes - rejani talab qiladilar va odatda, usiz tadbirkor bilan xatto gaplashib xam o'tirmaydilar.

Demak , biznes - reja potentsial investor tanishmochi bulgan korxonalar xaqidagi dastlabki ma'lumot bo'lib , agar reja ishonchli bulmasa va investorni jalb qilmasa , shartnoma xaqida gap xam bo'lishi mumkin emas. SHuni esda tutish lozimki , bizdagi yagona imkoniyat bu birinchi uchrashuvdaek ijobiy taassurot qoldirishdadir!

Boshqacha qilib aytganda biznes - reja quyidagilarni amalga oshirish

- korxonamizning kelajagini aniqlab beradi;
- korxonaning eksplutatsion xarakteristikalarini , ya'ni mavjud ishlab chiqarish quvvatlarini, ishlab chikarilgan maxsulot va ko'rsatiladigan xizmat turlarini, xom ashyo va materiallarni olish mumkin bo'lgan manbalarni , bozorni va sotish strategiyasini bayon qilib beradi va xokazo;

- korxonaning boshqarish to'zilmasini ko'rsatadi;
 - korxonani qanday sarmoyalashni batafsil ko'rsatib beradi;
 - potentsial investorlar va kreditorlarga yunaltiruvchi vosita bo'lib xizmat qiladi;
- Umuman aytganda, biznes-reja loyixaning muvaffaqiyat darajasini belgilab beruvchi ko'rsatkich hisoblanadi.

4. BIZNES REJANI TAYYORLASH VA UNDA FOYDALANISH.

Biznes-rejani menedjer, tadbirkor, firma, firmalar guruxi, konsalting tashkiloti tayyorlashi mumkin. Menedjerda yangi maxsulot tayyorlashni o'zlashtirib olish, yangi xil xizmat ko'rsatish fikri paydo bo'lgan bo'lsa yoki u o'z kontseptsiyasini mustaqil ravishda amalga oshirishga axd qilgan bo'lsa u o'z biznes-rejasini yaratadi.

Yirik firma rivojlanishining strategiyasini ishlab chiqish uchun kengaytirilgan biznes-reja to'ziladi. Biznes-rejani tayyorlash bosqichidayok ko'pincha sherik chiqib qoladi.

Barkaror vaziyatda faoliyat ko'rsatib kelayotgan va etarlicha barkaror bozor uchun maxsulot ishlab chikarayotgan firmalar doim ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish yullarini izlaydilar. Lykin bunday firmalarning xammasi ishlab chikarilayotgan o'z maxsulotlari yoki xizmatlarini zamonaviylashtirish chora-tadbirlarini doimo ko'zda tutadilar. Doim tavakkal kilib maxsulot chiqaradigan firmalar avvalo yangi turdagi maxsulotlarni o'zlashtirish, yangi turdagi buyumlarni ishlab chiqarishga o'tish ustida muntazam ish olib boradilar va xokazo. Firma yangi o'zlashtirilgan maxsulotlarni ishlab chiqarishni anchagina oshirishni muljallagan bulsa-yu, lyoki bularni ishlab chiqarish uchun ytarli quvvatga ega bulmasa, u yo yangi quvvatlarni yuza keltirish uchun sarmoyalarni jalb qilish yo'lidan borishi yoki ishning bir qismini bajarib beradigan sheriklarni qidirib topish yo'liga o'tishi mumkin. Ikkinchi yo'l, odatda, vazifalarni tezroq hal qilishga imkon beradi va kamroq mablag'larni talab etadi. Bu xolda bo'lg'usi ishlab chiqarishga quyiladigan talablar endi biznes-rejani ishlab chiqish bosqichidayoq tayin bo'lib qoladi.

Biznes-rejani yaratishda unda ishtirok etadigan kontseptsiya mualliflaridan tashqari kredit bozorining xususiyatlarini, qerda bo'sh sarmoyalar borligini, mazkur biznesning tavakkal talab xatarli tomonlarini biladigan moliya xodimlari xam faollik bilan qatnashadilar. Biznes-rejani ishlab chiqadigan mutaxassislar guruxining asosini iqtisodchilar, statistlar, sistemachilar tashkil etadi.

Biznes-rejada vaziyatning firma ichida xam, undan tashqarida xam kelajakda qanday bo'lishi ifoda etiladi. Biznes-reja mulkka aksionerlar egalik qiladigan sharoitda va ma'lum darajada, shirkatlar tuzishda qanday yo'l titishni bilib olish uchun firma raxbariyatiga zarur bo'ladi. Ayni shu biznes-reja yordamida firma raxbariyati foydaning qanday qismini jamg'armani ko'paytirib berish uchun qoldirish, qanday qismini dividntlar shaklida aksionerlar o'rtasida taqsimlanish kerakligi xususida qaror qabul qiladi. Biznes-rejadan firmalarning tashkiliy-ishlab chiqarish strukturasi takomillashtirishda xam foydalaniladi.

Biznes-rejadan yangi aksionerlar, kreditorlar, mablag' beruvchi xomiylar va boshqalarni qidirib topishda xammadan ko'p foydalaniladi. Mavjud firmalar aksiyalarini sotib olib va ular tashkiliy-ishlab chiqarish strukturasi yaratib, ishni kengaytirishni mo'ljalayotgan yirik korxonalarga va firmalarga biznes-reja yordam beradi.

Ko'pgina investorlar mazmuni bir yoki ikki betda bayon etilgan loyixaning muxit xususiyatlarini va afzalliklarini bilib olishga imkon beradigan biznes-rejani o'qib chiqishi yoqtiradilar. Mazmuni qisqa va unda qilib bayon etish juda qiyin. Bu ishni reja boshidayoq ishlab chiqarib, aloxida urg'u beriladigan va qisqacha mazmun bayoniga kiritiladigan asosi tadbirlar ravshan bo'lib qolgan maxaldagina moxirona uddalash mumkin. Qisqacha bayon etilgan mazmun dastlabki material bo'lib, bo'lg'usi investorning shunga qarab fikr yuritishini nazarda to'tish kerak.

Biznes-rejaning qisqacha bayon etilgan mazmunidan keyin odatda firma to'g'risidagi ma'lumotlar keltiriladi, bularda kompaniyani boshqarish uchun kerakli va

investorlarni qiziqtiradigan tafsilotlar unda qilib bayon etiladi. Ana shunday materialning quyidagi asosiy bulimlarini ajratish mumkin:

1. Firmaning tashkil topishi:

- firma tashkil topgan va kengaytirilgan vaqt (firmaning qachon, qaerda va kim tomonidan ro'yxatga olingani, qaerda joylashgani);
- firmaning tashkiliy-huquqiy shakli;
- firma sarmoyasining strukturasi (chiqarishga ruxsat etilgan aktsiyalarning soni, chiqarilgan va mumolada bo'lgan aktsiyalarning soni, ularning nominal qiymati va birja bahosi);
- firmaning hisob raqami ochilgan asosiy bank;
- firma rahbariyati - raisi , bosh direktori;
- firmaning buxgalteri ;
- firmaning yuristi ;
- asosiy menedjerlari, ularning malakasi, ma'lumoti, ish staji ;

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

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

- Mazkur firma qanday mahsuloti bilan nom chiqargan;
- Bu firma o'ziga o'xshagan boshqa firmalardan nimasi bilan farq qiladi;
- Firma tovarini kimlar sotib oladi yoki uning xizmatidan kimlar foydalanadi;
- Firmaning tovar belgisi qaerlarda ma'lum;
- Doimiy mijozlari kimlar va qancha ;
- Firma tovari yoki xizmatlarining ilgarilama xarakati qanaqa ;

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

Tashqi sharoitlarga firma aytarli ta'sir ko'rsata olmaydi , yoki ularni nazarda tutishi kerak bo'ladi. Bu sharoitlar iste'molchilar xoxish-istaklari va didlarining, bozor talablarining o'zgarib turishini , ishchi kuchi bor yo'qligini, moddiy resurslar manbalarini, bo'yum (maxsulot , xizmat) ning xayot tsikli , ishlab chiqarish tsikli , soliqqa tortish taxlili , baxolar ustidan nazorat va boshqalarni o'z ichiga oladi.

Ichki omillar jumlasiga quyidagilarkiradi: ishlatilayotgan texnologiyalar , asbob-uskunalarining xarakteristikasi , tovar (maxsulot, xizmatlar) sifatini va ishlab chiqarish xarajatlarini aniqlash usullari,..

Biznes-rejaning taxliliy qismi uning eng ijodiy bo'limlaridan biridir. Firma bir necha yildan beri ishlab kelayotgan bo'lsa , taxlilda realizatsiya qilingan maxsulot xajmi va foyda miqdori so'ngi moliya yillari davomida qay tariqa o'zgarayotganini ko'rsatishi kerak. Bundan tashqari sanoat istiqbollari maxsulot xajmi bilan assortimentini kengaytirish imkoniyatlari to'g'risida qisqacha aytib o'tish foydali bo'lishi mumkin. Firmaning o'zidagi texnologiyaning afzalligi yoki xatto uning yo'qligi , shuningdek bozorda raqobatga bardosh berish imkonini ochadigan savdo usul-amallari ko'rsatib o'tadi.

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

5. BIZNES-REJA ASOSIY BULIMLARINING MAZMUNI.

Biznes-rejada mo'ljallanayotgan loyixaning tabiatiga qarab uning o'ziga xos xususiyatlarini aks ettiradigan bo'limlar bo'lishi mumkin , yorqin biznes-rejadek bu ish xujjating mazmuni , umuman olganda , bir qolipda bo'lib , quyidagilarni o'z ichiga olishi kerak:

1.REZYUME. Biznes-rejaning birinchi va qisqa bo'lgan bu bo'limida keyingi bo'limlarining umumiy xulosalari keltiriladi. Rezyumeni to'g'ri to'zishning muximligi shundaki , bo'lg'usi investorlar , - bo'lar esa , odatda biznesmenlar , ya'ni doimo band bo'ladigan kishilardir,-taklif etilayotgan loyixaning qisqa bayonidagi dastlabki so'zlardan uning samaradorligiga va niyat qilingan shu loyixani amalga oshirish mumkinligiga ishonch xosil qiladigan bo'lishi kerak.

Rezyumeda quyidagilar nixoyatda qisqa qilib bayon etiladi:

- a) loyixaning mohiyati , uning maqsadlari va samaradorligi ;
- v) loyixani aniq bozor sharoitlarida amalga oshirish mumkinligi;
- s) loyixani kim va qanday qilib amalga oshirishi;
- d) loyixaning mablag' bilan ta'minlanishining manbai;
- e) loyixani investitsiyalashdan qurilishi mumkin bo'lgan foyda; sotuv xajmi , ishlab chiqarish va molni o'tkazishga bo'ladigan xarajatlar xajmi. Foyda me'yori, sarf xarajatlarning qancha muddatda o'rni to'lishi va investitsiyalangan mablag'larning qachon qaytib kelish.

2. tovar (Maxsulot yoki xizmat turlari):

- A) Ishlab chiqariladigan mo'ljaldagi maxsulot yoki ko'rsatiladigan xizmatlar qanday talablarni qondiradi;
- V) Bularning bozorda mavjud bo'lgan shu xildagi maxsulot yoki xizmatlardan qanday afzalliklari bor;
- S) Ishlab chiqariladigan mo'ljaldagi maxsulot yoki ko'rsatiladigan xizmatlar qanday muallifli xuquqlari bilan ximoyalangan.

3. MO'L O'TKAZILADIGAN BOZOR:

- A) Maxsulot yoki xizmatlarning asosiy iste'molchilari kimlar;
- V) Xozirning o'zida va kelgusida qanday xajmlarda mol o'tkazish mumkin;
- S) Asosiy raqiblar kim , ulardagi sotuv xajmlari , marketing strategiyasi , realizatsiyadan olinayotgan daromadlar;
- D) Raqiblarning maxsuloti qanaqa : asosiy xarakteristikalari , sifatining darajasi;
- E) Raqiblar qanday baxoda maxsulot sotadi yoki xizmat ko'rsatishadi , ularning baxo siyosati.

4. MARKETING STRATEGIYA

- A) Maxsulot yoki xizmatlarni ichki va tashqi bozorda taqsimlash va o'tkazish yuzasidan ko'zda tutilayotgan tizim;
- V) Realizatsiya bahosi va baho quyish strukturasi;
- S) Reklamaga doir zarur chora-tadbirlar , ko'zda tutilayotgan reklama vositalari va reklamaga qilinadigan sarf-xarajatlar strukturasi;
- D) Molni o'tkazish , sotishga yordam beradigan chora-tadbirlar -pablik releyshtz , xaridorlarga qo'shimcha imtiyozlar, sotuvdan keyin ko'rsatiladigan xizmatlar va boshqalar.

5.ISHLAB CHIQRISH DASTURI:

- A) Qaerda maxsulot ishlab chiqariladi yoki xizmat ko'rsatiladi;
- V) Yangi ishlab chiqarish quvvatlari yaratish kerakli yoki ishlab turgan korxonadan foydalanish mumkinmi;
- S) Rejalashtirilayotgan korxonada eng maqul keladigan ishlab chiqarish xajmi qanaqa;
- D) Maqul quvvatga erishish uchun qanaqa investitsiyalar zarur;
- E) Korxonada xom-ashyo , bog'lovchi qismlar , boshqa ishlab chiqarish omillari bilan qanday ta'minlanadi;
- F) Texnologiya va asbob-uskunalaridan qanday foydalaniladi;

G) Korxonalar boshqa korxonalar bilan birgalikda ishlaydimi.

6. ISHLAB CHIQRISHNI TASHKIL QILISH

- d) Rejalashtirilayotgan korxonaning tashkiliy sxemasi qanday bo'ladi;
- V) Korxonalar kadrlar bilan qanchalik ta'minlangan, ishlab turgan mutaxassislarning ro'yxati malakasi va ish tajribasi;
- S) Xar xil toyifaga ega bo'lgan xodimlar mehnatiga qay darajada, qanday shaklda xaq to'lanadi, jumladan ularga qanday mahsus imtiyozlar beriladi;
- D) Korxonaning texnologik sxemasi qanday bo'ladi.

7. KORXONANING TASHKILY-REJAVIY SHAKLI:

- A) Rejalashtirilayotgan korxonaning xuquqiy mavqei, mulkining shakli qanaqa (shirkat, aksionerlik jamiyati, kooperativ, ijara korxonasi, qo'shma korxonalar va xokazo)
- V) Bo'lg'usi investor korxonada qanday xuquqlarga ega bo'ladi (boshqarishda ishtirok etishi, aksiyalar nazorat paketiga egalik qilishi, oddiy aksioner bo'lishi), korxonaning xomiyi yoki endi aniq bo'lib qolgan investori kim (davlat idorasi yoki kontsern, bank, xususiy korxonalar va boshqalar)
- S) Mavjud xomiy yoki investorlar qanday xuquqlarga ega bo'ladi (boshqarish, moliyaviy nazorat)
- D) Mazkur shakldagi mulkka ega bo'lgan korxonalar qanday yuridik xuquqlarga ega (korxonaning xuquqiy mavqeini tartibga soluvchi qonun-qoidalardan qisqacha ko'chirma beriladi), bo'lg'usi investor o'ziga taklif etilayotgan xuquqlar (birgalikda egalik miylik, aksioner xuquqi) ni qo'lga kiritish uchun u qanday yuridik aktlarni bajo keltirish maqsadga muvofiq va bu narsalar milliy va maxalliy qonunlariga ko'ra qanday xuquqiy javobgarlikni zimmaga yuklaydi.

8. Moliyaviy reja:

- A) Korxonani barpo etish uchun umumiy investitsiya xajmi qancha bo'lishi zarur;
- V) Mablag' bilan ta'minlash manbalari qanaqa (zayomlar chiqarish, aksiyalar sotish, bank kreditini olish, korxonalar ochadigan shaxslarning o'z mablag'lari);
- S) Mablag' bilan ta'minlash strukturalari valyutalarning manbalari va turlari bo'yicha qanday bo'lishi kerak;
- D) Uzoq muddatli investitsiyalar va aylanma sarmoyalarga bo'lgan extiyojni qondirish uchun moliyaviy mablag'lar qanday shartlar bilan jalb etiladi.

9. LOYIXANING RENTABELLIGI:

- A) Korxonani barpo etishga qilinadigan investitsion xarajatlarning turlari va umumiy maxsulot birligi xisobga olinadi, ya'ni qancha va qanaqa (asosiy va aylanma sarmoyaga, infrastrukturaga beriladigan investitsiyalar va xokazo);
- V) Rejalashtirilayotgan korxonani ishga tushirish va maxsulot yoki xizmatlarni o'tkazish ishlarini tashkil etish qanchaga tushadi;
- S) Maxsulot yoki xizmatlarni realizatsiya qilishdan tushadigan umumiy daromadlar qancha bo'lishi mumkin;
- D) Rejalashtirilayotgan korxonalar qanday soliqlarni to'lashi kerak;
- E) Zayom mablag'larini qay muddatlarda va qanaqa xajmlarda qaytarish rejalashtirilmoqda;
- F) Ushbu korxonaning umumiy foydasi umuman qancha bo'lishi mumkin, uning me'yori.

Biznes-rejaning bo'limlarida beriladigan axborot bo'lg'usi investorni qiziqtirish uchun zarur bo'ladiyu, lyokin, ayniqsa so'z ancha yirik investitsiyalar ustida borayotgan bo'lsa, investitsiyalash to'g'risida qaror qabul qilish uchun zarur bo'lmaydi, mutlaqo.

