

С.С.ФУЛОМОВ

Табиркорлик ва кичик бизнес

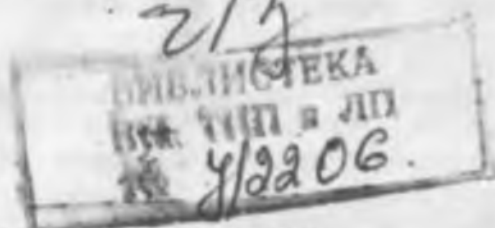


ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС
ТАЪЛИМ ВАЗИРАЛИГИ

С. С. ФУЛОМОВ

ТАДБИРКОРЛИК ВА КИЧИК БИЗНЕС

*Иқтисодиёт йўналишидаги Олий ўқув юрталараро
шмий-услубий Кенгаш томонидан ўқув қўланма
сифатида тавсия этилган*



«ШАРҚ» НАШРИЁТ-МАТБАА
АКЦИЯДОРЛИК КОМПАНИЯСИ
БОШ ТАХРИРИЯТИ
ТОШКЕНТ — 2002

Қўлашнинг тайёрашда Б. Д. СЕМЁНОВ,
Ҳ. Қ. МАМАРАСУЛОВ, Ш. Я. МАҚСУДОВА, М. Т. РАСУЛОВА,
С. ҒУЛОМОВ, Д. С. ХОЛИМЎЗОВА қатнашдилар.

Тахрирчилар: Россия ҚҚФА муҳбир ёъноси, ш. ф. д.,
профессор А. У. АБДУРАХИМОВ
БДПА профессори, ш. ф. д. Э. М. ГАЙНУТДИНОВ.

Ушбу ўқув қўлашмасида тадбиркорликни ривожлантиришнинг ташкилий, ҳуқуқий асослари янгиликларга кўриб чиқилган, тадбиркорлик фаолияти доирасини тадбиркорлик муҳитида юзага келган вазиятни ҳисобга олган ҳолда таллаш мумкинлиги батафсил яратиб берилган. Кичик бизнес соҳасида ҳўжалик субъектларининг ташкилий жиҳатдан тўғри расмийлаштириш, ноаниқлик, ҳавф-хатар ва таваллаҳчилик шароитида тадбиркорликнинг стратегияси ва тактикасининг таллаш йўллари кўрсатиб ўтилган. Бизнес режа ишлаб чиқиш тартиби, лойиҳавий таҳлил концепцияси ва услублари, шунингдек, инвестицион лойиҳаларини ўрганишда экспертиза қилиш йўл-йўриқлари батафсил баён этилган.

Тадбиркорликнинг молиявий томонларига, кичик бизнесда менежмент ва маркетинг масалаларига катта ўрин берилган. Келтирилган масалалар Ўзбекистон Республикасининг ҳудудий ўзига кўс хусусиятлари ҳамда ҳўжалик фаолиятининг айрим соҳалари, мулкчилик ва ҳўжалик юритиш шакллариини ҳисобга олган ҳолда кўриб чиқилган.

Ушбу ўқув қўлашма Олий ва ўрта махсус ўқув юрталари талабалари, вазирлик ва муассасалар мутахассислари, аспирантлар, кенг доирадаги тадбиркорлик мумкинликлари билан қизиқувчилар учун мўлажалланган.

Entrepreneurship and small business. S.S.Gulomov.

The present teaching quid sets the organizational and legal basis of development of entrepreneurship, thoroughly describes the choosing of sphere of activity with consideration of establishing situation at entrepreneur environment. The book shows the ways of correct organizational facilitation of small business entities, choosing business strategy and tactics in conditions of uncertainty and risk. The order of business plan development is given in much detail. A large portion is given to financial aspects of small-business entrepreneurship, management and marketing. The presented issues are being considered with a viewpoint of specific features of industries and certain spheres of economic activity, forms of ownership and business.

In this activities participated B. Semenov, Hk. Mamarasulov, M. Rasulova, Sh. Maksudova, D. Kholmurova, S. Gulomov.

References corresponding member of Academy of Agricultural Sciences of Russian,
doctor of economics, professor A.U.Abdurakhimov
doctor of economics, professor E.M.Gainutdinov.

© «Шарк» таъриф-матбиа ақшисорлик компанияси
Баш тахририни, 2002.

К И Р И Ш

Республикаимиз Президенти Ислам Абдузаниевич Каримов асарларида ва Республика Олий Мажлиси сессияларида қабул қилинган ҳужжатларда Ўзбекистонда кичик бизнес соҳасидаги тадбиркорлик ва ишбилармонликни молиявий жиҳатдан қўллаб-қувватлаш, уларга ҳар томонлама мадад бериш, уларнинг самарали ишлаши ва ривожланиши учун қўлай шарт-шароитлар яратиш ва улар ёрдамида мамлакат истеъмол бозорини юқори сифатли товарлар билан тўлдириш масалалари муҳим ўрин олган. Ўзбекистон Республикасида тадбиркорлик тўғрисидаги қонунга асосан тадбиркорликнинг фаолият соҳалари, ҳуқуқлари, мажбуриятлари, маъсулиятлари ва манфаатларини ҳимоя қилиш давлат томонидан кафолатланади.

1995 йил 21 декабрда Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси сессиясида қабул қилинган «Кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришни рағбатлантириш тўғрисида»ги қонунда тадбиркор ва ишбилармонлар учун янада кўпроқ имтиёзлар ва кафолатлар берилди. Бу ўз навбатида кичик ва ўрта бизнес билан шуғулланувчи тадбиркорлар ва ишбилармонларнинг ишчанлигини янада фаоллаштиришга, мамлакат ялпи миллий маҳсулоти ҳажмини оширишга, инфляция жараёнларини секинлаштиришга, иқтисодий барқарорлаштириш ва ривожлантиришга имконият яратади.