Bunday qarorga kelish uchun investitsiyadan oldin ancha asoslangan tadqiqotlar o'tkazish zarur bo'ladi.

Takrorlash uchun savollar

1. Tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish deganda nimani tushunasiz?
2. Rejalashtirishning qanday elementlarini bilasiz?
3. Rejalashtirish jarayoni qanday bosqichlarni o'z ichiga oladi?
4. Rejalashtirishning qanday yo'llarini bilasiz?
5. Biznes- rejani moxiyati va mazmuni nimadan iborat?
6. Biznes- reja qanday tayyorlanadi va undan qanday foydalanish mumkin?
7. Biznes- rejaning asosiy bo'limlarini mazmuni nimadan iborat?

Mavzuga oid tayanch iboralar:

Resurslar, strategik rejalashtirish, bashorat qilish, byudjet, byudjetni tuizish, strategik muammolar, optimal variant, assortiment, mahsullot bozori, kapital xarajatlari byudjeti, joriy operatsiyalar byudjeti, biznes-reja.

Rivojlanish kontseptsiyasi, investitsion dastur, aksionerlar, kreditorlar, firma imidji, firmaning tovar belgisi, rezyume, loyixa, marketing strategiyasi.

7-MAVZU: TADBIRKORLIK TUZILMALARINING TASHKILY TUZILISHI VA KADRLAR STRATEGIYASI

Reja

1. Tadbirkorlik tuzilmalarini boshqarishning tashkiliy tuzilmalari.
2. Kadrlar siyosati va tadbirkorlik faoliyatida kadrlar bo'limining vazifalari.
3. Tadbirkorlikning axloqiy qoidalari

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Karimov I.A. O'zbekiston XXI asrga intilmoqda. O'zbekiston.T-1999 yil.
2. Karimov I.A. O'zbekiston iqtisodiy isloxlarni chuqurlashtirish yo'lida. O'zbekiston. Toshkent 1998 yil.
3. G'ulomov S.S. Tadbirkorlik va kichik biznes. O'zbekiston.T-1997 yil.
4. Yo. Abdullaev, F. Karimov "Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari" Toshkent "Mexnat" 2000 yil.
5. Tadbirkorlik va kichik biznes. G'ulomov S.S. Toshkent 2000 y
6. Tadbirkor yon daftari "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik". Toshkent 1999 y.
7. Muxiddinov D.M., Xamroqulov O.M. va boshqalar "Tadbirkorlik asoslari" fanidan o'quv qo'llanma, Buxoro 2002 yil "Muallif"

1. KICHIK BIZNES KORXONALARI BOSHQARUVINING TASHKILY TUZILMALARI

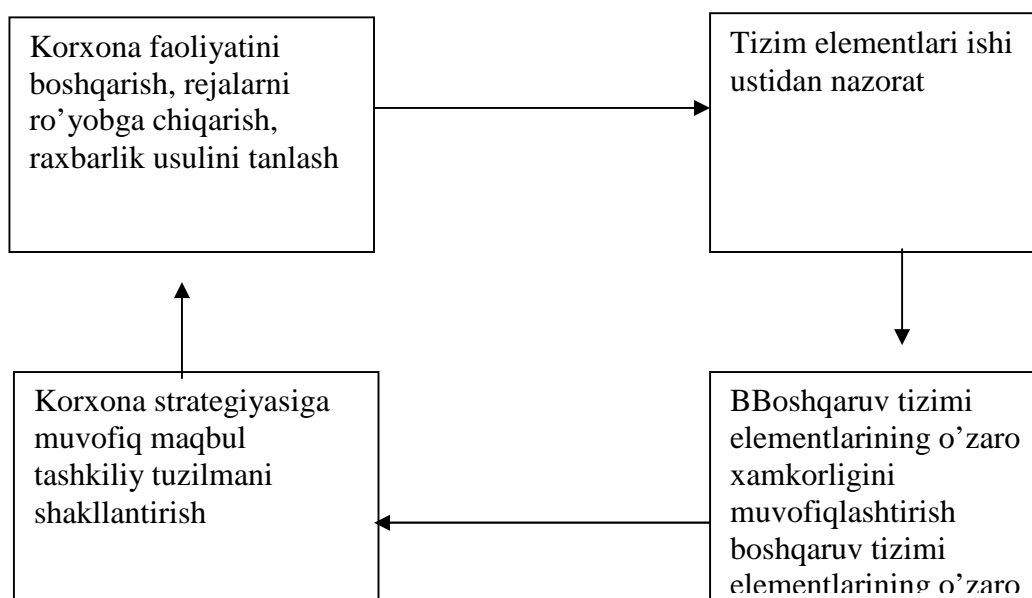
Korxonani boshqarishning samarali tuzilmasini vujudga keltirish boshlovchi tadbirkor hal etishi kerak bo'lgan muhim vazifalardan biridir. U tashkilotni samarali ishlashi uchun unga qaysi ixtisosdagi mutaxassislar qanday malakada, qanday shaxsiy fazilatlarga ega bo'lgan qancha odamni birlashtirishi kerakligini aniqlab olishi kerak. Korxonaga kattalashib, uning faoliyat sohalari kengayib borishi bilan oqilona tuzilmaga bo'lgan ehtiyoj yanada oshadi. Korxonaning

etuklik, hatto, gullab-yashnagan bosqichida hamtashkiliy to'zilma odamning hayotiy qobiliyatini belgilovchi muxim omil bo'lib qoladi. Korxonaning raqobat kurashiga dosh berish, o'z quvvatini saqlab turish yoki oshirib borishi, uning o'zgarib borayotgan sharoitlarga moslashish qobiliyatiga bog'liq bo'ladi.

Korxonada boshqaruvning tashkiliy tuzilmasi - bu bo'limlar, ishlovchilar o'rtasidagi maxsus ishlab chiqilgan aloqalar va munosabatlarning yaxlit tizimini o'z ichiga oladi va uning doirasida ishlov odamlar oldiga qo'yilgan maqsadga eng samarali yo'l bilan erishish vazifasini bajaradi. Mazkur tizimning tashkiliy vazifalari 12.1-chizmada ko'rsatilgan.

Korxonada tuzilmasida quyidagi elementlar ajratib ko'rsatiladi: rahbarlik va aloqa (gorizontal va vertikal) bo'g'inlar (bo'limlar), darajalar (bosqichlar).

Bo'g'in (bo'lim) - bu tashkiliy jihatdan alohida, mustaqil boshqaruv tashkilotidir. Bo'lim (odamlar guruxi) tomonidan muayyan vazifaning bajarilishi uni shakllantirishning asosiy maqsadi hisoblanadi. Bo'limlar o'rtasidagi aloqalar gorizontal tusga ega. Rag'barlik boshqaruv darajasini (bosqichini) boshharuv ierarxiyasida ma'lum bosqichni egallagan bo'lizmlar guruhi (yoki bitta bo'lim) sifatida belgilash mumkin. Bosqichlar o'rtasidagi aloqalar bu vertikal bo'yicha aloqadir. Ular quyi darajalardan boshlab yuqori darajagacha yorqin ifodalangan izchil bo'ysunish tusiga ega..



1-chizma. Korxonada boshqaruv tizimining tashkiliy vazifalari. har qanday, hatto kichik korxonada ham, yuqorida bayon etilgan uchta to'zilma elementlarning hammasi mavjudligini aniqlash mumkin. Tadbirkor va tashkil etgan korxonaning mulkdori bo'lib, uning ishiga rahbarlik qiladi. Vertikal bo'yicha unga uning xodimlari bo'ysunadi.

Korxonaning turli vazifalarini (tashkilotchilik, marketing, buxgalteriya va hokazo) bajarayotgan xodimlari o'rtasida gorizontal aloqalar o'rnatiladi. Ular bevosita bo'ysunish tusida bo'lmaydi, yoki, ko'pincha korxonada turli ishlab chiqarish (amaliy) operatsiyalarining izchilligi va o'zaro bog'liqligini belgilaydi.

Boshqaruv birligi qoidasi boshharuvchi tizim (boshqaruv organi, tashkiloti) va bosqariladigan tizim (ishlab chiqarish)ning borligini anglatadi. har qanday kichik firmaning boshharuvi va boshqariladigan tizimlari o'rtasida to'g'ri va teskari aloqa amalga oshirilishi kerak. Boshharuvchi tizim boshhariluvchi tizimdan axborot oladi.

Boshharuv organi olingan axborot asosida qarorlar qabul qiladi. SHu tariqa boshqaruv to'g'ri va teskari aloqa asosida amalga oshiriladi.

Bo'ysunish birligi quyidagi ma'noni anglatadi:

1) hodimlar guruhi o'zining ustidan qo'yilgan bir rahbarga bo'ysunadi:

2) bo'ysunuvchilar turli rahbarlardan bir biriga zid, o'zaro bog'lanmagan ko'rsatmalar olmasliklari kerak.

Muvofiqlik qoidasi barcha funktsional bo'limlar bajarayotgan asosiy boshqaruv vazifalari miqdori va darajasi, o'zaro ahborot almashuv va my'yoriy ta'minot bo'yicha birbiriga mos bo'lishi kerak, degan ma'noni anglatadi.

Mahalliy boshqaruv tashkilotlari, bu, amalda tuman (shahar) hokimiyati, tashkilotlar, nazorat organlari tomonidan bajarilayotgan boshqaruv vazifalaridir. Mahalliy tashkilotlar boshqaruv "Mahalliy o'z - o'zini boshqarish to'g'risidagi qonunga asoslanib amalga oshiradilar.

Aloqa tizimi barcha boshqaruv organlari o'z vazifalarini birbirilari bilan mustahkam aloqada bajaradilar, degan ma'noni anglatadi. Aloqani yo'qotish - boshqarishni yo'qotish, degan ma'noni bildiradi. Aloqalar turli shaklda: chizildi (vertikal), funktsional (gorizontal), tarmoqli, mintaqaviy bo'lishi mumkin.

Yo'naltirilganlik qoidasi har bir korxonaning ma'lum tashqi infrastrukturallarga - (banklar, birjalar, moliya tashkilotlari, ta'minotsotish tashkilotlariga) mo'ljal olishi va tashqi muhitning o'zgarib turgan sharoitlariga moslasha olishi kerakligini bildiradi.

Ishni tabaqalashtirish korxonada ishlarni: kim nima uchun javob berishi, kim nazorat yoki shikoyat qilish huquqiga ega ekanligini va hokazolarga qarab aniq farqlashni bildiradi. Bularning hammasi xodimlarning boshqaruv masalalaridagi mustaqilligini oshiradi. hammaboplik qoidasi munosabatlari, raqobat sharoitlarida faqat mahfiy hisoblanmagan ahborot bilan yorqin tanishish imkoniyati berilishi kerak, degan ma'noni bildiradi. Masalan, atrof muhitning ifloslanish darajasi haqidagi, mahsulot sifati to'g'risidagi, texnika xavfsizligi to'g'risidagi ahborotlar shular jumlasiga kiradi.

Korxonaning boshqaruv tizimini tuzish jarayonida: Bajarilayotgan ish xarakterini belgilash, ishni boshharuvning alohida elementlari o'rtasida

Taqsimlash, boshharuvning mantiqiy guruhlarini qurishga alohida e'tibor qaratilgan.

Bajarilayotgan ish xarakterini belgilashda -Vazifalarni qo'yib.

Qo'yilgan vazifalarni hal etish uchun zarur bo'lgan ishlar hajmini belgilash. Foydasiz ishni va ayrim operatsiyalarni takrorlashni istisno etish. Boshqaruv va nazorat tizimi elementlarining o'zaro hamkorligi jarayonini ishlab chiqish, qarorlar turlari va ularni qabul qilishda u yoki bu menejerning ishtiroki hususiyatini, menejer umumiy ishga qo'shishi kerak bo'lgan qissani belgilash, menejer o'zaro hamkorlik qilishi kerak bo'lgan shaxslarning qaror qabul qilayotgan boshqa shaxslarning menejerga ko'rsatadigan ta'sirini o'z ichiga olishiga;

Ishni boshqaruvning alohida elementlari o'rtasida taqsimlashda-Me'yorlarni belgilash va andozalarni tasdiqlash.

Masalan, korxonani boshqarishning har qanday darajasining har bir rahbari uchun aniq lavozim majburiyatlarini belgilash, qabul qilish. Boshqaruvning ilmiy uslublari doirasidagi texnik usullar. Masalan g'ish vaqti, Mehnatni tashkil etish va boshqaruv faoliyatining boshqa omillarini taxdil etish uslublarini tadqiq etish. Korxonada doirasida ishlayotgan barcha shaxslarning mustahkam hamkorligi-ni va aniq o'zaro harakatni tashkil etishga;

Boshqaruvning mantiqiy guruhlarini qurishga alohida e'tibor qaratishda- Bo'linmalarni tashkil etish. Boshqarilayotgan ish turiga muvofiq boshqaruv elementlarini guruxdash. Masalan, obro'ga ega bo'lgan rahbarlar atrofida bo'linmalar (bo'limlar) tuzishga alohida e'tibor qaratiladi.

KORXONA BOSHQARUVINING TASHKILY TUZILMALARINI SHAKLLANTIRISHDA QUYIDAGILARNI HISOBGA OLISH ZARUR:

Stratifikatsiya, rasmiylashtirish, markazlashtirish yoki markazlashtirmaslikni.

Tashkiliy tuzilmaning murakkablik darajasini bilish. Korxonadagi bo'limlarning turi, miqdori va o'zagi hamkorligi, rahbar xodimlar, ishchi-xizmatchilar soniga va boshqalar boshqaruvning murakkablik darajasini belgilab beradi. Korxonaning samarali ishlashi uchun hodimlarning vazifalari va vakolatlari, shuningdek, ularning o'zaro munosabatlari tartibi belgilanadi. Vazifalar va vakolatlarni belgilash va ularni tashkilot doirasida ommalashtirishning

uchta usuli mavjud: tashkiliy shemalar, jadvallar tuzish; qo'llanma (ma'lumotlar) yoki yo'riqnoma ishlab chiqish; vazifalarni taqsimlash.

Korxonaning rahbari va har bir xodimi o'z vazifalari, vakolatlarini, boshqa xodimlar bilan hamkorlik qilish tartibini bilishi kerak.

Vakolatlar, huquqlar, vazifalar va javobgarlik nuqtai nazaridan kichik biznes korxonalari boshqaruv tuzilmalarining quyidagi tashkiliy turlari mavjud:

- chizikli;
- chiziqli-funksional;
- loyi'alanadigan va matritsali;
- venchur va firma ichki innovatsiyali.

Boshharuvni chiziqli tashkil etish bevosita lavozim vazifalarini shu tariqa ta'simlash asosida uriladiki, bunda, har bir xodim firma oldida turgan vazifalarni bajarishga eng ko'p darajada yonaltirilgan b'cladi. Chiziqli to'zilma q'el ostidag'ilariga bevosita ta'sir ko'rsatishni amalga oshirishni va tadbirkor ra'barda barcha boshharuv vazifalarini jamlashni nazarda tutadi. Barcha vakolatlar q'ridan-q'ri (chizikdi) belg'lanadi. Ular yu'ori boshharuv b'cinidan uyi boshharuv b'cinlariga harab o'zg'aradi.

Boshharuv to'zilmasini chizikli-funksional tashkil etish o'z ichida hamchiziqli, hamfunksional boshharuv elementlarini mujassamlashtiradi, ya'ni chizikdi boshharuv maxsus yordamchi xizmatlar bilan mustaqamlanadi.

Loyi'aviy to'zilma maxsus loyi'ani ishlab chiqish va uniga ra'barlik qilishda q'llanadi. U dasturiy maqsadli deb hamnomlanadi. Matritsali yoki katakli tashkiliy to'zilma ana shu to'zilmaning takomili hisoblanadi.

Venchur va innovatsiya to'zilmalari. Venchur va innovatsiya to'zilmalari loyi'aviy (dasturiy-maqsadli) tashkiliy to'zilmalarining zamonaviy k'rinishi hisoblanadi. Bu ikki nom muayyan darajada sinonim hisoblanadi. Ing'lizcha "venturi" siz "tavakkal ish" degan ma'noni bildiradi. Odatda, biznesda tavakkal ish innovatsiyalar, ya'ni yangi texnologiyalar, tovarlar yoki xizmatlarni ishlab chiqarishda iboratdir.

Tadbirkorlik to'zilmalarini tashkil etish turlarining rang-barangligi turli mansab va lavozimlarni eg'allab turgan tashkilot a'zolari q'rtasidagi o'zaro munosabatlarning har xil turlarini q'ratish zaruratini keltirib chiharadi. Tashkilot ichki munosabatlari turlari uning tashkiliy tarkibi turi bilan bir xildir. U uyidagi variantlarni o'z ichiga oladi:

- o chiziqli munosabatlar;
- o funktsional munosabatlar;
- o boshharuv apparati munosabatlari;
- o shaxslararo norasmiy munosabatlar.

Chizikli munosabatlar - bu ra'bar va uning q'el ostidag'ilari q'rtasidagi munosabatlar. Masalan, ts'ad boshliqi va usta; bosh buxgalter va moddiy boylklarni hisobga olish bo'yicha buxgalter q'rtasida munosabatlar. isib borayotgan korxonada b'ysinishning chiziqli munosabatlari, endi jamoa tusida b'lsii mumkin, bunda bir darajadagi bir ancha b'lim ancha yu'oriro? boshharuv darajasidagi b'limiga b'ysinadi, Masalan, brig'adirlar tsex boshliqiga b'ysinadi; bosh mu'andisning o'z q'el ostida bir necha tsex boshliqi bor.

Funksional munosabatlar - bu tashkilot doirasida u yoki bu vazifani bajarishga vakolatli b'lgan mutaxassisning boshqa a'zolar bilan munosabatidir. Odatda bunday ishlab chiqarish missiyasi tavsiya shaklida b'cladi. Masalan, kadrlar b'limi boshliqi xodimlarni ishg'ga q'bul qilish, q'itish va ijtimoiy ji'atdan ta'minlash masalalarida tsex boshliqi bilan funktsional munosabatlar b'cladi. Buxgalter - pul bilan ta'minlash, sotish, reklama masalalari va boshqa masalalar bo'yicha sotish b'limi boshliqi bilan funktsional munosabatlarda bo'lishi mumkin. SHu bilan bir atorda funktsional ra'barning o'zi ham o'z chiziqli tashkiloti doirasida chiziqli munosabatda b'cladi (masalan, kadrlar b'limi boshliqi o'z b'limi xodimlariga nisbatan chizikdi munosabatda b'cladi). Funktsional munosabatlarning boshqa turiga lateral deb nomlangan munosabatlar hamkiradi. U ing'lizcha "Lateran" so'zidan olingan bo'lib, "yon

tomondag`i` deg`an ma`noni bildiradi. Lateral munosabatlar funktsional munosabatlarning` bir turi hisoblanadi. Ular ikki toifada bo`lishi mumkin:

kolleg`ial - bitta b`lim xodimlari `rtasidag`i (hamkasblar `rtasidag`i) munosabatlar; parallel' - a`o tashkilotda bir xil mavqeg`a eg`a b`lg`an, lyokin turli b`limlar va b`linmalarda ishlayotg`an xizmatchilar (xodimlar) `rtasida axborot, `oyalar, fikrlarni ayirboshlash zarurati bilan vujudg`a keladig`an munosabatlardir. Bung`a bir necha b`lim (xizmatlar) ra`barlari `rtasidag`i munosabatlar yor`in misol bo`lib xizmat qiladi. Yana bir misol sifatida bitta kasbdag`i, lyokin vaziyat ta`ozosi bilan turli b`linmalarda ishlayotg`an mutaxassislar `rtasidag`i ish bo`yicha munosabatlar yoki ular xodimlari `rtasida axborot ayirboshlash mznosabatlarini keltirish mumkin.

Bu munosabatlarning` maqsadi axborotlarni optimallashtirishdan iboratdir. Biro`, shuni aytish kerakki, parallel munosabatlar har doim hambenu`son va o`zaro manfaatli b`lavermaydi. Ular doirasida ziddiyatli vaziyatlarning` vujudg`a kelish `ollari kam emas (masalan, sirli axborotning` oshkor bo`lishi, `okimiyat raqobati).

Boshharuv apparati munosabatlari. Munosabatlarning` bu turi u yoki bu kishilarning` `u`u? va vakolatlarini ifodalag`anda r`y beradi. Bunda lavozim majburiyatlari tavsiyalar, masla`atlar berishdan iborat b`ladi,

Masalan, korxonada yang`i xodimlarni ishg`a `abul qilish masalalari bilan shu`ullanadig`an maxsus g`uru? to`zilishi mumkin. Bung`a xodimlar b`limi vakili, b`sh joylar mavjud b`lg`an b`limlarning` ra`barlari yoki ra`bar `rinbosarlari kiradi. Bunda g`uru? lavozimg`a nomzod bilan su`batlashish, test sinovidan `tkazishni amalga oshiradi va shundan keyin mazkur kishini ishg`a `abul qilish (yoki rad javob berish) haqida xulosa - tavsiyanoma beradi.

Munosabatlarning` t`rtinchi turi shaxslararo munosabatlardir. Bunday munosabatlar - jamoa xodimlari `rtasida boshharib b`lmaydig`an ravishda - tashkilotda `abul `iling`an `oidalar, k`rsatmalar, odamlarning` xizmat ma`omidan `at`iy nazar vujudg`a keladi. Bunday munosabatlar o`zaro xush k`rish va xush k`rmaslik, ya`inlik, d`stlik, `urmat va buning` aksig`a asoslanishi mumkin. B`limda norasmiy pesh`adam, muhim mansabg`a eg`a b`lmag`an, lyokin, shunday xarakter belg`ilarig`a eg`a b`lg`an odam bo`lishi mumkinki, bu beg`ilar boshqa odamlarni uning` fikrini ting`lashg`a yoki uning` harorlarig`a b`ysunishg`a majbur etadi. har qanday, `atto, eng` kichik korxonada hamrasmiy to`zilma bilan birg`a norasmiy to`zilma paydo b`ladi va rivojlanadi. Bunda turli shaxslararo munosabatlarning` chirmashib ketishi r`y beradi. Norasmiy alo`alarning` yi`indisi jamoadag`i mikroo`limni belg`ilaydiki, bu ko`p ji`atdan Mehnat samaradorlig`ig`a ta`sir k`rsatadi. Ag`ar mikroikdim ijobiy, d`stona b`lsa, demak, b`lim hamkatta samara bilan ishlaydi aksincha b`lsa, uning` ish `obiliyati keskin pasayadi. Jamoa ichida shaxslararo munosabatlar muammosi bilan, ko`pincha kichik korxonada ra`barining` o`zi shug`ullanishg`a t`ri keladi.

2. KADRLAR SIYOSATI VA TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA KADRLAR BULIMINING` VAZIFALARI.

Kadrlar siyosati va boshqarish san`ati bu xalq xo`jalig`ida eng` yaxshi boshharuv kadrlarini o`zoq muddatg`a tayyorlashdir. Kadrlar siyosati korxonalarda, firmalarda, korporatsiyalarda mutaxassislarni `ayta tayyorlash, o`zoq mudadtli dasturlarda ishlab chiqiladi. Masalan, yang`i biznes usullarida tadbirkorlik faoliyati so`alari bilan shu`ullanuvchi kadrlar kerak, shuning`dek menejment, marketing`, bank faoliyati so`alarida ishlashni biladig`an mutaxassislar zarur.

Katta korxonalarda kadrlar siyosatini shakllantirishda birinchi navbatda kadrlar xizmati ra`barlari, oliy, muntazam va funktsional ra`barlar ishtirok etadi, ammo, yakuniy harorni bosh direktor yoki direktorlar majlisi boshchilig`idag`i oliy menejerlar korpusi `abul `iladè.

Kichik biznesda kadrlar siyosatig`a tadbirkorning` o`zi javob beradi. Kadrlar siyosati strateg`iya a` taktikani o`z ichig`a oladi.

Kadrlar strateg`iyasi bu kadr bilan ishlash usullarining` asosiy maqsadini ani`laydi. Ishlab chi`ish uchun texnik, marketing`, ijtimoiy-iqtisodiy masalalarni taxdil qilish kerak. Bu taxdil

asosida firma kadrlar kontseptsiyasi shakllanadi, tashkilot faoliyatini samarali boshqarish uchun qanday kadr kerak bo'lishi anikdanadi. Bunday kontseptsiya ?uyidag`i talablarga javob berishi kerak:

- o tarmoq rivojlanishining` strateg`ik y`nalishini hisobg`a oliy;
- o ?a?oniylilik;
- o iqtisodiy va siyosiy ?ayotning` o`zg`aruvchan mu?itig`a m`ljal olè;
- o korxonani yu?ori malakali kadrlar bilan ta`minlashg`a y`naltirilg`anlik.

Ishlab chi?ilg`an kadrlar siyosati kontseptsiyasi korxonaning` hamma ishchilarig`a etkazilishi kerak.

Kadrlar siyosati taktikasi, deg`anda, kadrlar bilan joriy ishlash usullari tushuniladi. U konkret sharoitlarda kadrlar siyosati printsiplari (kontseptsiyasi)ni amalga oshirish ketma-ketlig`inè nazarda tutadi. Uning` eng` ahamiyatlilari kadrlarni t`?ri tanlash, ?rning`a ?yish, ?itish, tarbiyalash, ishlatish va ?ayta tayyorlashdir.

Ag`ar kadrlar ishini boshharuv tizimi deb tushnilsa, unda bu tizim sub`ektini ko`p sonli insonlar tashkil qiladi, masalan, bosh direktor, uning` kadrlar bo`yicha ?rinbosari, kadrlar b`limi, texnik ?uv b`limi va boshqalar. Kadrlar ishi tizimining` boshharuv ob`ektlari ishga tayyorlang`an ishchilar, ya`ni mutaxassislar va boshhariladig`an xodimlar hisoblanadi.

Kadrlar ishining` asosiy maqsadi ?uyidag`ilar:

- o Kadrlarga`a talabni rejalashtirish.
- o Kadrlarni tanlash va ba?o berish uslubini ishlab chi?ish.
- o Yosh kadrlarni tarbiyalashni rejalashtirish.
- o Boshharuv uslubini takomillashtirish va boshqalar.

Korxonada kadrlar ishining` asosiy qismini kadrlar b`limi amalga oshiradè.

Korxonada k`lamig`a harab, u bir yoki bir nechta b`linmalardan iborat b`ladi. Masalan: ishga ?abul qilish g`uru?i, hisob-kitob g`uru?i va boshqalar. Kadrlar b`limi musta?il strukturali b`linma bo`lib, fa?at korxonada ra?barig`a b`ysunadi.

Kadrlar b`limi xodimlari bajaradig`an ishlari bo`yicha y`ri?noma mavjud b`ladi. Ularning` bir nechtasinè k`rib chihamiz:

- korxonada mutaxassislarini t`?ri va samarali joylashtirish maqsadida, ularning` ish bilishi va boshqa sifatleri r`yxatining` taxdili;
- kadrlarni joylashtirish va foydalanish bo`yicha imti?on (test) ?abul qilish, ishdan ishga ?tkazish yoki b`shatishni rasmiylashtirish;
- Mehnat daftarchalarini t`ldirish va sakdash;
- b`shayotg`an ishchi va xizmatchilarni ishga`a joylashtirish bo`yicha tadbirlag`;
- kadrlar ishi bo`yicha hisobot tayyorlash.

Kichik tadbirkorlik tashkilotlarida kadrlar b`limini tashkil qilish shart emas, uning` vazifasini ?obiliyatli xodim bajarishi mumkin.

Katta firmalarda kadrlar b`limi qo`shimcha b`limchalar bilan t`ldiriladi yoki xodimlar bo`yicha menejer ishga`a olinadi. Ikkala ?olda hamu insong`a katta mas`uliyat yuklanadè.

Kadrlar bo`yicha menejer - kadrlarni rejalashtirish, ularni tanlash va ba?olash, xizmat bo`yicha k`tarilishi, ?ishi va ?okazolarga`a javob beradi. Bu ishga`a oliy ma`lumotli, kadrlar ishini yaxshi biladig`an insi? tainlanadi.

Mehnat resurslarini rejalashtirish - bu korxonaning` faoliyati tizimini rejalashtirishning` asosiy qismidir. Kadrlarni rejalashtirish ?uyidag`i 3 bos?ichdan iborat:

- a) mavjud Mehnat resurslarini ba?olash;
- b) kadrlarga`a b`lg`an talabni ba?olash;
- v) Mehnat resurslarini rivojlantirish dasturini ishlab chi?ish.

Tadbirkorlik to`zilmalarida kadrlarni rejalashtirishni ishchilarning` kuchli va nozik tomonlarini tahlil qilishdan boshlash kerak. Buning` uchun bir necha savollar ishlab chiqiladi: Korxonada ishchilarning` asosiy qismini kimlar tashkil etadi? Korxonani asosiy ishchilari qanday bilim`a eg`a bo`lishlari kerak? har bir ishchi o`zining` ish joyini biladimi? Asosiy ishchilardan kim harorlarni ?abul qilish uchun tanlanadi? Korxonaning` tashkiliy tijorat tarkibini rivojlantirish

uchun qanday ?oidalar ishlatiladi? Tadbirkorlik mu?itini o'zg`arishig`a korxonalar ishchilari qanday ?rg`anadilar? Bu bos?ichda ra?bar, ishlab chiqarish yoki boshqaruv xarakterig`a eg`a b?lg`an har bir alo?ida jarayong`a ?ancha odam ketishini ani?laydi. Bung`a ishchilar Mehnati sifatini ba?olash hamkiradi, masalan, Mehnat k?cnikmalarini boshqatdan tekshirish.

Mehnat resurslarini rejalashtirishning` ikkinchi bos?ichi - kadrlarni ba?olash, ya`ni korxonalar muammolarini echishg`a kerak b?lg`an ishchilarni ba?olash.

Dastlab, shtat jadvali bo'yicha zarur kadrlar ani?lanadi. Undan s?ng` mavjud kadrlardag`i o'zg`arishlar kiritiladi va chiharib tashlanadi, natijada kadrlarg`a zarurat topiladi, ya`ni kerakli mutaxassislar va ra?barlar soni aniklanadi. Ag`ar bu kattalik ijobiy b?lsa, unda yang`i kadrlarni yollash kerak, salbiy b?lsa, korxonalar ra?barlari mavjud kadrlardan samarali foydalanish y?llarini topishi kerak. Xodimlarning` Brutto va Netto zaruriyati ?uyidag`i ifoda bo'yicha topiladi:

$BPK - ML \times TL / TRV \times 60 \times KNV$

Bu erda: BPK - kadrlarning` brutto e?tiyoji;

ML - rejalashtirish davridag`i ishchi jarayonlar soni;

TL - har bir ish jarayoni uchun ?rtacha va?t, minutda;

TRV - rejalashtirilg`an davrda tarif ish va?ti, soatlarda.

KNV - tanaffus, kasallik, dam olish uchun ketg`an va?tlarni hisobg`a olish uchun kiritilg`an va?o etishmovchilig`i koeffitsienti.

Masalan, va?t etishmovchilig`i 33,3% b?lg`andà,

$KVN = 1,5$ b?ladi.

Kadrlarning` netto e?tiyojini ?uyidag`icha ani?lash mumkin. Kadrlarning` brutto e?tiyoji (BPK) minoñ kadrlar personali plyus rejaviy davrning` boshida oling`an kadrlar minus rejaviy davr boshig`acha b?shag`an kadrlar, barobar kadrlarning` netto e?tiyoji.

Bu k?rsatkichlar ba`zi bir sifat tavsiflari bilan t?ldirilishi kerak. Masalan, zarur kadrlarning` malakalari kabi. Kadrlarg`a talabni keraklig`ini ani?lashdag`i asosiy omil ishlab chiqarish omilidir, ya`ni ishlaà chiqarish buyumi, ma?sulot chiqarish dasturi, mexanizatsiya darajasi, korxonalar strateg`iyasi va boshqalar. Bu omillar son k?rsatkichlarig`a turlicha ta`sir qiladi: ba`zi bir ?ollarda ularning` ortishig`a, masalan, kadrlar e?tiyojig`a olib keladi, boshqa ?ollarda - kamayishig`a, ya`ni, shtatlarni ?ishartirishg`a, yoki kadrlarning` joyini almashtirish va o'zg`artirishg`a olib kelaè.

Kadrlarni rejalashtirishning` uchinchi bos?ichida - Mehnat resurslarini rivojlantirish bo'yicha ani? reja ishlab chiqiladi. I?tiyoj - bu dastur maqsadi uni bajarish vositalari. U ishchilarni ishg`a yollash, tayyorlash bo'yicha tadbirlarni o'z ichig`a oladi.

Korxonaning` kadrlar siyosatini rejalashtirish jarayonida, uning` ra?barlari masalaning` yuridik ji?atlarig`a di??atlarini haratishlari kerak. har bir davlatda xodimlarni yollash haqida qonunlar mavjud. Ularg`a k?ra, masalan, ish kuni, ijtimoiy mu?ofaza, sanitariya normalari va texnika xavfsizlig`i ?oidalari belg`ilanadi.

Ish taxdilg`a, ishchilarning` ?u?ukdari, ishlash sharoitlari, ishning` ijtimoiy bazasi va boshqa savollar kirishi kerak. Bunda ?uyidag`i asosiy e?tiyojlar aks ettiriladi:

- o ish turlari;
- o ishning` umumiy tavsifi, uning` berilishi, xudàe shunday ishlardan far?i;
- o ishning` fizikaviy ji?atlari;
- o kadrlar malakasig`a talablar;
- o kadrlarning` bandlik shartlari.

Ishchining` samarali ish bajarishi uchun ??yiladig`an talablarni ani?lash. Bu ma`lumotlar g`uru?igà ?uyidag`ilar kiradi:

- o bilim darajasi;
- o jismoniy ji?atlari;
- o tajribag`a eg`alig`i;
- o tirish?okdig`i;

- o ?izi?ishi;
- o xarakterli belg`ilari (cha??onlik, musta?illik va boshqalar).

Rivojlang`an davlatlarda toifa va y?nalishi bo'yicha ishchilarning` tavsifi va sifat modellari ishlaá chiqiladi. Ang`liyada menejerg`a ?uyidag`i talablar ??yiladè:

9 Boshqarishning` tashkiliy struktura turlari haqida bilimlar.

- o Zamonaviy axborot texnolog`iyalaridan foydalana olish,
- o Samarali boshqarish iste`dodi.
- o Oratorlik (so'zamollik) iste`dodi.
- o B?ysunuvchilar orasidag`i munosabatlarni o'zaro moslashtirish ?obiliyati.
- o Kadrlarni tayyorlash bilimi.
- o o'zini-o'zi ba?olash iste`dodining` mavjudlig`i.
- o Malakasini oshirish niyatida ??ishi.