Бозор иқтисодиёти шароитида республикада кичик ва ўрта бизнес соҳаси билан шуғулланувчи ишбилармонларга талаб янада ошмоқда. Бу республикадаги Олий ва ўрта махсус ўқув юрталарининг олдига ҳам бир қатор вазифалар қўяди. Улардан бири кичик ва ўрта бизнес учун малакали мутахассислар тайёрлаш, қайта тайёрлаш, ходимлар малакасини ошириш, уларни замонавий ижтимоий-иқтисодий ва ҳуқуқий билимлар билан қуроллантиришдир. Бу йўналишда зарур бўлган моддий техника базаси республикада бозор муносабатларига ўтиш билан бир қаторда яратилиб, ривожлантириб борилаётган. Аммо, замонавий

иқтисодий фанлар, айниқса тадбиркорлик ва бизнес, маркетинг, менежмент каби фанлар бўйича ўзбек тилидаги адабиётларнинг камчилиги бу соҳадаги ишларни янада кучайтиришга монетизация қилишга. Шу билан, ушбу ўқув қўлланмаси ўз олдига тадбиркорлик ва бизнес бўйича имкон борича қўпроқ маълумотларни қамраб олишни мақсад қилиб қўйган.

Мазкур ўқув қўлланмаси тўрт бўлимдан иборат бўлиб, у ўз навбатида зарур кўргазмалар, чизмалар, график ва жадваллар билан тўлдирилган.

I бўлимда кичик бизнес ва тадбиркорликнинг таърифи, моҳияти, тараққий топишининг сабаб ва омиллари, кичик бизнес турлари, субъектлари, шакллари, тадбиркорликнинг тараққиёт йўли, тадбиркорларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари, мулкий жавобгарлиги, ташкилий-ҳуқуқий шакллари, бозор иқтисодидаги ўрни, шунингдек тижорат сири ва унинг моҳияти, таваккалчилик ва бошқалар турлисида маълумотлар берилган.

II бўлим — Менежмент ва кичик бизнеснинг ташкилий ҳуқуқий ва бошқарув муассасаларига оид мавзуларни ўз ичига олган.

Бунда баъзи бир мавзулар тадбиркорлик йўналишини танлаш ва уни амалга ошириш, бизнес режа ишлаб чиқиш, тижорат корхоналарининг ташкилий таркибини туғри белгилашга, ходимларни мақсадга мувофиқ танлаш, ўқитиш, малакасини ошириш, жой-жойига қўйиш ва тадбиркорлар ахлоқ-одоби масалаларига бағишланган. Мазкур бўлимда ахборотларни тўплаш ва уларни сақлаш, фаолият юритиш асослари ва иш юзасидан суҳбатлар олиб бориш, корхоналар, маҳсулот етказиб берувчилар, мижозлар ҳамда давлат идоралари орасидаги хизмат муносабатларига муҳим ўрин ажратилган.

III бўлимда кичик бизнесни молиялаш ва кредит билан таъминлаш хусусиятлари; капитални инвестиция қилиш ва инвестиция лойиҳаларининг босқичлари; кичик бизнес юритишда франчайзинг тизими, моҳияти, қондалари; кичик бизнес корхоналарининг банкрот (инквироз)га учраши ва унинг сабаблари; ҳужалик юритувчи субъектларни тутатиш ва қайта ташкил этиш шарт-шароитлари ва бошқа масалалар ёритилган.

IV бўлимда кичик бизнесда маркетинг, унинг мақсад ва вазифалари, маркетингни режалаштириш, бошқариш ва назорат қилиш, товар бозорларининг тарки-

би ва бошқарувининг ташкилий шакллари; бозор сегментацияси, харидорлар ва уларнинг ҳуқуқлари; нарх ва нарх-наво сиёсати; унинг табиати ва аҳамияти; талаб ва таклифни тартибга солишнинг бозор усуллари; воситачилик ва унинг турлари; сотувни рағбатлантириш ва бошқа масалалар кўриб чиқилган.

Мазкур фани талабаларга ўқитиш жараёнида Ватанимиз, ҳамдўстлик ва хорижий давлатларнинг тадбиркорлик фаолияти юзасидан ортирган илғор тажрибалари, қўшимча адабиётлар, рўзнома, ойнома мақолаларидан, ойнаи-жаҳон кўрсатуви ва радио эшиттиришларидан фойдаланиш тавсия этилади. Шунингдек, ўқув ва амалий машғулотларни олиб боришда бозор иқтисоди бўйича малакали мутахассислар, бизнесменлар, тадбиркор ва ишбилармонларни таклиф этиш тинловчиларининг янада чуқурроқ билим олишларига имкон яратади.

Кичик бизнес фаолиятида тадбиркорлик фани муайян иқтисодий фанлар билан: корхоналарда ишлаб чиқаришни режалаштириш ва уюштириш, менежмент, бошқарув фаолияти асослари, бухгалтерлик ҳисоби, молия ва кредит, статистика, режалаштиришнинг иқтисодий-математик усуллари каби қўллаб-қувватловчи фанлар билан ҳамма бўлиб боғлиқ. Ушбу фanning вазифаси иқтисодий билимларнинг амалдаги ютуқлардан тадбиркорлик фаолиятида мақсадга мувофиқ фойдаланиш, унинг натижасида кичик корхоналарнинг самарадорлигини ошириш, жаҳон бозорига рақобатга бардош берадиган юқори сифатли маҳсулот турларини ишлаб чиқаришни таъминлаш ва халқ фаровонлигини оширишдир.

Мазкур фanning урганиш объектини тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи шахслар, корхоналар, муассасалар ва ташкилотлар ташкил қилади.