A?TTTda menejerdan 8 ta sifat talab qilinadi:

1. San`at.
2. Teng` b?lshi.
3. Il?or bo'lish.
4. Kelishmovchiliklarni echa bilishlik.
5. Turli harorlar ?abul qilish.
6. Axborot bilan ishlash.
7. Resurslarni ta?simplash.
8. Tadbirkor bo'lish.

Kadrlar b?limi g`azeta va jurnallarg`a axborot berishlari, konkurs, e`lon yoki oddiy y?l bilan ishchilarnè ishg`a olishlari mumkin.

Ayrim ?ollarda norasmiy alo?alar boshqa tashkilotlar vositachilig`ida kadrlar t?ldirish imkonini beradi.

B?lajak ishchini ishg`a olishda, u bilan su?bat, imti?on, tekshiruvlar ?tkaziladi. Ular ichida ayni?sa su?bat ko'p ??llaniladi. B?l?usi ishchi o'z maqsadig`a erishishi uchun ung`a yaxshi tayyorg`arlik k?rishi kerak, savollarni ?ylab chi?ishi kerak. Ang`liyada konkurs komissiyasig`a ra?bar ?rinbosarlaridan biri yoki b?linma boshli?i va kadrlar xizmati xodimlari kiradi.

Ishchi-xizmatchilarni ??itish. i?itishning` ?oida va usullari i?itish va kadrlarni tayyorlashda i?tisodi rivojlang`an davlatlarda katta ahamiyat beriladi. Bu omil iqtisodiy ?sish va shplab chiqarishni rivojlantirish omilidir. Rivojlang`an davlatlarda insoniy resurslar 80% g`acha tovar ishlab chiqarishnè ta`minlaydi. "Inson kapital"ig`a pul ??yish - bu, turli ishlab chiqarish, tijorat, moliyaviy faoliyatlar uchun zarur tadbir.

Ko'pg`ina rivojlang`an mamlakatlarda uch bos?ichli ??uv tizimi y?lg`a ??yilg`aí:

1. Oliy ??uv yurtlarida ??ish.
2. Malaka oshirish institutlari va kulliyotlarda ??ish.
3. o'z bilimini musta?il ravishda oshirish.

Tadbirkorlik faoliyati bilan shu?ullanuvchi ishchilar doimo ??ish, ?rg`anish jarayonida b?ladi. Ular tez-tez o'z faoliyat y?nalishini o'zg`artirib turishadig` yang`i texnolog`iyalar ishlab chi?ishadi, mavjudlari rivojlantiriladi, innovatsiyalar qilinadi, bo'larning` hammasi o'zg`aruvchan Mehnat faoliyatida insonni ??ishg`a majbur qiladi. har bir yang`i ?olatda, o'z ishini bajarish uchun xodim yoki menejer ??ishg`a kirishadi, har bir tadbirkorllk tashkilotida kadrlarni tayyorlash va malakani oshirish tadbirlari rivojlanish rejasig`a kiritiladi. Bu ?uyidag`i sharoitlarga bo'li?:

- o Etarli kvalifikatsiyali ish kuchi etishmaslshi
- o Raqobat kurashida Mehnat resursidan samarali foydalanish.
- o Yang`i bilimlarni eg`allash.
- o Yang`i ishlab chiqarish jarayonlarining` paydo bo'lishè.
- o Ishchilar potentsialini rivojlantirish.

Xodimlarning rivojlanishi firma uchun ham, xodimlar uchun ham foydalidir. Insonning aqliy va jismoniy imkoniyatlari cheklangan. Ammo, shu imkoniyatlardan hammaksima darajada foydalanilsa iqtisodiy rivojlanishni ta'minlash mumkin. Lyokin, kishilar Mehnatini imkonigacha chegaralaridan oshirishga intilish (ya'ni ortiqcha ekspluatatsiya) xatolarni ko'paytiradi va samaradorlikni kamaytiradi. Firma quyidagii omillarga kera samarali bo'lishi mumkin:

- o Mehnat kishilarning jismoniy va akdiy imkoniyatlari chegarasiga etmasligi vagon aslo, undan etmasligi kerak, shunda ishda xatolik kam bo'ladi, Mehnatga bo'lgan ishtiyoq saqlana.

- o o'zgaruvchan Mehnat sharoitlarida insonning moslashish imkoniyatlari yaxshilanadi, kengayadi, shu bilan birga, kadrlarning ishdan ketishi kamayadi.

- o Xodimlar malakasi oshadi.

Ishchilarni o'qitish turli xil shakllarda amalga oshadi, Ularni tanlash bir necha omilga bo'li. Bo'larga: o'qitishning yonalishi, o'qitish predmeti, o'qitish sharoitlari va davog'arning imkoniyatlari kiradi.

Quyidagii o'qitish turlari mavjud:

- o yangi xodimlar uchun boshlanqich o'qitish;

- o ishlab chiqarish o'qitishi;

- o boshharuv o'qitishi;

- o ko'z atuv o'qitishi (bilimni oshirish uchun);

- o rotatsiya yali bilan o'qitish;

- o mustaqil dastur bo'yicha o'qitish va boshqalar.

Firmalarning ko'pchiligii yangi mutaxassislar bilan mashg'ulotlar otkazadi. Bunday mashg'ulotlar 2-4 haftada maxsus o'quv markazlarida otkaziladi. Boshlanqich o'qitish yangi xodimlar uchun malaka oshirish ko'rinishiga ega bo'lishi mumkin. Bunday o'qitishlar seminar shaklida otkaziladi.

Ishchilar uchun ishlab chiqarish o'qitishi birinchi navbatdagii o'qitish hisoblanadi. Bunda ish yo'zasi eng asosiy ma'lumotlar beriladi. Ishning xususiyati, kasb sir-asrorlari o'rgatiladi. Boshharuv o'qitishi mas'ul boshharuv lavozimlariga ko'tarilayotgan yoki qabul qilinayotgan xodimlar uchun otkaziladi. U firma ichida yoki tashharida amalga oshirilishi mumkin.

Firmadan tashhari o'qitish bir necha kundan bir necha yilgacha davom etishi mumkin. Bunda ayni qadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlash kurslari va markazlari muhim ahamiyatga ega bo'ladi. Bunday markazlarda yuqori malakali mutaxassislar, shuningdek, chet ellik mutaxassislar faoliyat ko'rsatadi va tadbirkorlarga ishni olib borishning uslublarini ilqor o'rgatadi.

Kulliyotlarda, kurslarda, maktablarda malaka oshirish o'qitishlari maxsus ishlab chiqilgan dastur va zarur qo'llanmalar asosida olib boriladi.

Xodimlar malakalarini oshirish va qayta tayyorlash ham firma ichida va tashharisida bo'lishi mumkin.

Ularni tayyorlash uslubi quyidagii amalga oshiriladi:

- o boshharuv masalalari bo'yicha maxsus seminarlar otkazish;

- o xodimlarning sifat o'zgaragii deb nomlanuvchi o'qitishlarda ishtiroki;

- o yangi mutaxassislarning ishini ko'z atish yali bilai o'qitish;

- o kadrlar rotatsiyasi.

Kadrlar rotatsiyasi mutaxassis yoki menejer tarbiyalash va shakllantirishda keng tarqalgan uslubdir. Uni firmaning raqbarlari ishchini qisqa vaqt ichida bir ishdan boshqa ishga otkazish yali bilan amalga oshiradi.

Malaka oshirish xodimning ilqor korxonalarda, shu jumladan, chet ellarda ish o'rganishi (stajirovka qilishi) shaklida ham otkazilishi mumkin. Kadrlar ishida asosiy masalalardan biri,

kadrlar rezervini tayyorlash va o'qitish tashkil etishdir. Kadrlar rezerviga kelajakda katta lavozimlarni eg'allovchi shaxslar kiradi. (Boshliqlar, qarinbosarlar, oliy toifali mutaxassislar va boshqalar).

Yonalish bo'yicha o'quv dasturi quyidagilarga b'linadi:

- o boshlanqich o'qish dasturlari;
- o tadbirkorlik ishini kompleks o'qishini ta'minlab beruvchi dasturlar va uning aloqida tomonlarini o'rg'atuvchi dasturlar (masalan: marketing, bank ishi, qimmatba'o'ozlar);
- o boshharuv faoliyatini o'rganish dasturlari va mutaxassisni o'qituvchi dasturlar o'qish dasturini vaqtinchalik omili bo'yicha is'va va o'zoq muddatga b'linadi. Birinchilari maxsus seminar yoki kurslarda foydalaniladi, o'zoq muddatli o'qish dasturlari bir necha oy yoki yilga ishlab chiqiladi. o'qishning k'lamig'a harab quyidagi dasturlar foydalaniladi.
- o doimiy tavsifga eg'a dasturlar. Lyokin, ko'pincha t'ore yoki isman o'qish dasturi hisoblanadi. Ularga, masalan, tadbirkorlarni o'qitish dasturlari kiradi.
- o malakani oshirish dasturlari chet ellarda keng taralg'andek, bizning respublikamizda ham keng tar'almokda.

Kadrlarni ilmiy ji'atdan tayyorlash va kasb bo'yicha o'sishining o'zaro bo'li'lig'i Kichik biznes, boshqa aktiv faoliyat kabi, doimo ishchilarni o'qitishni talab qiladi. Bu jarayon kadrlarni sifatini va rivojlanishini ta'minlaydi.

o'qish - bu odamning fundamental bilim olish jarayonidir. Aslida, u maktablarda, texnikumlarda, texnik kollejlarda, institutlarda, dorilfununlarda yoki boshqa joylarda amalga oshadi. Islohotlar o'qishning turlariga ta'sir qiladi. Oliy ma'lumot ochi, demokratik b'lad. Oliy ma'lumotni rivojlantirishning boshqa k'rinishi - bu oliy va q'rtta maxsus o'qishni integ'ratsiya qilishdir.

Oliy ma'lumot islohoti o'z ichiga quyidagi yonalishlarni oladi:

- o Yangi takomillashgan o'quv dasturlarini ishlab chiqish, zamonaviy mutaxassislar o'qitishda xalqaro o'qish jarayonini tashkil qilish.
- o Auditoriya darslari va mustaqil ishlar orasidagi o'quv vaqtini eng qulay tarzda ta'simlash va boshqalar.

3. TADBIRKORLIKNING AXLOKIY KOIDALARI

Tadbirkorlik etikasi - bu ishbilarmonlik to'zilmalari va davlat, ishlab chiqaruvchi va iste'molchi, mijlz va sotuvchi, ishbilarmonlar, raqobatchilar hamda korxonalar ichidagi ishlovchilar orasidagi ma'naviylik me'yorlari tizimidir.

Biznes etikasi me'yorlari mamlakatdagi ishchanlik ruhi va uning xususiyatlarini belg'ilaydi.

Etika tushunchasi ikkita ji'atni o'z ichiga oladi:

o Etika - bu, ma'lum jamiyat, kishilar g'uruhi, kasb-korlar uchun q'llanadigan ruhiy va axloqiy me'yorlar tizimidir;

o Etikaviy me'yorlar q'u' bilan, ya'ni davlat tomonidan belgilangan yoki sanksiyalangan umumijburiy o'zini to'tish qoidalari va me'yorlari majmuasi bilan bo'li'dir.

Biznes etikasining asosiy qoidalari quyidagilar kiradi: qonunni q'urat qilish, t'rilik o'z so'ziga va to'zilgan shartnomaga javob berish, ishonchlilik ishonch va ijtimoiy javobgarlik q'ech q'achon va q'ech qanday sharoitda o'z xizmatchilarini, buyurtmachilarni, q'issadorlarni, ra'barlarni, mol etkazib beruvchilarni, nazorat qiluvchi idoralarni aldamaslik majburiyatlari va boshqalar.

Taraqqiy topgan davlatlarda, ayniqsa Yaponiya va AKSHda firmalarning "etika kodeksi" va biznesmenlarning aloqida kasb ustalari g'uruxlarining "ishbilarmonlar kodeksi" keng q'llanadi. Ularni tsex etikasi kodeksi deb ham atash mumkin. Ushbu kodekslarga binoan yoki bu tarmoq firmalari bir xil etika q'lchovlarini q'llaydilar. Bunday kodekslar raqobatchilarning etikaga xilof xulqlarini aniqlashni osonlashtiradi. Ishbilarmon biznes

kodeksining asosiy qismlaridan biri ishbiarmon va iste'molchi qrtasidag i munosabatlar hisoblanadi.

Ing birinchi "Biznesmen kodeksi" amerikaliklar tomonidan 1913 yilda ishlab chiqilgan bo'lib, unda etita ish yuritish qoidasi qabul qilingan. Bu qoidalar bitta asosga jamlangan bo'lib, bu biznns so'asidag i usul va siyosatni ba'olashda ularning qa'ikat va adolatlilik tushunchalariga mos kelishi bilan belgilanganidir.

Umumlashgan harb ishbiarmonlik dunyosida keng ma'lum bqlgan ishbiarmonlikning quyida nashatiga har bir tadbirkor amal qilishi kerak. Ular quyidag ilardan iborat:

Tadbirkorlik ishiga oid qoya topish. (Sizda raqobatchilarga harshi uchta kuchli quroldorlig ini esda tuting: Ular sifat, narx va reklamadir).

Sifat - bu iste'mol xususiyatlarining (xossalarning) majmuidir. Biznes-reja to'zing.

Narxni tushirishdan xavfsiramang, uni kqtarishdan qrtang.

o'z tovaring izni reklama qiling

Kredit olish mumkin bqlsa, uni olishdan qrtang.

Xayriy bqling.

Tadbirkorlar mijozlari bilan aloqa qrtatishda quyidag ilarni bajarishi zarur;

o ishonirish va aloqa bo'lash qobiliyati;

o mustaqillik va o'ziga ishonish;

o darov il'ab olishlik va avval tqplangan bilimlarni yang i o'zlashtirilg ani bilan bo'lao;

o faoliyatining tanlang an so'asida murakkab ishni shaxsan bajara olishlikga tayyor bo'lisl.

Tadbirkorning umumijtimoiy sifatlariga: ma'naviy sifatlar, ijtimoiy, ru'iy va tabiiy genetik sifatlar kiradi.

Ma'naviy sifatlar - bu tadbirkorlik faoliyatida zarur bqlgan sifatlardan bo'lib, unga tadbirkorning dunyoharashi, tarbiyasi, etikodi kabilar kiradi.

Ijtimoiy-ru'iy sifatlar - bu tadbirkorning jamiyatga foydali bo'lishini ta'minlovchi, unga tabiat tomonidan berilgan sifatlardir.

Tadbirkorning kasb sifatlariga quyidag ilar kiradi: ishni miridan-sirig acha bilish, intellektualirodav, tashkilotchilik sifatleri.

Ishni miridan sirig acha bilish - bu kishini lavozimga saylashda eng muhim bqlgan sifata.

Kompetentlik - degani tadbirkorning biror masalani echish yo'zasidan va tajribaning etarililig i va ru'iy jixatdan asoslanishi, ya'ni masalani

qal qilishga qaqi borlig ini bildiradi. SHuning uchun tadbirkor, xuquq, tadbirkorlik menejmen, marketing asoslari so'asida maxsus bilimlarga ega bo'lishi kerak.

Intellektual irodaviy sifatlar - bu tadbirkorning akli ifodasi, sabot va matonati kabi sifatlerini o'z ichiga oladi. Tashkilotchilik sifatlariga esa tadbirkorning faoliyatini uyushtirish va boshqarish, shu jumladan, ishchi xizmatchilarni ishga yondashish ularni ishonira olish va il'omlantirish kabi sifatlar kiradi:

Tadbirkorning shaxsiy sifatleri tarkibini yana quyidag i sifatlar bilan tqldirish mumkin: odamlar bila ishlay olish tajribasi, oliy ma'lumot qajmidag i maxsus bilimlar, ijodiy faollik omilkorlik vaziyatga ba'qo bera olish, kelajakni kqa olish va boshqalar. Ammo, yu'orida kayd kiling an hamma sifatlarga ega bulgan tqkis bir tadbirkorni topish qiyin, chunki, odatda, bir kishida bunday xislatlarning xammasi jamul-jam bo'lishi mumkin emas. SHunday bqlsada tadbirkorlar bunday xislatlarga tqli? ega bo'lishga intilishleri lozim.

Biznesdag i muvaffaqiyat ma'lum darajada tadbirkorning sheriklari bilan aloqasi qanchalik tu're to'zilganlig i ga bo'li?

SHerik deb, biror bir birg alikdag i faoliyatning ishtirokchisiga aytiladi. Bir yoki bir necha tadbirkorlik loyi'alarini hamkorlikda amalga oshirayotgan korxon va tashkilotlar hamsherik bo'lishleri mumkin.

Tadbirkorning sheriklari bilan alo'alarini mustaqamlashda quyidag ilar katta ahamiyatga ega:

o umumiy ?oyag`a ?izik?an va ularni amalga oshirishg`a tayyor b?lg`an sheriklar bilan alo?a ?rnatish. SHeriklarni ma`naviy ??llab-?uvvatlashlari uchun emas, balki, birg`alikda unumli ishlash uchun tanlash kerak. har bir sherik firma rivoji uchun o`z ?issasini, tajriba va ma`lum malakalarini k?shishi kerak.

o karindosh va d?stlar bilan xamkorlik qilishg`a alo?ida e`tibor berish kerak chunki, biznes tadbirkorlik xavf-xatar asosida ?uriladi;

o boshli? bilan to`zilg`an kelishuv (kontrakt) shartlarig`a katti? rioya ?ilinishi kerak. Bunda ?aysè sherikning` faoliyatg`a ??shadig`an ?issasi (puli, xom ashyo, ji?oz, Mehnat sarfi) albatta aks ettirilishi lozim;

o ag`ar sherik firmaning` Mehnat jamoasig`a ??shilmo?chi b?lsa, u ?olda uning` majburiyatlarèie bajarish muddati, ish g`a kirish va?ti va ish kunining` davomiylig`i belg`ilab berilishi ke?âe:

o xa? t?lash shartlari;

o ijtimoiy imtiyozlar (berilg`an b?lsa);

o korxonada boshharilishidag`i ishtiroki;

o yil natijalari bo`yicha dividendlar t?lash shartlari;

o ishdan o`z xo?ishi bilan yoki turli xildag`i noj?yaliklar o?ibatida b?shag`andan o`z ulushini olish va ?okazolar ta`minlanadi.

Kontrakt tomonga xo?ishi bilan boshqa masalalar hamk?rsatilishi mumkin. Kontrakt, odatda, ma`lum muddatg`a to`ziladi, tomonga ung`a ??l k?yadilar va bittadan nusxani olib ?oladila?. Firma yoki tadbirkor tomonga tovar etkazib beruvchi va pudratchilarni t?ri tanlash muhim ma`nog`a eg`a. Ular munosabatining` tavsifi buyurtmachi firmasining` tijorat muvaffa?iyatig`a bo?likdir. Kichik biznesdag`i tadbirkor strukturalar o`zlarining` munosabatlarini ?uyidag`ilarni hisobg`a olib ?rnatishlari kerak:

o xom-ashyolarg`a sarfni, ularning` sifati va etkazib berish muddatig`a zarar etkazmasdan kamaytirish;

o buyurtmachikorxonalar tomonga bir necha tovar etkazib beruvchilar bilan o`zoq muddatli munosabatlarni y?lg`a solish maqsadg`a muvofi?lig`i;

o tovar etkazib beruvchilarg`a kafolatlang`an bozor, za?iralar yoki buyurtma ?issasini ?aytada? ta?simlash, sarmoyador subpudratchilar foydasig`a ?al b?ladig`an o`zoq muddatli shartnomalar to`zilishi. Mol etkazib beruvchilar bilan yang`i munosabatlarning` mo?iyati quyidag`i-â:

o ma`lumotlarning` yorqin almashinuvi;

o turli y?nalishlarda, boshharuvning` turli po?onalarida ko`p mi?dorda alo?a ?rnatish;

o umumiy ishlab chiqarish muammolarini birg`alikda echishg`a, yang`i ma?sulot texnolog`iyalarèie ishlab chi?ishg`a subpudratchilarni jalb kilish.

Biznesg`a amerikasig`a yondashishda: ishlab chiqaruvchi va mol etkazib beruvchilardan iboraè g`uruxdan eng` yaxshi komanda chi?adi. Ishbilarmon sheriklar ?rtasidag`i yang`i tizimni ?rnatâe:

o buyurtmachi firmag`a xomashyoni, yarimtayyor xildag`i ma?sulotlarni bir maromda etkazib berish, ishlab chiqarishni tezlashtirish, iste`molchilarning` har bir talabining` o`zg`arishig`a tezda javob berish ?obiliyatini rivojlantirish, xarajat darajasini kamaytirish, ung`a etkazib beriladig`an xomashyo va komplektlovchi buyumlar sifatini k?tarish;

o mol etkazib beruvchi firmag`a o`z ma?sulotining` nisbatan o`zoq muddatg`a sotuv bozori kafolatlang`anlig`i bilan bo?li? b?lg`an barcha afzalliklarni yaratib berish.

harbda ?tkazilg`an ko`zatuvar kompaniyalar o`zlarining` asosiy sheriklari bilan ish yo`zasi? munosabatlarida yang`i qonun ?oidalarini ??llanishi ?uyidag`i ijobiy natijalar berishini k?rsatèe:

o ishlab chiqarish maydonlarig`a talab 40-70% g`a kamayadè;

o firmaning` k?shimcha xarajatlari 30-50% g`a kamayadè;

o tug`allanmag`an ?urilish va ishlab chiqarish xaxirlari ?ajmi 50-100% g`a kamayadè;

o ishlab chiqarishning` umumiy sarf xarajati 30-50% g`a kamayadè;

o yaroʻsiz maʼsulot darajasi 2 dan 0,01% gacha kamayadi.

Ishbilarmonlik munosabatlarining yangi tartib tarafdorlari, bu natijalar bir-biriga katta firmaniã kichigiga ʻurmat bilan munosabatda, oʻz-oʻzini boshqarish va sheriklar ʻrtasida oʻzaro ishon÷ bõlmaganda, bu natijalarga erishish mumkin emas edi, deb hisoblaydilađ.

XIZMAT YOʻZASIDAN MUNOSABATLAR .

Biznes yutuʻi nafaʻat firma ishini iqtisodiy k̇rsatkichlariga, balki sezilarli darajada tadbirkorning oʻz xizmatchilari bilan munosabati naʻadar ṫʻri ʻurilganiga boʻli?.. Yuʻori natijaga erishayotgã ishbilarmonlar oʻz ishida inson omiligã katta eʻtibor beradilar, yaʻni oʻz xizmatchilari bilan munosabatlarini oʻzaro ʻurmat, tartib, ʻaʻgʻyiliʻ odil-lik asosida ʻuradilar. Tadbirkor va ishchilarning munosabatlari asosiy ish bitimida belgilanadi. ʻisman ularda quyidagilar izoxdanadi:

o Ishchi majburiyatlari.

o Ish ʻakini ṫlanishi va muddati.

o Ish kunining davomiyligi.

o Bevosita raʻbari.

o Malaka oshirish, ish ʻaʻini oshirish sharti va boshqa masalalar.

o Mehnat taʻtilining davomiyligi va sharti, kasallik varaʻasi boʻyicha ʻaʻ ṫlash va boshqa engʻllik va ijtimoiy imtiyozlar.

o Ishga olinayotgan har bir kishiga uch oydan olti oygacha sinov muddati belgilash maʻul. SHu davr ichida yangi ishchining aynan biror ishni mutaxassislik darajasiga va malakasiga, lavozim talablarini hisobga olgan ʻolda ʻrganish mumkin. Insonning jamoa bilan kirishib ketish, spirtlik ichimliklarga munosabati, intizomiylik va uning kasã sifatiga bevosita borliʻ bõlmagan sifatlari koʻzatish manbai boʻlib xizmat qilishi mumkin emas. Tekshirish davomida koʻzatilayotgan ishchilarning zarur bilim va amaliy maʻorati aniʻlanadi. Tadbirkor boshliʻlar, mutaxassislar va xizmatchilarning majburiyatlari ʻajmi xaʻida qoʻshimcha k̇rsatma va nizomlarda k̇rsatib ʻishartirish yoki koʻpaytirish mumkin.

Bunday ʻolda ishchi maxalliy sharoitga nisbatan maʻlum k̇rsatmalarda k̇rsatilgan vazifalarni bajarish uchun boʻyicha sinovdan ʻtkaziladi.

Ishchini sinash faʻat tadbirkor tomonidan emas, balki ikkala tomonning roziligini bilan ʻtkaziladi, chunki u meʻmat shartnomasining qoʻshimcha shartlarini aks ettiradi.

Agʻar meʻmat shartnomasi toʻzilayotganda sinov ʻrnatilganligini xaʻida tomonlarning roziligini boʻyicha bilimlar bõlmasa, ishchi sinovga bardosh bermaganligini sabab qilib uni ishdan ḃshatish mumkin emas.

Sinov shartlari ishga ʻabul qilish xaʻidagini buyruʻda albatta oʻz aksini topishi kerak. Aks xolda agʻar u arizasida yoki oʻzaki ʻolda ishga ʻabul ʻilinganligiga rozi bõlgan bõlsa, u sinov shartsiz ishga ʻabul ʻilingan xisoblanadi.

Tadbirkorning oʻz xizmatchilari bilan munosabatni mustaʻkamlashda ʻuyidagilar katta ahamiyatga ega:

o Muammoli ishga taalluʻli masalalar muʻokama qilinadigan suxbat va uchrashuvlarni muntazai ʻtkazib turish. Bunda tadbirkor muammolarini yakkamayakka, yutuʻlarni esa boshqalar ishtirokida muʻokama qilish tartibini keng ʻõllashi kerak.

o Ishchi va xizmatchilarning firma ishini muhim masalalarini muʻokama qilish va echishga kengroʻ jalb qilish, firma bõlinmalarining boshliʻlari bilan muntazam ravishda muloʻot qilish.

o Ishchi va xizmatchilar orasida javobgarlikni oshirish maqsadida va ishdagini bir oʻranglikni ẏʻotish muammosini ʻal qilish uchun ishni vaʻti-vaʻti bilan taʻsimlab berish. Masalan, konveyerda ishlayotgan ishchiga biror bir mashinani butun bir qismini yiʻishni, kotibaga direktor yordamchisi vazifalarini bajarishni topshirish mumkin, boʻlar uning shaxsiy ʻadriyat ʻissalarini oshiradi.

o oʻz ishchilarning malakasini oshirish haqida ʻayrurish, malakali xodim firma ishining samaradorligini oshiradi, yangiliklarni faolroʻ tadbiʻ etadi.

- Ish haqini ishchining kasb mahoratini o'rishiga qarab oshirib borish.
- o'z xizmatchilarining farovonligi haqida doimo qayrurish.

MIJOZLAR BILAN MUNOSABATLAR Kichik biznesda mijozlar bilan munosabatga muxim ahamiyat berish kerak. qishloq xo'jalik mahsulotlarining, yarimtayyor mahsulotlarning va tayyor mahsulotlarini ko'p turlarini o'zoq muddat saqdash mumkin emas, ularni tezlik bilan tarqatish kerak. SHuning uchun tadbirkor tizimining har bir ishchisi o'zi ishlab chiharayotgan mahsulotini sotuvchiga daxl-dorligini xis qilishi kerak.

Alohida qishloq xo'jalik korxonasi kabi kichik biznes mijoz sifatida, dallollik idorasi, birja, tayyorlov tashkiloti qayta ishlovchi korxonona, shuningdek mahsulotlarning doimiy buyurtmasi yoki xaridori bo'lgan ayrim shaxslar gavdalanishi mumkin.

Mijoz kim bo'lishidan qat'iy nazar: tashkilotmi, korxonami, firmami yoki yakka shaxsmi - avvalo tadbirkor oldida o'z muammolari bilan murojaat qilayotgan inson ekanligini esda to'tishi lozimdir.

Tadbirkorning vazifasi - mijozni o'z qo'liga olib uni ushlab qolmoq. har bir tadbirkor (yakka shaxs yoki korxonona) shu maqsadda o'z ishini mijozga bag'ishlamog'i kerak.

Mijozlar istisno bo'lishi mumkin emas. Agar hisob-kitob bo'limidagi qog'ozboz, qo'pol kotiba firmanina rahbari tomonidan tartibga chaqirilmasa, u holda sotish xizmatini va reklama kompaniyasini tashkil qilishga katta pul sarflashi va butun harakatlar bir pul bo'lib qoladi. SHuning uchun har bir xodimnina xushmuomila, e'tiborli, ishonchli va tartibli, halol bo'lishi uchun tarbiyalash kerak.

"Iski mijozlar"ni o'zida ushlab qolish, yangilariga xayrixoxlik qilishdan taxminan besh baravar arzon ekanligini hech qachon unutmaslik kerak.

Bu maqsadga erishishda quyidagilarni ta'minlash zarur:

- har doim o'zini mijoz o'rniga qo'iishi;
- qog'ozbozlikka, agar u namoyon bo'lsa, yo'l qo'ymaslik hamma usullar bilan unga harshi kurashish va bartaraf qilish;
- mijozlarni bevosita boshliq bilan bo'ladigan muloqoti uchun sharoit yaratish;
- xaridorlar bilan tovar sotilgandan so'ng kamaloqani o'zmaslik;
- har bir rivojlangan mamlakatdagi tadbirkor avval quyidagi vaziyatda kelib chiqadi. Tovar va xomashyolarga katta miqdorda pul sarflaydigan tadbirkorlar iste'molchilarsiz yashashlari mumkin emas.

Masalan, AKSHda so'nggi yillarda aynan iste'molchilarning keng miqyosdagi sarflari olimlarning fikriga haramay yirik iqtisodiy inqirozlardan qutilishga yordam bermoqda. Iste'molchilar alohida e'tiborli ijtimoiy kuchga aylangan va o'zlarining talablari bilan tadbirkorlik tizimini amalda boshqarmoqdalar.

Tadbirkor bilan iste'molchining bunday tavsifidagi munosabatlari bu munosabatlarda iste'molchining ustuvorligini ta'minlaydi. Bu hodisa kons'yumerizm ("iste'molchi" so'zidan) deb ataladi. Bu termin hukumat va tadbirkorlar iste'molchilarini tovarlarining sifati va ularning o'ziga xos ta'rif bilan tanishtirib borish kerakligini bildiradi, tadbirkorlar manfaatini shular himoya qilishi kerak.

Takrorlash uchun savollar

Takrorlash uchun savollar:

1. Korxonona boshharuvining tashkiliy to'zilmasi.
2. Boshharuv organi olingan axborot asosida harorlar qabul qiladi.
3. Korxononaning boshqaruv tizimini to'zish jarayoni.
4. Boshharuv to'zilmalarining tashkiliy turlari.
5. Boshharuvning chiziqli to'zilmasi afzallik va kamchiliklari.

6. Loyihaviy va matritsali boshharuv to'zilmalarining afzallik va kamchiliklari.
7. Matritsali to'zilmaning kamchiliklari va afzalligi.
8. Tadbirkorlik to'zilmalarini tashkil etish turlari.
9. Tadbirkorlar mijozlari bilan aloqa o'rnatish jarayoni.
10. Biznes etikasining asosiy qoidalari.
11. Tadbirkorlik etikasi.
12. Kadrlarni ilmiy jihatdan tayyorlash va kasb bo'yicha o'sishining o'zaro bog'liqligi.
13. Ishchining samarali ish bajarishi uchun qo'yiladigan talablarni aniqlash.
14. Mehnat resurslarini rejalashtirish.
15. Kadrlar ishining asosiy maqsadi va vazifalari.
16. Kadrlar siyosati strategiyasi va taktikasi.

Tayanch iboralar

Korxonani boshqarish, tashkiliy to'zilma, korxonaga strategiyasi, rejalashtirish, chizikli boshqaruv, chizikli-funksional boshqaruv, loyihalangan va matritsali; boshqaruv, venchur va firma ichki innovatsiyali boshqaruv, loyihaviy to'zilma, matritsali to'zilma, bevosita integratsiya

Kadrlar strategiyasi, kadrlar siyosati taktikasi, kadrlar bo'yicha menejer, kadrlarni rejalashtirish, kadrlarning netto ehtiyojini, kadrlarning brutto ehtiyoji (BPK), kadrlar malakasiga talablar, kadrlarning bandlik shartlari, rotatsiya, kadrlar rotatsiyasi, ichki chegara, tashqi chegara, Mehnat shartnomasi, kadrlar ko'nimsizligi.

Tadbirkorlik etikasi, etika, etikaviy me'yorlar, biznes etikasi, ma'naviy sifatlar, ijtimoiy-rusiy sifatlar, intellektual irodaviy sifatlar, ishni miridan sirigacha bilish, kompetentlik, kons'yumerizm.

8-MAVZU: TADBIRKORLIK FAOLIYATINING MOLIYAVIY XOLATI

REJA

1. Moliyaviy resurslar va moliyaviy kapitalning mohiyati va to'zilishi.
2. Tadbirkorlik faoliyatini kreditlash va uning shakllari.
3. Kichik biznesda Frangayzing tizimi.

FOYDALANILGAN ADABIETLAR RO'YXATI

1. Karimov I.A. O'zbekiston XXI asrga intilmoqda. O'zbekiston.T-1999 yil.
2. Karimov I.A. O'zbekiston iqtisodiy isloxlarni chuqurlashtirish yo'lida. O'zbekiston.Toshkent 1998 yil.
3. Gulomov S.S. Tadbirkorlik va kichik biznes. O'zbekiston.T-1997 yil.
4. Yo.Abdullaev, F.Karimov "Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari" Toshkent "Mehnat" 2000 yil.
5. Tadbirkorlik va kichik biznes. Gulomov S.S. Toshkent 2000 é
6. Tadbirkor yon daftari "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik". Toshkent 1999 y.
7. Muxiddinov D.M., Xamroqulov O.M. va boshqalar "Tadbirkorlik asoslari" fanidan o'quv qo'llanma, Buxoro 2002 yil "Muallif"

1. MOLIYAVIY RESURSLAR VA MOLIYAVIY KAPITALNING MOHIYATI VA TO'ZILISHI

Biznesning asosini, shuningdek uning kichik ko'rishlarini moliyaviy sarmoyalar va moliyaviy zaxiralar tashkil keladi. Xo'jalik yurituvchi sub'ektning moliyaviy zaxiralarini uning ixtiyorida bo'lgan pul vositalari tashkil qiladi. Ular xo'jalik faoliyatining turli tarmoqlariga yuboriladi: vositachi va moliyaviy xizmatlar, savdo-sotiq, xizmatlari, investitsiya va innovatsiya loyixalari. Naqd pulning etishmovchiligi kichik biznes istiqbolini, uni xayot topish extimolini, uning moliyaviy epchilligini pasaytiradi va sinishiga olib keladi. CHunki etarli miqdorda naqd pulning bo'lmasligi banklarni qarz bermasligiga olib keladi. Xo'jalik faoliyatini rivojlantirish uchun ishlatiladigan moliyaviy zaxiralar (xomashyo sotib olish, yarimtayyor maxsulotlar, mexnat uskunolari, ishchi kuchi) pul ko'rinishidagi sarmoyadir. SHunday qilib moliyaviy menejmentda tavsiflanishi bo'yicha sarmoya bu moliyaviy zaxiraning bir qismidir.