Ушбу дарслик тадбиркорлик тараққиётининг ташкилий ҳуқуқий асосларини белгилаб беради, тадбиркорлик муҳитида юзага келадиган вазиятни ҳисобга олиб фаолият соҳасини танлаш ва уни ҳал қилиш муаммоси йўлиларини баён қилади. Кичик бизнесда ҳужалик юритувчи субъектларни ташкилий жиҳатдан туғри расмийлаштиришнинг йўллари, тадбиркорлик ва таваккалчиликнинг муҳим йўналишлари ва унинг асосий вазифалари, ҳамда уларни танлаш йўллари ёритилади. Бизнес режани мақсадга мувофиқ ишлаб чиқиш тартиби, лойиҳа таҳлилини аниқлаш усуллари ҳамда ин-

вестицион лойиҳаларни ўрганишдаги экспертиза йўл-йўриқлари аниқ ифода қилинади.

Китобда кичик бизнесда тадбиркорликнинг молиявий жиҳатлари, менежмент ва маркетинг, ходимларни мақсадга мувофиқ танлаш, ўқитиш, малакасини ошириш, уларни жой-жойига қўйиш масалаларига салмоқли ўрин ажратилган. Кўрсатилган масалалар республиканинг ҳамда тармоқлар ҳўжалик фаолиятининг баъзи бир соҳаларини, мулк шакли ва ҳўжалик юртишининг минтакавий хўсусиятларини ҳисобга олган ҳолда кўриб чиқилган.

Ушбу ўқув қўлланма ўзбек тилида илк бор чоп этилаётгани билан, камчиликлардан холи эмас. Китобхонларимизнинг барча фикр-мулоҳазаларини ҳамда таклифларини муаллифлар миннатдорчилик билан қабул қилиб, кейинги нашрларда уларни, албатта, инобатга оладилар.

Барча таклиф ва фикр-мулоҳазаларингиз битилган хатларингизни (ТошДАУ, 700183, Тошкент — 183, Университет кучаси 4-уй) кутамиз.

И Б У Л И М

Тадбиркорлик ва кичик бизнеснинг юзага келиши ва ривожланиши

1. ТАДБИРКОРЛИК ВА КИЧИК БИЗНЕСНИНГ МОҲИЯТИ

1.1. Тадбиркорлик ва кичик бизнес туғрисида тушунча

Бозор иқтисодиёти субъектларининг ҳўжалик фаолиятида «тадбиркорлик» ва «бизнес» тушунчалари ўзаро яқин бўлиб, амалиётда улар бир-бирини алмаштиришлари мумкин. Рус адабий тили лўғатида «бизнесмен» тўғри тадбиркор, ишчан деб билинса, «бизнес» эса — фаолият, фойда келтирувчи машғулот деб тушунилади. «Тадбиркор» ва «бизнесмен» каби тушунчалар билан ишлаб чиқариш, даллолчилик, савдо, молиявий ва инновация фаолиятлари билан шуғулланувчи ва маълум миқдорда даромад олиш ниятидаги инсон ифодаланади.

Ватанимиз ва хорижий давлат олимлари бозор иқтисоди жараёнини тадқиқ қилар экан, тадбиркорлик ва бизнесни иқтисодий фаолиятнинг бир тури деб қараб, бу тушунчалар хўсусий шахслар, корхона, ташкилотлар томонидан даромад олиш мақсадида ўзининг ва шартномадаги шерикларининг манфаатларини қўзлаб, ишлаб чиқариш, товар сотиб олиш ва сотиш ёки бошқа товарлар, хизматларга ёки пулга айирбўшлаш каби эркин ҳўжалик юртиш фаолиятини билдиради, деб ҳисоблайдилар.

«Тадбиркор» ва «бизнесмен» каби тушунчалар уларнинг иқтисодий фаолият соҳалари қўрилаётганда маънодош деб ҳисобланмайди. «Бизнес» тушунчаси «тадбиркор»дан анча кам маънога эга деб қаралади. Фарб давлатларининг бозор иқтисодиёти ҳақидаги адабиётларида, бизнес — жамиятнинг талаб ва хоҳишларини қондиришга қаратилган ишлаб чиқариш тизими, деб тушунтирилади.

Бизнес бозор иқтисодиётининг барча иштирокчлари орасидаги муносабатларни қамраб олади ва фақат ишбилармонларнинг эмас, балки истеъмолчиларнинг, ёлланган ишчиларнинг, давлат тизими хизматчиларининг ҳам ҳатти-ҳаракатларини ўз ичига олади. Бу қолатда, бизнес сўзининг синонимлари бўлиб, маълум маънода тижорат, савдо-сотиқ каби тушунчалар ҳисобланади. Умумий қўринишда бизнес — бу кишининг бозор муносабатлари тизимидаги ишчанлик фаолигидир.

Тадбиркорлик фаолияти бизнеснинг бир шакли сифатида намоён бўлади ва унинг турли соҳаларида амалга оширилади. «Тадбиркорлик тизимида»ги қонунга асосан тадбиркорлик — фуқароларнинг фойда ёки шахсий даромад олишга йўналтирилган мустақил, ташаббускор фаолияти бўлиб, у фуқаронинг ўз номидан, ўзининг тавқалчилиги билан ҳамда ўзининг ёки юридик шахснинг (корхонанинг) мулкий жавобгарлиги асосида амалга оширилади. Шундай қилиб, тадбиркор тула ёки қисман моддий маблағига ёки молиявий ресурсларга эга бўлган раъбатли инсон бўлиб, у ушбу ресурсларни ўз ишга (бизнесини) ташкил қилиш учун ишга солади. Унинг томонидан бунёд этилган фирма (ташкilot, ширкат, корхона) давлатимиздаги тараққий этая кичик бизнеснинг бир қисмига айланади.

Бозор муносабатлари тизимида кичик бизнес қуйидаги алоҳида хусусиятлари: ишлаб чиқариш ҳажми, ишловчиларнинг сони ва қайси саноат тармоғига тегишлилиги билан тавсифланадиган тадбиркорлик шакли сифатида намоён бўлади. Кичик бизнесга ўзининг мустақил мулк ва хўжалик мустақиллигига эга бўлган ва ўзининг фаолияти доҳасида юқори (доминант) ҳисобланмаган фирмалар киради.

Хорижий таҳқиқотчиларнинг кўпчилиги, кичик бизнеснинг ўзида 500 киши банд бўлган ва савдо-сотиқ ҳажми 20 млн. доллардан ошмаган фирмаларни кири-тадилар. Аммо, бу кўрсаткичлар, маълум даражада шартлидир. Махсус кўрсаткичлар сифатида, яна қўшимча қиймат солиғи ва корхонадаги асосий воситалар қиймати қўлланади.

Ўзининг «кичик бизнес» деган номига қарамадан ушбу ишлаб чиқариш ва тижорат фаолияти тури барча тараққий топаётган давлат иқтисодида муҳим аҳамиятга эга. Унинг қуйидаги афзалликлари:

- маҳаллий ресурсларда ишлаб турган ёки маҳаллий

бозорни таъминлаб турувчи кичик корхоналар ҳеч бўлмаганда транспорт харажатларининг иқтисод қилиниши эъзига кам харажатлидирлар. Уларнинг иқтисодий устуналиги маҳаллий шароитларини яхши биланлари сабабли, ишлаб чиқаришни унча кўп бўлмаган капитал ва меҳнат харажатлари билан амалга оширишдадир:

- кичик корхоналардаги меҳнат, одатда, моддий таъсифга эга, ва у. амалиётда кондeлeрия меҳнатига нисбатан фойдалидир;
- ишловчиларнинг камсонлиги, уларнинг ҳар бири қобилиятининг енгилроқ юзага чиқишига ёрдам бeради;
- мeслашувчанлик, яъни ишлаб чиқилаётган маҳсулот ассортименти ва турини ўзгaртириши кичик корхоналарда унчалик катта қийинчиликлар туддирмайди. Шунинг учун бозор иқтисодида асосланган давлатларда кичик бизнес ўз мавқeини тинимсиз кучайтириб ва мустаҳкамлаб бoрмoқдa.

1.2. Кичик бизнесда тадбиркорлик тараққийётининг сабаб ва омиллари

Кичик ишлаб чиқаришда хусусий бизнес бошчилик қилиши зарур. Шу билан бирга хусусий ишни ташкил қилиш ва уни гуллатиб, тараққийёт топтириш анчагина мураккаб жараён. Шунга қарамадан, фақат кейинги йиллар мобайнида, дунё бўйича миллионлаб янги корхоналар бунёд этилди. Улар ҳар қандай шароитда: иқтисодий тушқунликда ҳам, инфляция даврида ҳам, кредитлар фoизи ўта юқори бўлганда ҳам, зарур инфраструктура бўлмаган, кeлажаги нomaълум бўлган ҳoлларида ҳам, хавф-хатар қанчалик юқори бўлишига қарамай бунёд этилаверади. Ҳар қандай янги ширкатнинг очилишига инсоннинг ўз ҳаёт тарзини кeс-кин ўзгaртириши ва ишбилармон бўлишга иштиёқи сабаб бўлади. Бу каби қадор аниқ вазиятдан кeлиб чиқиб қабул қилинади.

Тадбиркорлик тараққийётини таъминловчи асосий омиллар қуйидагилардан иборат:

1. Халқ хўжалиги тармоқларининг бозор муносабатларига ўтиши ва истеъмол бозорининг яратилиши. Бу манфаат ва талаб доирасини кенгайтиради ҳамда фақат оммавий талабдаги товар ва хизматларга бўлган эҳтиёжни яратиб қoлмай, балки индивидуал талаб

булган нарсаларга эҳтиёжни ҳам туғдиради. Бундай талаб ва эҳтиёжларни тез ва сифатли қилиб фақат кичик корхоналаргина қондира олади;

2. Тадбиркорларнинг мулки, ҳуқуқи ва иқтисодий манфаатларининг ҳимояланишига ҳуқуқий ва давлат таркибидаги идоралар қафолатининг мавжудлиги;

3. Ишбилармонликнинг давлат томонидан солиқ, молиявий кредит ва амортизация сиёсати орқали муносиб қўллаб-қувватланиши;

4. Давлат ва муниципал (маҳаллий ўз-ўзини бошқариш) корхоналарини давлат тасарруфидан чиқариш, хусусийлаштириш ва кичик фирмаларни бунёд этиш;

5. Камдаромад, паст рентабелли ва зарар кўриб ишловчи корхоналарнинг банкротлик (инқироз)га ўт-рашининг аниқлиги ва улар асосида хусусий кичик корхоналар ташкил қилиш;

6. Давлатнинг ижтимоий-сиёсий жиҳатдан барқарор ҳолати (бу хорижий капитални жалб қилишда қўмаклашади);

7. Жамиятнинг тадбиркорлик тўғрисидаги ижобий мурувватли фикри;

8. Ишбилармонликнинг ташкилий-ҳуқуқий шакли-ни тўғри танлаш;

9. Бозор иқтисодиёти инфраструктурасининг (тур-ля инновацион марказлар, банклар, биржалар, суғурта компаниялари, реклама агентликлари ва бошқалар) тез-корлик билан тараққий топиши

Ишбилармонларни қўзғатувчи куч даромад олиш иштиёқи бўлиб бу даромад уларга ишбилармонлик фирмаларини тараққий топтириш ва ўз ишини кен-гайтириш, ҳамда унда ишловчиларни моддий рағбат-лантириш учун керак бўлади. Аммо хорижий тажри-баларга кўра бу асосий сабаб ҳисобланмайди. Балки тадбиркорнинг даромад олмасдан, бошлаган ишнинг да-вом эттира олмаслиги ва корхонанинг ўзидан-ўзи та-раққий топмаслиги аввалдан кўзда тутилмаган шарт.