Sarmoyaning umumiy ifodasi:

$D = T + D_i$

$P = T + P_1$

bu erda: P - investor tomonidan qarzga berilgan pul mablag'i.

T - maxsulot (tadbirkorlik faoliyati uchun sotib olingan uskuna, ishchi kuchi va xo'jalik yuritishni boshqa qismlari).

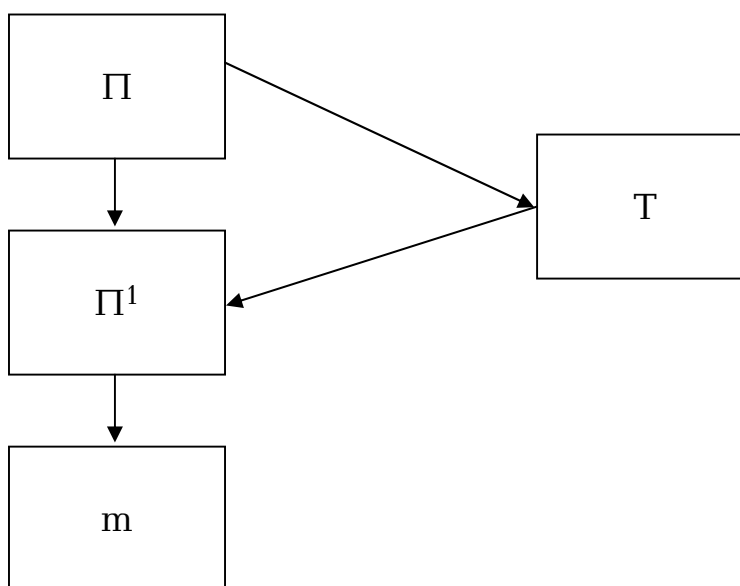
P_1 - investor tomonidan xo'jalik faoliyatini yuritish natijasida va ko'shimcha maxsulotni sotishdan olingan pul mablag'i.

$(P_1 - P)$ - investorning foydasi yoki ko'shimcha maxsulot.

$(P_1 - T)$ - maxsulot sotuvidan yoki xizmat ko'rsatishdan tushgan pul.

$(P - T)$ - investorni xo'jalik uskunalarini sotib olishga sarflangan xarajati.

Moliyaviy sarmoyani ishlatishni yuqorida keltirilgan jadvalda xo'jalik tizimiga quyiladigan pul mablaglari to'la sarflanmaydi, faqat qarzga beriladi va aylanib foyda bilan investorga qaytib keladi. (P) moliyaviy zaxiralar sarmoyasi qo'shimcha foyda keltirishi uchun u ko'prok aylanishi kerak.



bu erda: m - investorning foydasi.

Yiliga sarmoya qancha ko'p aylansa investor yillik daromadi shuncha ko'p bo'ladi.

Moliyaviy zaxiralar sarmoyasini to'zilishiga shuningdek asosiy fondlar, aylanma fondlar, muomila fondlariga quyilgan pul mablag'lari kiradi. Asosiy fondlar - mexnat qurollari yig'indisining qimmatli ko'rinishi. U moliyaviy ko'rinishini o'zgartmasdan ishlab chiqarish va xo'jalik korxonaga chegarasida faoliyat ko'rsatadi xamda o'z qiymatini qaytadan yaratilgan maxsulot qiymatiga o'tkazad.

Aylanma fondlar - korxonaga ishlab chiqarish fondining bir qismini tashkil qiladi. U bir ishlab chiqarish davrida (tsiklida) ishlatiladi va o'z qiymatini ishlab chikariladigan maxsulotga

to'raligicha o'tkazadi. Muomila fondlari tayyor maxsulotni iste'molchilarga yuborilgani, lyokin to'lanmagani, bank va kassa xisobidagi pul mablag'ini o'z ichiga oladi.

Nomoddiy aktivlar - xisob-kitob toifasi. Nomoddiy vositalarga fizik xususiyatlarga ega bo'lmagan, ammo korxonaga aktivga ko'shilgan va odatda uning foydalanish muddati davrida amortizatsiya to'lovlarini talab qiladi. Ularga quyidagilar kiradi: Patentlar, litsenziyalar, nou-xau, avtorlik xuquqlari va boshqa intellektual mulk, shaxsiy mulkchilikka va erdan, foydali qazilmalardan va savdo markazlaridan, IXM programmaviy ta'minotidan va boshqalardan o'zoq davr foydalanish. Ularning bir qismi o'zining dastlabki narxini yo'qotadi va vaqt o'tish mobaynida foyda keltiradi.

Nomoddiy vositalarni sotib olishni tovar va maxsulot sotishdan, ish bajarnish va xizmatdan kelgan foyda xisobiga xamda bank krediti, jismoniy yuridik shaxslarni qaytarilmaydigan badallari xisobiga moliya bilan ta'minlaniladi. Oddiy vositalar ularni sotib olish qiymatlari bilan xisobga olinadilar, ularga qushimcha (bevosita) xarajatlar, ba'zi bir ob'ektlarni tartibga keltirib xo'jalik faoliyatiga kiritish uchun qilingan xarajatlar qo'shiladi.

2.TADBIRKORLIK FAOLIYATINI KREDITLASH VA UNING SHAKLARI.

Uncha ko'p bo'lmagan yangi ishbilarmonlar o'z ishlarini o'zlari moliya bilan ta'minlaydilar. Ko'pchilik kishilar o'z miqdorda bo'lsa ham tashqi manbalarga muxtoj bo'ladilar.

Pul resurslarining 4 ta toifasi mavjud:

1. Savdo krediti. Bu turdagi "Pul" turri ma'noda zayom vositasi xisoblanmaydi. Xaqiqatdan bu tovarlar qiymati xisoblanadi. Uni sizning etkazib beruvchilaringiz sizga pul to'lamasdan qarz qilib beradilar va qarzni eslatilgan muxlatlarda to'lash sharti bilan.

2. Qisqa muddatli kredit. Banklar va boshqa kredit beruvchilar, bu kabi kreditlar maxsus maqsadlar - muddatli kreditlar extiyot sifatida kelgusi mavsumda sotish uchun beriladi. Bu kabi kredit uchun qarz bir yilga etmasdan o'ziladi.

3. O'zok muddatli kredit. Bu zayomlar bir yildan ortiq muddatga korxonani kengaytirish yoki takomillashtirish uchun beriladi.

4. Aktsionerlik kapitalda investornang qatnashishi. Bu kabi resurslar qaytarilmaydi. Siz vositalarni olasiz va foydaning bir qismini investorga berasiz. Boshqacha qilib aytganda, siz o'z korxonangizning bir qismini sotasiz.

Pul mablag'larini qaerdan olish mumkin?

Moliyaviy ta'minlashning imkonli manbalari quyidagilardir:

- tijorat banklari;
- moliyaviy kompaniyalar;
- investitsion kompaniyalar;
- investitsion fondlar;
- kredit idoralari;
- xaridorlar;
- maxsulot beruvchilar;
- dust va tanishlar.

Pullarni qaerdan olish mumkin?

Moliyaviy ta'minning imkonli manbalari quyidagilardir:

- tijorat banki;
- moliyaviy kompaniyalar;
- investitsion kompaniyalar;
- investitsion fondlar;
- kredit idoralari;
- xaridorlar;
- maxsulot beruvchilar;

- do'st va tanishlar;
- xayriya tashkilotlari;
- trans kompaniyalar va banklarning trust bo'linmalari;
- davlat, xalqaro va jamiyat tashkiloti va idoralar, kichik biznesni qo'llab-quvvatlash dasturida ishtirok etuvchilar (ularning markaziy va maxalliy idoralari);
- ishlovchilar;
- dastgox ishlab chiqaruvchilar;
- sug'urta kompaniyalari;
- nafaka fondlar;
- xususiy investorlar;
- moliyaviy maslaxatchilar.

Kimga va qaerga murojaat qilish kerak?

Keng tarqalgan moliyaviy manbalar:

Banklar - banklardan ssuda olish nixoyatda sodda. Sizga pul savdo operatsiyasi o'tkazish uchun bemaolol, ammo yangi korxonalar buni yaratish uchun bemaolol emas. Demak, sizga bankni ishontirish kerak, siz xammasini yaxshilash o'ylagansiz va o'z ishingizni tashkil qilishga astoydil xarakatda tushasiz. Bu ishda sizga ishlab chiqarilgan biznes rejangiz qo'l keladi.

Quyidagi masalalarga alohida diqqat-e'tibor qilishingiz kerak.

- Olingan vositalar qanday ishlatiladi?
- Qarz qanday qilib to'lab beriladi?
- Kredit olish uchun qanday ta'minot taklif etilishi kerak.
- O'zingiz tanlagan faoliyat uchun zarur tajriba va tayyorgarlikka egamisiz?
- Boshqaruv xodimlarining va etakchi mutaxassislar ishi qanday?
- Ushbu biznes sohasining o'zoq muddatli kelajak tarakkiyoti qanday?

Investitsion fondlar xissadorlik yuqori ush potentsialiga ega, kichik korxonalar kapitaliga badallar to'lash mumkin. Ko'plari aniq tarmoq, jug'rofik noxiya, texnologiyalar bo'yicha yoki ma'lum xajm uchun investitsiya loyixasiga ixtisoslashadilar. Ular bilan kelishuv paytida quyidagilarni esda to'tish zarur: investitsion fondni bir kunda ko'rib chiqish uchun 30 dan ortiq buyurtmani va biznes-rejani qabul qilish mumkin, ulardan 10 % gina o'qib chiqiladi. O'kib chiqilganlardan faqat bir nechasigina yana davom etib o'kish uchun jo'natiladi va juda ozlari moliya olishi mumkin.

Demak:

- Sizning biznes-rejangiz xar tomonlama kasbiy ustunlikka ega bo'lishi uchun xamma narsani qilish, u aniq tushunarli yozilgan bo'lishi kerak.
- Korxonani tugatish rejasini tayyorlashda "tavakkalchi" investor sizni biznesdan qanday chiqishingizni aniq bilishi kerak. Ko'pchilik investitsion fondlar "Etuk" darajaga erishgan paytda pulni yuqori o'sish potentsialiga ega korxonalarga joylash odatiga hos.

Davlat va jamiyat tashkilotlari. Bugungi kunda kichik biznesni qullashni o'zlarining asosiy vazifasi deb xisoblaydigan davlat va jamiyat tashkilotlarining soni ko'paymoqda. Ular faqat moliyaviy yordam qilmasdan balki (qoida bo'yicha imtiyozli kredit shaklida) xonalar qidirib topishadi, xodimlarni o'qitish va boshqa ishlarda yordam beradi.

Bu kabi tashkilotlarga ko'llash uchun murojaat qilishdan oldin ularni o'ziga xos talablarini bilish kerak, ko'plari ular uchun kerakli soxalardagi kichik korxonalarga yoki alohida ijtimoiy guruxlarga zaxiraga bo'shatilgan xarbiylarga yordam ko'rsatadi.

Kapitalni jalb qilishning boshqa imkoniyatlari xam bor. Masalan, ixtirochi investorlar guruxidan moliya olish mumkin, buning uchun u agar ishi yurishmay qolganda o'zining ishlab chiqqan texnologiyasiga egalik xuquqini ularga topshirishi kerak. Xorijiy moliya manbalari mavjud. Masalan, xorijiy firmalar, ular boshqa davlatlarga investitsiya qilish imkoniyatlarini faol o'rganmoldalar.

3.KICHIK BIZNESDA FRANCHAYZING TIZIMI

Franchayzingning mohiyati Ba`zida ma`lum bilimga, tajribaga, qobiliyatga ega bo`lgan ishbilarmonga o`zining shaxsiy biznesinint tashkiliy shaklini tanlab olish uchun dadillik, mardlik xususiyati etishmaydi, shu sababli u o`ziga ishlatish uchun tayyor korxonani imtiyozli shart bilan boshqa davlatdan yoki O`zbyokistondan, yirik firmadan yoki ularning texnologiyasidan, tovar markasi (belgisi)dan foydalanish xuquqiga ega bo`ladi, ya`ni franchayzing oladi.

Franchayzing - bu o`zaro manfaatli bitimga asoslang biznes olib borish usulidir. Bu bitim yirik kompaniya xamda mayda firma yoki aloxida ishbilarmonlar o`rtasida to`ziladi. Bu bitimning mohiyati kichik biznesga o`z ishini maxsus tanlangan joyda va ma`lum vaqt davomiyligida olib borish imkonini berishdan iborat.

Dunyoning ko`p davlatlarida franchayzing o`zining yashash qobiliyatiga egaligini isbot qildi. Ishbilarmonlikning franchayzing tizimi AKSHda, Kanadada, Yaponiyada, Garbiy Evropada muvaffakiyat bilan tarakkiyot topmoqda. Ko`plab ma`lum va mashxur xorijiy davlatlar korporatsiyalari, ya`ni "Makdonal'ds", "Adidas", "Koka-Kola" va yo`zlab boshqalari bo`lar franchayzingli kompaniyalardir. Masalan, franchayzing "Doka-pitstsa" dastgox va texnologiyalarni etkazib beradi, xar xil turdagi material va jixozlar bilan ta`minlaydi (nakleykalar, reklama plakatlari, bukletlar, uslubiy tavsiyanomalar), o`qitishni tashkil qilish, original firma ko`rsatmalarini berish va boshqa o`z ishini yo`lga qo`yish uchun zarur bo`lgan narsalarini etkazib beradi.

Xamkorlik davlatlari orasida birinchi franchayzingli tizimlar paydo bo`lib, Rossiya Federatsiyasidagi "Interkongress-Silling" (Sankt-Peterburg) firmasi faoliyat ko`rsatmoqda.

Franchayzingning asosiy turlari va qoidalari Tadbirkorlik faoliyatidagi franchayzing tizilgan franchayzing bitimiga asoslanadi. SHu bitimga asosan yirik firma boshqa firma yoki ishbilarmonlarga xodimlarni tayyorlashda, dastgoxlarni sozlashda, texnologiyani o`zlashtirishda, tashkiliy masalalarda, reklamada, ta`minotda, maxsulot sotishda erdam ko`rsatish majburiyatini o`z zimmasiga oladi.

Bu xizmatlar uchun kichik firma ularga vaqti-vaqti bilan to`lovlar to`lab turadi xamda o`z kapitalining bir qismini investitsiya qilish va marketing, menejment bo`yicha xizmat ko`rsatish majburiyatini o`z zimmasiga oladi.

Franchayzingning asosiy printsiplari: franchayzerning "nou-xau"sini franchayzat kapitali bilan birlashtirish. Franchayz - litsenziya asosida biznes olib borish uchun ma`lum belgilangan miqdordagi badal.

Franchayzing tizimi o`zining afzallik tomoni va kamchiligiga ezga. Agar uni franchayzer kichik firma nuqtai nazaridan qaralganda, unda ushbu tizimning foydali tomoni quyidagilardan iborat: franchayzerning sotib olish uchun to`lagan to`lovi zaruriy kapitalni ta`minlaydi va kelajakdagi moliya bilan ta`minlash tashki zayomlarsiz amalga oshiriladi, shu bilan birgalikda bu tizim qandaydir yangilikni amaliyotda kichik tavakkalchilik bilan tekshirish imkoniga ega bo`ladi.

Kamchilik quyidagilardan iborat: franchayzer o`z daromadini ushbu tizim qatnashchilari bilan bo`lishadi, bu esa uning o`zining bo`linmalariga to`la ega bo`lgan firmalarga qaraganda daromad saviyasini pasaytiradi.

Franchayzer foydali tomoni franchayzata (kichik firma) nuqtai nazaridan shundan iboratki, kichik shakllagi bizneslar tashkil etish uchun kam kapital xarajat talab qiladi, bu esa yorqin ishbilarmon bo`lish uchun qo`shimcha imkoniyat yaratadi.

Xaridorlar uchun keng ma`lum bo`lgan firmaning va uning maxsulotining nomi franchayzatga ko`shimcha xarajatlarsiz avval bunyod etilgan tovarning "imidj"ini va oldindan tekshirib ko`rilgan shakllarini ishlatishga imkon yaratadi. Undan tashqari bosh firma kelajakda yangi kiritilayotgan texnik vositalar, texnologiyalar va reklama qiymatini bir qismini qoplash majburiyatini o`z zimmasiga oladi va barcha zaruriy xizmatlar ko`rsatadi.

Franchayzingni ikkita asosiy turi mavjud: tovarli va ishbilarmonli. Tovarli franchayzing franchaziatga xar xil tovar guruxlariga tegishli bir to`plam tovarni sotish bilan bog`lig

to'lanadigan xaq franchayziatlardan ma'lum sharoitlarda undirib olinadi. Ba'zi bir xolatlarda ushbu to'lovlar kafolatli xizmatga xaq to'lash bilan va birgalikdagi reklama xarajatlari bilan boglikdir.

Tovar franchayzingining muxim elementlari - bu franchayziatlardir. Ular ikkita vazifani bajaradilar; savdo korxonalarini barpo etish uchun kapital etkazib berish va ularga raxbarlik qilish.

Ishbilmonga (ishchan) franchayzing xar xil turdagi va shakldagi xizmat ko'rsatish bo'yicha kelishuvlar to'zish yo'li bilan va biznesni berilgan xuquq, imtiyoz xamda tavsiya qilingan shaklda ma'lum vaqt davrida aniq joyda bajarilishi bilan amalga oshiriladi. Xorijiy davlatlarda shaxsiy korxonalariga davlat tomonidan maxsus imtiyozlar beriladi. Masalan, byudjetdan shaxar transportining ishini tashkil qilish va uni xarakat sostavini to'ldirish uchun mablag' ajratadi (yangi transport vositalari bilan). SHaxsiy korxonalar imtiyoz yoki xuquqdan foydalanganlari evaziga soliq to'laydilan.

Ishchanlik franchayzengi xaqidagi kelishuv franchayzer va franchayziatlar orasidagi munosabatlarni oxirgisiga (franchayziatlarga) quyidagi xizmatlar ko'rsatilishini aks ettirish mumkin, xizmatchilarni o'kitish, mutaxassislar tomonidan korxonaning ko'rilishi uchun maydon tanlash, asosiy fondlarni ijaraga topshirish yoki tayyor korxonani ekspluatatsiya qilish, xo'jalik faoliyati soxasidagi bilim va tajribalar bilan ta'minlab berish.

Franchayzing xususiylashtirishning birdan bir istiklol shakllaridan xisoblaiadi. U mulkni davlatda ma'lum shartlar evaziga sotib olishni va qandaydir tovarlarni yoki xizmatlarni ko'rsatish ishlab chiqarilishi sharti bilan beriladi.

Kichik va katta biznes korxonalari o'rtasidagi shartnomaviy munosabatlarda franchayzing tizimi

Xar qanday franchayzing tizimining asosiy vazifasi franchayzing shartnomasi xisoblanadi. O franchayzing va franchayziatlarning qonun va vazifalarini o'z ichiga oladi. SHu bilan birga qabul qilingan kelishuvga binoan xech qaysi bir tomon boshqa tomonning soliq va karziga javob berishga majbur emas. SHuning uchun shartnoma imzolanishdan avval franchayzing, franchayzer va franchayziatlarning asosiy vaziyatlarini chuqur ko'rib chiqishi kerak va uni imzolashdan avval omilkor mutaxassis bilan maslaxatlashish zarur.

SHartnomaning shu yoki boshqa bo'limlarining zarurligi, franchayzer yoki franchayziatlarni kelishilgan shartlar asosida majburiyatlarni bajarishlari bo'yicha aniqlanadi. SHartnoma to'zishda quyidagilar aniqlanishi shart:

Maxsulot sotish uchun franchayziatda texnik, franchayzerda esa xizmat ko'rsatish nmkoniyatlari bormi?

Raqobatchi maxsuloti bilan solishtirib sotish uchun taklif qilgan franchayzerning maxsuloti noyobmi?

Franchayziat uchun maxsulot tayyorlab beruvchi va aniq bir yordam ko'rsatuvchi, franchayz uning oldida qaysi darajada javobgar bo'ladi?

Korxonaning (franchayzerning) moliyaviy axvoli qaysi xolda, franchayziat kimning maxsuloti bilan savdo qilmoqchi?

SHu asosda ishlovchi boshqa korxonaga egalarining asosiy faoliyati va ish uslubi kanday?

Franchayzingda ishlab chiqarish bilan bog'lik bo'lgan va xar doim o'zgarib turuvchi texnologiya, imkoniyat va resurslar bormi?

Franchayzing shartnomasining davomiyligi kanday?

SHartnomani o'zgartirishga qanday shartlar va xarajatlar kerak?

Maxsulotni chet eldan keltirish qanday muddatda amalga oshiriladi, o'zilish xavfi yukmi, chet el valyutasida yuqotish mumkinmi?

Maxsulot narxiga ta'sir ko'rsatish bilan bog'langan xolda import uchun boj quyiladimi va qandaydir qoida bormi?

Franchayzga keladigan, franchayziatning korxonaga (franchayzerga) to'lashi kerak bo'lgan litsenziya to'lovi pul miqdori qancha? (agarda u quyilgan bo'lsa). Bu pul miqdori

qoidaga ko'ra korxonaning reklamasi uchun doimiy xarajatga, maxsulotni olg'a siljishi uchun tadbirlar uyushtirishga sarflanadi.

Franchayzing shartnomasini tugatishdan avval quyidagi savollarni xal qilib olishlari shart: o'z ishini qarindoshlariga meros qilish imkoniyati; korxonalar joyini o'zgartirishning maqsadga muvofiqligi; tadbirkorlik faoliyatini kengaytirishning maqsadga muvofiqligi.

Takrorlash uchun savollar:

1. Moliyaviy resurslar va moliyaviy kapitalning mohiyati va to'zilishi
2. Tadbirkorlik faoliyatini kreditlash va uning shakllari.
3. Kichik biznesda franchayzing tizimi
4. Franchayzingning asosiy turlari va qoidalari
5. Kichik korxonalar o'rtasidagi shartnomaviy munosabatlarda franchayzing tizimi

Mavzuga oid tayanch iboralar:

Aylanma fondlar, muomila fondlari, nomoddiy aktivlar, savdo krediti, moliyaviy kompaniyalar, venchurli kapital, annuitet, guruxli annuitet, kredit, tijorat krediti, iste'molchi krediti, firma krediti, faktoring, overdraft, franchayzer, investor, franchayzing, franchayzingli kompaniyalar, franchayz.

9-MAVZU: TADBIRKORLIKDA MARKETING FAOLIYATINING ASOSIY YO'NALISHLARI

REJA

1. Marketing tushunchasi va mohiyati, uning asosiy tamoyillari.
2. Tadbirkorlikni rivojlantirishda marketingning ahamiyati.
3. Marketing tadqiqotlarini tashkil etish.
4. Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalarda marketing faoliyatini tashkil etish.

FOYDALANILGAN ADABIETLAR RO'YXATI

1. Karimov I.A. O'zbekiston XXI asrga intilmoqda. O'zbekiston.T-1999 yil.
2. Karimov I.A. O'zbekiston iqtisodiy isloxlarni chuqurlashtirish yo'lida. O'zbekiston.Toshkent 1998 yil.
3. Gulomov S.S. Tadbirkorlik va kichik biznes. O'zbekiston.T-1997 yil.
4. Yo.Abdullaev, F.Karimov "Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari" Toshkent "Mexnat" 2000 yil.
5. Soliev A.,Usmonov A. Marketing -T: O'kituvchi ,1997
- 6.Abdullaeva SH., Nosirov P. Marketing - bozor iqtisodiyoti asosi,T: Mexnat,1994.
7. Qosimova M.S., Axmedov O.M., Yodgorov M.X., Marketing tadqiqoti. - T.: O'kituvchi, 1998

1. MARKETING TUSHUNCHASI VA MOHIYATI, UNING ASOSIY TAMOYILLARI.

Marketing - bu zaruriyatni va ehtiyojni ayirboshlash orqali kondirishga qaratilgan inson faoliyatining turidir.

Marketing vujudga kelishini asosiy sabablaridan biri, bu ishlab chiqarishni qo'ldan va xajmini ortib borishi, yangi tarmoqlarni vujudga kelishi, tovar turlarini ko'payishi va tadbirkorlar o'rtasida maxsulotni sotish muammosini vujudga kelishidir.

Marketing (inglizchadan market - bozor) - bu mahsulotni ishlab chiqarishdan boshlab toki uni sotishni tashkil etilishigacha bo'lgan majmuaviy tizimdir. U aniq xaridorlarni talabini qondirish, bozorni o'rganish va oldindan ko'ra bilish asosida foyda olishga mo'ljallangan.

A. Xosking aytishi bo'yicha marketing - bu biz sotishimiz mumkin bo'lgan mahsulotni sotish emas, balki sotiladigan mahsulotni ishlab chiqarishdir.

Marketingni asosiy maqsadi - bozorni har tomonlama o'rganish, taxdil qilish va konstuktura o'zgarishini oldindan bilish asosida yuqori foyda olishdir.

Marketing - firmaning o'zok muddatli, yuqori darajali foyda olishi niyatida faqat iste'molchiga qaratilgan maqsadli ishlab chiqarish va sotish faoliyati xisoblanadi. Marketingning asosiy ob'ektlari bo'lib bozor, tovar, xizmat, baxo, tovar xarakati, reklama, sotish, uni rahbatlantirish xisoblanadi.

Marketingning asosiy sub'ektlari esa quyidagilardan iborat: ishlab chiqaruvchi yoki xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar, iste'molchi tashkilotlar, ulgurji savdo, chakana savdo, pirovard iste'molchi, marketing bo'yicha mutaxassislar.

Marketing vazifasi - bu tadbirkorlikning muhim vazifasi korxonani ishlab chiqqan tovar va xizmatini almashuv jarayoni bilan bog'liq boshqaruv tizimi.

Kichik biznesda xaridor va xo'jalik yo'rituvchi sub'ektlar munosabatlari majmuasi bo'yicha javobgarlik to'g'ridan-to'g'ri marketing tizimiga hisoblanadi. Echiladigan masalalarga asosan marketing vazifasi bir necha kichik vazifalarga bo'linishi mumkin. (22.2chizma).

Vazifa{masala}	Kichik vazifa
1. Bozor talabini to'la hisobga olish.	Marketing izlanishi
2. Ishlab chiqaraladigan maxsulotni muqobil assortimenini aniqlash.	Mahsulot chiqarish va mahsulot turini rejalashtirish bo'yicha siyosat ishlab chiqish
3. Xaridor uchun mahsulot narxini aniqlash.	Narx siyosati.narx belgilash
4. Tovarni etkazib berish.	Taqsimlash.Taqsimlash kanalini-tanlash va boshqarish.

22.2-chizma. Marketingning kichik vazifalari.

Marketingning asosiy tamoyillari quyidagilardan iborat:

1. Bozorni o'rganish va iqtisodiy konstruktura;
2. Bozor segmentatsiyasi;
3. Ishlab chiqarishni tezkorlik xarakati;
4. Innovatsiya;
5. Rejalashtirish.

Bu tamoyillarni birma bir ko'rib chiqadigan bo'lsak, bozorni chuqur va xar taraf lama o'rganish bozor extiyojlari, bozor xolatini o'rganishni ko'zda tutadi. Narx siyosati, bozor sigimi, tovarlarning iste'mol xususiyatlari.yu savdoni tashkil qilish, sotish kanallari, talabni shaqllantirish va sotishni rahbatlantirishni taxlil qilish kerak bo'ladi.

Segmentlash xarakterining samaradorligi va maqsadga qaratilganligini oshiradi, keladigan bozor segmenti, iste'molchilarning aniq guruxini aniqlash kerak. Ishlab chiqarish va sotishning faol va salohiyatli extiyoj talabiga epchillik bilan javob berish korxonada ishlab chiqarish-sotish faoliyatini bozor xolati va aniq iste'molchilar extiyojlariga oglik xolda boshqarishning jadalligi va moslashuvini ko'zda tutadi.

Yangilik kiritish- zamonaviylashtirilib yangilangan tovarning doimiy takomillashuvi yangi tovarlar, yangi texnologiyani yaratish va ilmiy- tadqiqot va konstruktorlik ishlarida yangiliklar kiritishni ko'zda tutadi.

Rejalashtirish- moslashish tamoyilining mantiqiy davomi va ko'shimchasi bo'ladi. Bu tamoyil bozor va xolatiy bashoratlarni ishlab chiqarishga asoslangan marketingning ishlab chiqarish- sotish dasturlarini ko'zda tutadi.

Marketing tadqiqotlar - bu tovar va xizmatlarni ayirboshlash va ishlab chiqaruvchining sotish bilan bog'liq barcha ma'lumoti va muammolarning maqsadli to'plamini taxdil qilishdir. Marketing tadqiqotlari muayyan tovar bozorining mavjudligi va uni egallash hamda mustahkamlanib qolish kabi savollarga ko'proq amaliy javob beradi. (A. Xosking). Marketing tadqiqotini o'tkazish quyidagi tartibda amalga oshiriladi:

- masalani qo'yilishi va firma oldida turgan muammolarni aniqlash;
- tadqiqot maqsadlarini aniqlash va xarajatlarning qiymatini baholash;
- axborot to'plash va uni turkumlash;
- dastlab berilgandan, so'ng hisoblanganlarni taxdil qilish;
- tavsiyanomalarni ishlab chiqish.

Marketing tadqiqotlarining asosiy yo'nalishlari - bozorni o'rganish va marketing majmuasining asosiy elementlarini, tovarni, tovar narxini, tovar xarajatini va sotishni rahbatlantirish natijalarini taxdil qilish. Marketing tadqiqotlari natijasida olingan axborot tadbirkorlar uchun xo'jalik strategiyasini ishlab chiqishda va amalga oshirilishida muhim ahamiyatga ega. Uni marketingni boshqaruvchini vazifalari asosida ishlatilishi A. Xosking tomonidan bir necha omillarini hisobga olib keng tasvirlangan: ya'ni:

- xaridorlar talabini bir xilga keltirish;
- xaridor bozorini tavsiflash;
- xaridorning xulqi va xarajat imkoniyatlarini o'rganish;
- sotish va pullashni o'zgarishi;
- reklama xarajatlari va ularni o'zgarish yo'nalishlari;
- tovarni harakatlantirish tadbirlari;
- bozorni kengaytirish imkoniyatlari;
- xaridorni kengroq va aniqroq tavsiflash (ya'ni yoshi, oila tarkibi, daromadlar saviyasi ma'lumoti, jug'rofik taqsimlanishi, o'zoq muddat ishlatiladigan tovarga egaligi, ular qayerda va qanday sotib olinadi, axborot qanday vositalar bilan olingan va boshqalar);
- asosiy raqobatchilar tomonidan egallangan bozor qismi;
- taqsimlanish tarkibi;
- bozor holatiga ta'sir ko'rsatadigan asosiy ijtimoiy-iqtisodiy kuchlarni aniklandi;
- tovarlarni va ularni sezilishini o'rganish;
- mahsulot belgisi (markasi);
- tovarni joylashtirish;
- shakli, o'lchamlari, himoyalani xususiyati, yorliqlari va etiketkalarining turlari;
- xizmatlar, reklama, aloqa yo'llari, sotilishda izlanishlar;
- taqsimlash, narx va sotib olishga qiziqtirish;
- eksport bozorlari.

Tadbirkor tomonidan qabul qilinadigan marketing harorlarni ko'pchiligi kelajakda paydo bo'ladigan hodisalarni baholashga asoslangan.

Marketing asosida bozorni xar taraflama o'rganish yo'nalishlarining asosiylaridan quyidagilarni ko'rsatib o'tish zarur:

- a) talabni o'rganish;
- b)bozor tarkibini o'rganish;
- v)tovarni o'rganish;
- g)raqobat sharoitlarini tadkik etish;
- d)sotish shakli va uslublarini tadkik etish.

Bozor talabi o'zgaruvchan xususiyatga ega bo'lgaanligi uchun, unga demografik, umumiyqisodiy, ijtimoiy, madaaniy, psixologik va boshqa omillar ta'sirini xisobga olgan holda, bozorda axolining soni, jinsi, yoshi, daromadi, maxsulot sifati va narxigacha taxlil qiladi.

Xar qanday firma iqtisodiyotda samarali xarakat qilishi, o'zining oldiga qo'ygan maksadlariga erishishi uchun o'zi marketing strategiyasini tanlab olishi lozim.

Marketing strategiyasi deganda, korxonaning imkoniyatlarini bozor talabiga muvofiqlashtirib borish tushuniladi. Marketing strategiyasi bozorni tadkik qilish va istikbolni belgilash, talab va iste'molchilarni xamda raqobatchilarni o'rganish asosida ishlab chikiladi.

Bozorni o'rganish, bilish va ishlab chiqarishni boshqarish bugungi kunga kelib, xar bir tadbirkorning eng asosiy vazifaalaridan birinchi bo'lib qolmoqda.

Mamlakatimiz bozor iqtisodiyotiga o'tish munosabati bilan tadbirkorlikka keng yo'l ochib berilganligi, yurtimizda faoliyat ko'rsatayotgan qo'plab firma va korxonalar uchun ishlab chiqarishni boshqarish, maxsulotni sotish yo'llarini, maqsad va vazifalarini marketing asosida taxlil etishi uchun sharoitlar yaratildi.

2.TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA MARKETINGNI AXAMIYATI.

Kichik biznesdagi xo'jalik yo'rituvchi sub'ektlar har doim xaridorni mo'ljal qilib quyidagi savollarga javob topishlari kerak: qancha qay darajada sifatli? Nimadan? qachon mahsulot ishlab chiharilishi kerak? Bundan ma'lumki kichik tadbirkorlik tarkiblari soni, sifati, fazoviyligi va vaqt o'lchamlari bo'yicha cheklangan.

Ular bozorni egallash uchun amalga oshirayotgan xo'jalik operatsiyalarining xarajatlarini xaridorlar uchun olib boriladigan raqobat kurashida yutib chiqish uchun kamaytirib borishlari zarur. Natijada potentsial xaridor uning taklif etgan tovarini xarid qiladi. Bu muammoni echishda marketing muhim dastak hisoblanadi.

Biznes muammosini keng qulayligi va ko'p ro'yxatligi shu jumladan uning kichik shakllarini, bir qator maqsad muammolarini ishlab chiqarish jarayonida, sotishda, reklama ishlarida ko'yishi va echilishini ko'zda tutadi.

Klassik iqtisodiy nazariyotchilar jamiyat boyliklari (er, kapital va mexnat) ichidan eng muximi - tadbirkorlik faoliyatiga aloxida e'tibor berganlar. CHunki tadbirkorlik va marketing bir biri bilan chambarchas bog'lik xamda uyg'unlashgan tushunchalardir.