Ўз ишини ташкил қилишда устувор сабаб бўлиб, инсон ўзининг жамиятдаги иқтисодий, моддий ва иж-тимоий ҳолати (мавқеи)ни яхшилаш, ўзининг ва оила-сининг ҳаёти фаровонлигини ошириш учун интилиши ҳисобланади. Тадбиркорлик фаолиятига туртки бўла-диган бошқа сабаблар қаторига шахснинг ўзини кўрса-тишга, халқнинг молиявий ресурсларидан бир қисми-ни, қўшимча меҳнат ва бошқа ресурсларни ҳўжалик

жараёнига жалб қилишга имкон борлиги, фуқаролар-нинг қонуний равишда ўз даромадларини оширишга, қўшимча даромад келтирувчи фаолият тури билан ас-стойдил шуғулланишга имкон борлиги каби омиларни қўшиш мумкин.

1.3. Кичик бизнесдаги тадбиркорлик турлари, субъектлари ва шакллари

Кичик бизнесда қуйидаги тадбиркорлик шакллари мавжуд:

- фаолият йўналиши бўйича: ишлаб чиқариш, тижо-рат, молиявий ва инновацион тадбиркорлик фаоли-яти;
- тадбиркорликнинг қандай вазифани бажаришга йўнал-тирилганига қараб: ишлаб чиқаришнинг бошқариш, молиялаштириш, воситачилик ва маслаҳатчиликка қаратилган тадбиркорлик;
- фаолият турларининг сони бўйича: битта соҳадаги ва кўп тармоқли тадбиркорлик;
- фаолият мураккаблиги бўйича: махсус билим талаб қилмайдиган, махсус билим талаб қиладиган, юқори технологияга ва нодир билимга асосланган тадбир-корлик;
- фаолиятнинг тармоқ йўналишлари бўйича: саноат, агросаноат, қишлоқ ҳўжалиги, қурилиш ва бошқа халқ ҳўжалиги тармоқларидаги тадбиркорлик.

Тадбиркорликнинг субъектлари жисмоний ва юри-дик шахслар бўлиши мумкин.

Юридик шахслар деб ўзига тегишли алоҳида мулк-ка эга бўлган, ўз номидан мулккий ва номулкий ҳуқуқларни ва мажбуриятларни ололадиган, судда, ар-битражда ва ҳакамлик судида даъвогар ва жавобгар бўла оладиган ташкилотларга айтилади.

Юридик шахснинг қуйидаги белгилари бўлади: ўз низомининг борлиги, юридик шахс бўлиб давлат рўйха-тидан ўтганлиги тўғрисидаги тегишли ҳокимлик қаро-рининг мавжудлиги; ўзига тегишли мол-мулкнинг бор-лиги; банкда алоҳида ҳисоб рақамининг бўлиши; ўз белгиси туширилган думалоқ муҳри ва бурчак штамп-пининг, зарур ҳолларда, тегишли иш қўғозлари ва фир-ма белгиларининг борлиги.

Тадбиркорлик фаолиятининг қуйидаги шакллари мавжуд:

— хусусий тадбиркорлик жисмоний ёки юридик шахслар (корхона) томонидан амалда ўзлаштирилган шахсий (хусусий) мулк асосида ташкил қилинади;
 — жамоа тадбиркорлиги — фуқаролар гуртхилининг жамаиёми мулк асосида ташкил қилинади;
 — аралаш тадбиркорлик — битта (ёки бир неча) юридик шахс (корхона) ва бир неча жисмоний шахслар мулкни бириктириш асосида ташкил қилинади;
 — қўшма тадбиркорлик — икки ёки ундан ортиқ юридик шахслар (шу жумладан чет эл корхоналари) мулкни бириктириш йўли билан ташкил қилинади;
 — шартномавий тадбиркорлик — мулк эгаси бўлмаган корхона раҳбари (ёки бошқа масъул лавозимдаги ходим — менежер) томонидан шартнома асосида амалда оширилади. Бунда мулк эгаси ёки унинг ишончли вакили (идораси) томонидан ишлаб чиқаришни уюштириш ва бажариш бўйича белгиланган ҳуқуқ мажбуриятлар ва жавобгарлик ишга олинган томонга яъни корхона раҳбари ёки бошқа масъул лавозимдаги ходимга юкланади;

— корхона раҳбари (ёки менежер) худди ишбилармон фуқарога мос тартибда рўйхатга олинади ва у каби масъулиятга эга бўлади.

Кичик бизнесда ишбилармонлик қўйидагича амалга оширилиши мумкин:

- юридик шахсни ташкил қилмасдан;
- юридик шахсни ташкил қилиб;
- ёлланган меҳнатдан фойдаланмасдан;
- ёлланган меҳнатдан фойдаланиб.

Ўзларининг мулк шакллари асосида кичик бизнесда қўйидаги корхоналар иштирок этиши мумкин, буларга: хусусий, жамоа, қўшма, аралаш ва бошқа корхоналар киради.

1.4. Кичик бизнес ва тадбиркорликни тараққий топишида Ватанимиз ва хорижий давлатларнинг тажрибалари

Тадбиркорлик ҳамдўстлик мамлакатлари ҳудудининг XIX асрда бошланган тараққий тарихига эга. Бу даврда дастлабки тадбиркорлик шаклидаги савдо уйлари ва саноат объектилари пайдо бўлди. Агар инқилобдан аввалги давр ҳўжалик амалиётига назар сол-

сак, унда XX аср бошларида кенг қўламда ривож топган тадбиркорликнинг бир шакли бўлган ширкатлар ҳаракати алоҳида кизиқиш уйғотади. У асрининг бошида турли фаолият соҳаларини қамраб олиб, инқилоб кенг қўламда тараққий топди.