Tadbirkorlik (biznes)- iqtisodiy faoliyat bo'lib, ma'lum bir ishni yoki xunarni foyda olish maqsadida tashkil qila bilish va uddalay olish demakdir.

Ko'pchilik Evropa mamlakatlari va Yaponiyada kichik va o'rta korxonalarining davlat byudjetiga qo'shayotgan xissalari 70 foizgacha, iste'mol tovarlari va xizmatlar bozorini tulgazishda esa undan xam ko'prok. Buning asosiy sababi, kichik va o'rta korxonalarining o'ta tashabbuskorlik bilan, bozordagi xar qanday o'zgarishlarga tezda moslashish xususiyatlaridir.

Respublikamizda xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish bo'yicha birmuncha ishlar amalga oshirilmoqda.

"O'zbyokiston Respublikasida tadbirkorlik faoliyati to'g'risida" qonun, Prezidentimiz I.A.Karimovning bir necha farmonlari va Vazirlar Maxkamasining qarorlari qabul qilindi. SHu jumladan, 26 iyul' 1995 yilda, Vazirlar Maxkamasi "Xususiy tadbirkorlikni va kichik biznesni

qo'llab-quvvatlash fondi (Biznes fond) tashkil etish xamda uning faoliyati masalalari to'g'risida" qaror qabul qildi.

3. MARKETINGNING TADQIQOTLARINI TASHKIL ETISH.

Xozirgi zamon bozorida muvaffakiyatga erishish, ilmiy texnika natijasida firmaning ishlab chikarish, moliyaviy va texnologik salohiyati bilan emas, balki marketing tadkikotlari o'tkazishdagi faollik, tashabbuskorlik va tajribasi bilan aniqlanadi degan fikr- muloxazalar xukm surmoqda. Buni tasdiklovchi xaqiqat shuki, keyingi 10- 15 yilda marketing tadkikotlari amonaviy biznesning katta mustaqil soxasiga aylanib ketdi. Ma'lumotlarga ko'ra 50 foizdan ko'p amerikalik, 86 foiz evropalik va 60 foiz Yaponiya biznesmenlari, firma va kompaniyanlari marketing tadkikotlari o'z kuchlari bilan olib borildilar. Qolganlarga esa maxsus tadqiqot muassasalariga murojaat qilishadi. Xozir marketing tadkikotlari bilan juda ko'p ilmiy - tekshirish byurolari, firmalari, agentliklari, universitetlari, davlat muassasalari shug'ullanmoqda. Masalan, Garbiy Germaniyada 120 dan ko'prok 3 ming kishilik ilmiy xodimlari bo'lgan tashkilotlar marketing tadkikoti olib bormoqda. Frantsiyada bunday muassasalar 100, Angliyada 200, AKSH da 800 dan ko'prok ublib, bir yilda 1 milliard dollar atrofida mablag' aylantiradi.

Marketing tadkikotlariga shunday qiziqishning asl ma'nosi - bozorda raqobat shaklining o'zgarib borishi va axoli talabiga ilmiy- texnik yutuqlarning katta ta'sir o'tkazishidir. "Baxolar urushi" deb atalgan 30- 60-yillardagi raqobat uslublari O'RNini maxsulotning tayyorlanish sifati, assortimentining tez o'zgarishi, sotishdan keyingi servis va texnika xizmat ko'rsatishlar egallamoqda.

Bozorni segmentlarga ajratish - uning iste'molchilarini maxsus guruxlash demakdir. Marketing amaliyotida bozorni segmentlarga bo'lishda uch xil yondashish ishlab chikilgan. Birinchi- ommaviy bozor. Korxonaga unga kirishda, keng xaridorlar ommasiga qaratilgan bir marketing dasturlariga ega bo'ladi.

Ikkinchidan- segmentlashgan bozor. Korxonaga unda, asosiy e'tiborini aloxida belgilariga ega bo'lgan bir xil segmentlarga qaratadi. Ana shu segment uchun maxsus dastur ishlatiladi. Uchinchi- ko'pchilik ko'rsatkichlari bilan tabaqalashgan bozor. Bunda o'z xususiyatlari bilan farqlanadigan bir yoki ikki xil segmentga alixida ishlab chiqiladi. Bozor segmentlari doimiy emas. Xar doim korxonaga o'zining imkonyatlari va maqsadlariga mos xolda bozorni quyidagi segmentlarga bo'lish mumkin. Masalan, iste'mol tovarlari bozorida quyidagi segmentlar mavjud: -xaridorlar segmentlari (istemolchilar, ularning talablari, xatti- xarakatlari va boshqa belgilar); -tovarlar segmentlari (ommaviy va arzon, qiymat va maxsus kundalik, yangi va xokazo); -savdo segmentlari (tovar xarakati, sotish usullari va boshqalar); geografik segmentlar (iqtisodiy rivojlanish daradjasi buyicha tuman, shaxar, viloyatlar) axoli soniga va joylashishiga qarab bulinadi.

Amaliyotda albatta bozorni yuqoridagi va boshqa belgilariga qarab segmentlanadi. Ammo, xamma vaqtda, segmentlar orasida tafovut ajralib turishi, aksincha xaridorlarda esa o'xshashlik bo'lishi shart. Korxonaga o'zi tanlagan segmentlari xususiyatlarini va talablarini ulchay olishi va ularga chiqish yo'llarini egallashi lozim. Segmentlar kerakli keng xajmli va kelajagi porloq bo'lishi kerak.

Iste'molchilar sifatida, bozorda ishlab chiqaruvchilar, ulgurji va chakana savdo, davlat va boshqa notijorat muassasalari qatnashishlari mumkin. Iste'molchilarning asosiylari- tovarlar va xizmatlarning shaxsiy va oilaviy extiyojlarini qondirish uchun xarid qiluvchi kishilardir.

Marketingda tadkikotlar o'tkazish va segmentlashning asosiy maqsadi ana shu iste'molchilarni bozordagi xatti- xarakatlarini chuqur o'rganib, ularning obrazini (modelini) yaratish va kelajakdagi extiyoj (talab) larini tasavvur qilishdan iborat.

Marketing kontseptsiyasi (tamoyili) ga asosan, xar qanday korxonaga, bozorda muvaffakiyatga erishish uchun eng avvalo ista'molchilar tilak- istaklarini nazarda to'tish kerak. Bu esa iste'mol jarayonini, axoli extiyoji va talabini bilish va ularga mos tushadigan tovarlar va xizmatlar taklif etishini taqozo qiladi.

Marketing nazariyasi va amaliyoti iste'molchilar talablarini o'rganishda, ularning ijtimoiy- iqtisodiy va demografik tavsiflariga ko'ra (daromad, yashash joyi va sharoiti, oila tarkibi, jinsi, yoshi, mashg'uloti va boshqalar) darajalab turlarga bo'lish uslubini ishlab chiqqan. SHu bilan birga iste'molchilar xatti- xarakatini psixografika asosida taxlil qilinishi (qiziqishlari-xobbi, yangiliklarga progressiv va konservativ qarashlari, xayotiy mujizalar to'g'risidagi fikrlari va boshqalar) orqali, ularni emperik turlarga ajratish keng rivojlanmoqda. Natijada iste'molchilar, ijtimoiy- iqtisodiy va demografik o'xshashlariga qarab "Modani kuruvchilar", "programmachilar", "nafosatshunoslar", "texnikasevarlar" va boshqalarga bo'linadi.

Bozorlarni segmentlashda uslubiy va axborot to'plash xamda turlarga bo'lish asosi bo'lib PANELLÈ o'rganish xisoblanadi. Iste'molchilar panelli- oldindan tayyorlangan dastur asosida doimo ko'zatiladi boriladigan tanlama iste'molchilar guruxi (oilalar) yoki qishloq, maxalla, ovul, tuman va shaxar bo'lishi mumkin.

Iqtisodiyoti rivojlangan mamlkatlarda iste'molchilarning madaniy saviyasi yuqorilashib borgan sari, ularning o'z xuquqlarini bozorda ximoya qilishlari uchun kurash xam kuchayib bormoqda. "Kons'merizm"- deb ataluvchi ana shunday ittifoklar 60- yillarda vujudga keldi. Ular bozorda paydo bo'lib qolayotgan, tekshirilmagan dorilar, sabzavot, poliz ekinlari va xokazolarga qarshi kurashmoqdalar. Xozir iste'molchilar xuquqini ximoyalash kurashi keng rivojlangan. Ularning talablari bilan iste'molchilarga atalgan jurnallar, reklama, maslaxatlar, tovarlarni ekspertiza qilish va sifatsiz maxsulot ishlab chiqaruvchilarni javobgar qilishgacha bo'lgan tadbirlar amalga oshirilmoda.

Ana shu xarakat qatnashchilari talabi va ta'siri natijasida 1985 yilda Birlashgan Millatlar Tashkiloti Assambleyasi "Iste'molchilarni ximoya qilishga oid quyidagi raxbarlik talablarini" ishlab chiqdilar:

zararli tovarlar ishlab chiqaruvchi korxonalariga milliy va xalqaro miqiyosda qarshi kurashishda mamlakatlarga yordam berish;

iste'molchilarga bozorda past narxlar bilan ko'p miqdorda tovar taklif etish sharoitlari yaratilishini rag'batlantirish;

tovar va xizmatlar ishlab chiqaruvchilar orasida iste'molchilarga yuqori darajada estetik (nafosatli) munosabatda bo'luvchilarni aloxida siylash.

Bu talablar iste'molchilar salomatligini va xavfsizligini ximoya qilishga qaratilgan. Xozir istemolchilar Ittifokining xalqaro tashkiloti mavjud. Unga 70 davlat a'zo bo'lgan.

O'zbyokistonda xam iste'molchilar xuquqini ximoya qilish bo'yicha qonun loyixasi ishlab chiqildi va muxokamaga quyildi.

4. BOZOR IQTISODIYOTI SHAROITIDA KORXONALARDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH

Marketing tashkil etish deganda uning vazifalarini bajaruvchi tarkibiy bo'linmalarining to'zilishi va ularning o'zaro ma'suliyatlarini xamda bog'liqliklarini ifodalovchi tizimni yaratish tushuniladi. Bunday tizim oddiy firmadan tortib bozorda ishtirok etaetgan barcha sub'ektlar, davlat yoki nodavlat, tijorat yoki notijorat, tuman, shaxar, viloyat va respublika mikesida faoliyat ko'rsataetgan muassasa va tashkilotlarda to'zilgan marketing xizmatlarini o'z ichiga oladi.

Marketing xizmati vazifalari uning o'ziga xos tamoyillari asosida kelib chiqadi. Bundan quyidagilar kiradi: korxonalarida ishlab chiqarilgan maxsulotlar va bozor xaqidagi axborotlarni to'plash va taxlil qilish, korxonaning maxsulot ishlab chiqarish savdo va xo'jalik faoliyatini reklama qilish, moliyaviy va boshqa jixatlari bo'yicha manfaatlarga mos qaror qabul qilish uchun zarur xisob- kitob ko'rsatkichlarini tayorlash; talab shakllanishini faollashtirish va sotishni tezlashtirish

Marketing xizmati korxonalarida ixtsodiy axvol o'zgarib boraetgan bozordagi iste'molchilarning talabi bilan korxonalar ishlab chiqarishi savdo va xo'jalik faoliyati munosabatlarini muvofiqlashtirish uchun tashkil qilinadi.

Marketing xizmati bu bozor iqtisodiyatiga o'tish sharoitida korxonada boshqaruvi uchun etishmay turgan shunday bir faoliyati turiki, u ishlab chiqarish moliya, savdo, xo'jalik, texnologik kadrlar masalasi va boshqa soxalarda bozor zaxiralarini kondirish va foyda olishga asoslang va yo'nalishlar jaraenini yaratadi.

Bozor sharoitida xaridorga bo'lgan e'tibor katta axamiyatga ega bo'lib, marketingning ustunlaridan biri xisoblanadi. Marketing faoliyati murakkab jarayondir.

Korxonada (firma, birlashma, va x.k.lar) bozorda o'z o'rnini egallab, uni mustaxkamlashga, maxsulotining raqobatbardosh va xaridogir bo'lishini xamda olaetgan daromadining xajmi oshishini maksad qilib qo'ygan bo'lsa, marketing faoliyati doim to'g'ri va sifatli olib borilishi lozim.

Korxonada marketingning asosiy maqsadi Berilgan vaqt chegarasida va faoliyati mablag'lar bilan ta'minlanishi doirasida rentabellikni ta'minlash va belgilangan xo'jalik xisobidagi foydani olishdan iborat.

Marketingni tashkil etishda ikki jixat muxim: maqsadlar va marketing xizmati maqomi e'tiborga olinadi.

Maqsadni tanlash. Ko'pgina raxbarlar hozirgi paytda o'z korxonalarining asosiy maqsadi sifatida eng yuqori foyda olishni ko'rsatadilar. Lyokin bu tanlov unchalik maqbul emas. Aytalik, agar korxonada o'zok kelajakni ko'zlab ish yuritayotgan bo'lsa (marketing faoliyati aynan mablag'ni NIOKRga, asosiy sarmoyaga, ishlab chiqarish tayyorligiga va kadrlar malakasini oshirishga sarflashi kerak. Bu tadbirlarning xammasi ishlab chiqarish xarajatlarini ko'paytiradi va foydaning kamayishiga olib keladi. Katta foyda olish xaqida xam, yaqin kelajakda foydani ko'paytirish xaqida xam xamisha gapiravermaslik kerak. Masalan, agar korxonada yangi bozorga kirib bormoqchi bo'lsa, avval boshda xech qanday foyda olmasligi, aksincha, ko'pincha xatto zarariga ishlashi mumkin. bundan tashqari, ko'pgina mamlakatlarda qabul qilingan foydaga qarab soliqning ortib borishi korxonaga rejalab qo'yilganidan ortiqcha foyda olish maqbul emasligini isbotlaydi. Yaponiyadagi mashxur "Matsusita Denki" firmasining asoschisi Konosuke Matsusitaning fikricha, faqat unchalik yuqori emas, unchalik kam xam emas, balki oqilona miqdorda foyda olgandagina korxonada o'z faoliyatini kengaytirishi mumkin.

Marketing tashkil etishga kirishgan korxonaning maqsadlari qanday bo'lishi kerak? Marketingning tan olingan peshqadamlari bo'lmish yaponlar tajribasidan kelib chiqadigan bo'lsak, asosiy maqsadlar (afzalligi tartibiga qarab) quyidagilardan iborat:

-sotish xajmi

-o'sish saratlari (sotuv yoki foyda xajmi);

-bozordagi xissasi;

-rejadangan foyda, bu foydaning xajmi, foydaning sotuv xajmiga nisbati, barcha sarmoyaga foyda me'vori, foydaning xissadorlik sarmoyasiga nisbati va boshqalarda aks etishi mumkin;

-sarmoyaning tarkibi, ya'ni faollarning umumiy summasiga yordam shaklidagi sarmoyaning nisbati (bu Yaponiyada taxminan 20% ga teng).

Bu ro'yxatni boshqa turlicha maqsadlar bilan xam to'ldirish mumkin. Masalan, maxsulot sifatini oshirish, xarajatlarni kamaytirish va shu kabilar.

Maqsadlarni ishlab chiqishda ular korxonada xodimlarining niyyatlarini aks ettirishi zarurligiga aloxida e'tibor berish kerak. Aks xolda ishlovchilarning ishlab chiqarish jarayonidan "ichki o'zilish" ruy beradi. Xar bir yapon ishchisi o'zi ishlaytgan firmaning vazifalarini osongina aytib bera oladi, chunki bu vazifalarning bajarilishidan u nixoyatda manfaatdor.

SHuni anglash mumkinki. Korxonada marketingning chinakamiga joriy qilinishi uchun unda tegishli xizmatni to'zishning o'zi etarli emas.

Marketing bo'limi diqqat markaziga maxsulotning pirovard iste'molchilari bilan bog'lik barcha muammolar tushadi. Bu paytda boshqa bo'linmalar o'z e'tiborini turli jo'z'iy vazifalarga karatgan bo'ladi. shuning uchun xam marketing bo'limi bilan faoliyatni muvofiqlashtirib turishini tan olish mutlaqo tabiiydir. U ishlab chiqarish jarayonida etakchi bo'lishi uchun uning maqomini boshqa bo'linmalar ichida eng yuqori qilib belgilash lozim.

Korxonalar (firma, birlashma va xokazolar) bozorda o'z O'RNini egallab, uni mustaxkamlashga, maxsulotning raqobatbardosh va xaridorgir bo'lishini xamda olayotgan daromadining xajmi oshishini maqsad qilib qo'ygan bo'lsa, marketing faoliyati doim to'g'ri va sifatli olib borilishi lozii.

Takrorlash uchun savollar:

1. Marketing tushunchasini mazmuni nimadan iborat?
2. Marketing tushunchasini tadbirkorlik tushunchasi bilan bog'likligi va farki nimadan iborat?
3. Marketingni maqsadi nimadan iborat?
4. Marketingning asosiy tamoyillarini mazmunini aytib bering.
5. Korxonalarda marketing faoliyati qanday tashkil etiladi?
6. Marketing tadqiqotlari qanday tashkil etiladi?

Tayanch iboralar

Marketing, konversion marketing, remarketing, sinxron marketing, rahbatlantiruvchi marketing marketing kontseptsiyasi, marketingni anglash kontseptsiyasi, mahsulot belgisi (markasi). Bog'liq segmentatsiyasi, innovatsiya, talab, rejalashtirish, taklif, marketing strategiyasi, muxtojlik, marketing muxiti, extiyoj, narx, marketingni tashkil etish, marketing xizmati.