Масалан, 1925 йилда собиқ СССР саноатида 1888410 та турли майда, шахсий қўшармачилик корхоналари фаолият кўрсатган. Бу корхоналар ҳисобига 19 фойизи саноат ишлаб чиқаришига тўғри келган бўлиб, ундан 32 фойизи — саноат истеъмол молларидир. Умумий товар айланмасининг 25 фойизи ва чакана савдосининг 50 фойиздан ортиги хусусий савдога тўғри келган. Унда хусусий секторнинг 60 фойизга яқин молликнинг ресурслари жамланган эди.

Иқтисодиётнинг бу қадар кўп укладчилиги рақобатни тараққий топишига олиб келди ва истеъмол нархларига ижобий таъсир кўрсатди. Янги иқтисодий савоат етишмовчиликлари бартараф этди ва иқтисодни соқломлаштиришга катта таъсир қилди.

Ундан кейинги йилларда тадбиркорлик тараққий топиб кетди. Ҳамдўстлик мамлакатларида у 80-йиллар охирида қайта жонлана бошлади. 1986 йилда собиқ иттифок, Олий кенгашининг ишлов бериш бўйича аниқ ва саноат чиқиндиларига ишлов бериш бўйича ширкатлар ташкил қилиш тўғрисида қарор чиқди. Сунгра СССР Олий Кенгани қарори билан 1987 йилда «Индивидуал меҳнат фаолияти тўғрисида», 1988 йилда «Ширкатлар тўғрисида», 1990 йилда «Корхоналар тўғрисида» ва «Тадбиркорлик фаолияти тўғрисида» қонунлар қабул қилинди. Собиқ иттифок тугатилгандан сўнг, мустақилликни қўлга киритган кўпгина мамлакатлар бу соҳадаги ўз қонунларини қабул қилдилар. Жумладан, Ўзбекистон ва Беларусь республикаларида тадбиркорлик фаолиятини ҳимоя қилувчи қонунлар сафига «Корхоналар тўғрисида», «Тадбиркорлик фаолияти ҳақида», «Қимматбаҳо қорозлар ва фонд биржалари ҳақида», «Мулкни давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш» ҳақидаги қонунларни қўйиш мумкин.

Бозор иқтисодига асосланган ривожланган мамлакатларда 60-йиллар охири 70-йиллар боши кичик бизнеснинг гуллаган даврига тўғри келди ва у ҳозирда ҳам ўз ўрнини мустаҳкамлаб келмоқда. Фирмаларнинг умумий сонига маида ва ўрта корхоналар салмоғи ГФР

да 95 %. Японияда 99,7 % га туғри келади, ушбу соҳада ёлланган ишчиларнинг 45—47 фоизи банд, чуқури тараққий тошган давлатларда тадбиркорлик ҳўжалик юри-тишининг алоҳида, илғор ва антибюрократик усули ҳисобланади. Унинг асосида доимий равишда янги им-кониятларни излаш, қўйилган масалани ечиш учун ҳар хил ресурслар манбаларини излаб топиш, жалб қилиш ва ишлатиш ётади. Ғарб давлатларида ишбилармонлик ҳаракатчанлик (динамизм) «ташаббускорлик», «жасур-лик» каби тушунчалар билан уйғунлаштирилади. У жа-миятда шундай имкониятларни келтириб чиқарадики, улар куллаб ажойиб, фойдали фикрларни ҳақиқатга айлантиради.

2. ТАДБИРКОРЛИК ВА КИЧИК БИЗНЕСНИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ТАШКИЛИЙ АСОСЛАРИ

2.1. Тадбиркорлиқнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари

«Тадбиркорлик туғрисида»ги қонунда кичик биз-нес ва тадбиркорлик тузилмалари учун, уларнинг таш-килий-ҳуқуқий шаклларида қатъий назар, умумий бўлган ҳуқуқ ва мажбуриятларни ажратиб кўрсатиш мумкин. Бу қонунга асосан ҳар қандай ишбилармон-лик субъекти қуйидаги ҳуқуқларга эга:

- мамлакат қонунлари, Олий кенгаш қарорлари ва дав-лат бошқаруш органлари ҳужжатлари билан маън этилмаган ҳар қандай ҳўжалик фаолияти билан шу-ғулланиш;
- қонунга қарини бўлмаган ҳар қандай корхона ёки ташкилот бунёд этиш;
- тадбиркорлик фаолиятини олиб бориш учун шарт-нома асосида бегона фуқароларни, корхона, ташки-лотларнинг, шу жумладан, хорижий юридик ва жис-моний шахсларнинг мулкни, пул воситаларини ва бىёзи бир мулкка бўлган ҳуқуқларини жалб этиш;
- қонуний йўл билан қўлга киритилган мулк билан бегона ҳўжалик субъектларининг фаолиятида ишти-рок этиш;
- республикадаги жорий қонунлар ва тузилган шарт-номалар асосида ўзининг ҳўжалик дастурини муста-қил шакллантириш, ўз маҳсулоти учун истеъмолчи ва таъминотчини мустақил танлаш, кўрсатадиган хиз-

матиға таъриф ва маҳсулотига нархларни мустақил белгилаш;

- ишловчиларни амалдаги қонун ва меҳнат шартнома-си асосида ишга қабул қилиш ва ишдан бўшатил;
- ёлланган шахслар учун меҳнатига ҳақ тулаш ва бошқа даромад турлари шакллари, таркибини ва миқдо-рини белгилаш;
- ўзининг пул воситаларини сақлаш ва барча турдаги ҳисоб китоб, кредит операцияларини бажариш учун банкларда ҳисоб рақамларини очил;
- ишбилармонлик фаолиятидан келган даромаднинг со-лиқлар ва бошқа мажбурий тўловлар тўланганидан қолган қисмини ўз хоҳиши бўйича ишлатиш;
- чекланмаган миқдорда ҳар қандай шахсий даромад олиш;
- давлат таъминоти ва ижтимоий суғурта тизимидан фойдаланиш;
- судда, арбитражда ва ҳакамлик судида даъвогар ва жавобгар бўлиш;
- хорижий валюта сотиб олиш ва жорий қонунлар асосида ташқи иқтисодий фаолиятни мустақил амалга ошириш.

Ишбилармонларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари, уларнинг жамият ва республика олдидати ҳамда ёллан-ган ишловчилар ва ҳўжалиқдаги шериклари олдидати ҳуқуқ ва мажбуриятларига ўзвий боғлиқдир.

Тадбиркорларнинг мажбуриятлари қуйидагилар:

- амалдаги қонун ва тузилган шартномадан келиб чи-қадиган барча мажбуриятларни бажариш;
- ишга ёлланиб олинаётган фуқаролар билан шарт-номалар тузиш (агар зарурат тузилса) қонун асоси-да жамоа шартномасини тузиш. Ёлланган ишловчи-ларнинг ўз манфаатларини ҳимоя қилиш учун каса-ба уюшмаларига бирлашишлари тўсқинлик қилиши мумкин эмас;
- меҳнат шартномаларида ишловчиларга белгиланган малака даражасини, республика ҳукумати томони-дан белгиланган минимал иш ҳақидан кам бўлмаган иш ҳақи миқдорини ва бошқа ижтимоий-иқтисодий кафолатларни инобатга олиш;
- давлат ижтимоий-суғурта фондига ёлланиб ишлаёт-ган шахслар учун суғурта ажратмаларини республи-ка қонунларида кўрсатилган усул ва белгиланган миқ-дорларда тўлаб бориш;

- амалдаги фойда ва йўриқномалар асосида атроф муҳит (экология) ҳавфсизлигини, ишлаб чиқариш санитария ва гигиенаси ва маданиятини юксалтириш бўйича чора-тадбирларни амалга ошириш;
- ўзининг молиявий аҳволидан қатъий назар, шартнома асосида ишга жалб этилган барча ишчи-хизматчилар билан ҳисоб-хитоб қилиш;
- истеъмолчиларнинг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларига амал қилиш;
- мамлакат қонунарига биноан лицензиялашни (руҳсат олиниши) кўрсатилган фаолият турларига белгиланган тартибда махсус руҳсатнома (лицензия) олиш.

2.2. Тадбиркорлик кафолатлари ва унинг қўллаб-қувватлашни давлат идораларининг тадбиркорлар ҳуқуқини бузганликлари учун жавобгарлиги

Қонун ҳужжатларида баён этилишича давлат томонидан тадбиркорларга қўйиладиган кафолатланади:

- фуқароларнинг ва юридик шахсларнинг тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланиш, корхона бунёд этиш ва бунинг учун зарурий мулк сотиб олиш ҳуқуқлари;
- амалдаги қонунчилик ва шартномалар асосида барча тадбиркорларнинг ҳуқуқ ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш;
- тадбиркорлик фаолиятининг илмий-техникавий ва ҳуқуқий жиҳатдан қўллаб-қувватлашни;
- тадбиркорлик хавф-хатари ва таваккалчилигини сурғурта қилиш;
- тадбиркорлар билан шартнома тузилгандан сўнг улар фаолиятига шартномада кўрсатилган ҳолатлардан ташқари, мулк эгасининг ва ҳар қандай учинчи шахснинг аралашishi маъни этилади.

Тадбиркорлик фаолияти самарадорлигини ошириш ва ун кенг тарғиб қилиш ва ейниш ияятида давлат ахборот маслаҳати, илмий-тадқиқот марказлари, инновацион фондлар ва бошқа ташкилотлар тузиб, иқтисодиятнинг ушбу соҳасини ривожланишига ёрдам беради.

Кичик бизнес билан шуғулланаётган тадбиркорлар

ва кичик корхоналар йирик товар ишлаб чиқарувчи-лар билан давлатнинг махсус маддадасиз рақобатчи бўлолмайдилар.

Тадбиркорлик фаолиятини қўллаб-қувватлаш қўлидаги асосий масалаларни ечиш йўли билан амалга оширишни керак:

- кичик бизнес субъектларини бозорга тўққиналиксиз киришига шароит яратиш;
- иқтисодда хусусий секторнинг ўсишига шароит яратиш;
- тадбиркорликни давлатнинг муҳим иқтисодий, сиёсий ва иқтисодий муаммоларини ечишга жалб қилиш.

Мамлакатда кичик ва ўрта бизнесни тараққий топтириш учун қонуний асос бўлиб «Тадбиркорлик», «Банк ва банк фаолияти», «Яккахокимликка барҳам бериш ва рақобатни ривожлантириш», «Ҳиссадорлик жамиятлари», «Қимматбандо қорозлар ва фонд биржаси», «Товар биржалари», «Чет эл инвестициялари», «Гаров» тўғрисидаги қонунлар ҳамда Ер, Хўжалик (процессуал), Божхона, Маъмурий ва Солиқ кодекслари хизмат қилди.

Ҳамдўстлик мамлакатлари ҳуқуқлари томонидан тадбиркорлик фаолиятини қўллаб-қувватлаш тўғрисидаги Давлат дастурлари маъқуланган. Бу соҳада давлат бошқарув идораларининг ва ишбилармонларнинг ўзаро муносабатларини мувофиқлантириш учун зарур чора-тадбирларни, молиявий-кредит, инвестицион, ахборот, кадрлар ва бошқа масалаларда ҳамкорлик қилиш кўзда тутилган. Бунда энг муҳим масала товар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳасида кичик ва ўрта тадбиркорликни тараққий топтириш экани белгиланган.

Давлат бошқарув муассасаларида тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш мақсадида махсус таркибий бўлинмалар бунёд этилган.

Ҳар хил мулк шаклига эга бўлган корхона ва ташкилотлар томонидан тадбиркорлар жамоа ташкилотлари тизими шакллантирилади. Улар ичида энг йириги ва юқори обрўга эга бўлганлари: илмий-санъат асосидаги, тадбиркорлар ва ижарачилар иттифоқлари, товар ишлаб чиқарувчи ва тадбиркорлар палатаси ва бошқалардир. Мустақил давлатларда шибдий фармонлар асосида сўнгги йилларда МБХ давлатларида

хусусий фирмалар таъсисчилигида турли инвестицион фондлар ташкил этилади.

МДХ давлатларида тадбиркорликни тараққий топтиришда муҳим қадам бўлиб тадбиркорликни молиявий жиҳатдан қўллаб-қувватлаш фондларининг яратилиши бўлди. Улар қуйидагиларни амалга оширади:

— тадбиркорлик фаолияти билан боғлиқ дастурларни ишлаб чиқариш ва уни амалга оширишни маблар билан таъминлаш;

— тадбиркорликни ҳудудий тараққий топтириш дастурини молиявий қўллаб-қувватлаш, хусусий тадбиркорликни бевосита инвестиция қилиш ва тадбиркорларни молиявий жиҳатдан қўллаб-қувватлашнинг бошқа турларини амалга ошириш;

— хорижий мамлакатлардаги шу каби фондлар ва бошқа ташкилотлар билан ўзаро манфаатли алоқалар ўрнатиш ва тараққий топтириш. Ўзбекистонда бундай фаолиятни Бизнес фонд бажармоқда.

Республика бизнес фондн иш қўламини кенгайтириш мақсадида барча вилоятлар, туман ва шаҳарларда унинг ҳудудий бўлимлари бунёд этилди. Улар тадбиркорликни фақат йирик шаҳарларда эмас балки бутун Республика бўйича ривожлантириш имконини беради.

Кичик бизнесни қўллаб-қувватлаш шаклларида бири тадбиркорларни қўллаб-қувватлаш марказларини ташкил этишдир. Бундан мақсад тадбиркорларга ўз маблағидан имтиёзли кредитлар бериш, банклар орқали кредит билан таъминлашда кафолат бўлиш, ходимларни тайёрлаш, маслаҳат хизматини кўрсатиш ва уларга моддий техника воситалари ва бинолар олишда кўмаклашишдир.

Давлат муассасалари ёки бошқа ташкилотлар, шунингдек улардаги амалдор шахсларнинг қонунларда кўзда тутилган ва бу идоралар ваколат доирасидан ташқари ҳолатларда тадбиркорлар фаолиятига аралашшига рухсат этилмайди. Давлат идоралари томонидан қонунни бузиш эвазига тадбиркорларга етказилган зарар айбдор идоралар ёки амалдор шахслар ҳисобига қопланади. Қўрилган зарарни қоплаш билан боғлиқ бўлган можаролар суд муассасаси ёки ҳужалик суди орқали уларнинг ваколат доирасида ҳал этилади.

2.3. Мулквий жавобгарлик ва тадбиркорлик фаолиятининг тўхтатилиши

Тадбиркорликнинг жавобгарлик чегараси амалдаги қонунчилик, таъсис ҳужжатлари ёки мулк эгаси билан тузилган шартнома билан белгиланади.

Ўз фаолиятини шартнома асосида олиб борувчи тадбиркорнинг мулквий жавобгарлиги шартнома билан белгиланиши зарур. У гаровдаги пул маблағини муомалага киритиш ёки бу мақсадда ўз шахсий мулкнинг ўрнатиш билан амалга оширилади.

Тадбиркор ўз фаолиятини юридик шахс ташкил қилмасдан амалга ошираётган бўлса, у ҳолда у ўзига шахсан тегишли бўлган мулк билан жавоб беради. Кредиторлар (ҳақдорлар) шикоят билан тўланадиган мулклар рўйхати фуқаролик процессуал кодекси билан белгиланади.

Мулквий жавобгарлик қуйидаги ҳолатларда ҳелиб чиқади:

- амалдаги қонунчилик бузилганда;
 - тузилган шартномалари бажарилмаганда;
 - хусусий мулк эгаси ёки бошқа субъектларнинг ҳуқуқи поймол бўлганда;
 - атроф муҳит ифлосланганда;
 - истеъмолчига маҳсулот сифати масаласида ёки уни ишлайтиш усули тўғрисида била туриб нотўғри ёки тўла бўлмаган ахборот берилганда;
 - рақобатчилар тўғрисида ёлгон маълумот етказилган ёки тарқатилганда;
 - ўз маҳсулотини бетона ишлаб чиқарувчилар товарининг ташқи қиёфаси ва безаклари билан ишлаб чиқарганда;
 - тижорат сирини рақобатчига ноқонуний ошкор қилганда ёки уни ёйганда;
 - ҳўжалик айланмасида шеригининг номида бўлган товар ёки фирма белгиси ёки ишлаб чиқариш маркасини унинг розилигисиз ишлатганда;
 - товарларни уларни бозорга кам миқдорда чиқариб улар бўйича суғъий камчилик бунёд этиб, сўнгра оширилган нархларда сотиб қўшимча даромад олганда;
 - аввалдан бажарилмаслигини билиб шартномалар тузган ва бошқа ноҳўй ҳаракатлар қилганда.
- Юқорида қайд этилган ҳолатлар юз берганда дав-

вогарнинг талаби билан, суд, тадбиркорни қилган жинояти учун жавоб беришга, ножуй ҳаракатларни тўхтатиш ва ҳақиқатни тиклаш, келтирилган зарарни тўлашга мажбур қилади.

Тадбиркорлик фаолиятини тўхтатиш мулк эгасининг ёки суд қарори билан ҳал қилинади.

Ишбилармонлик фаолияти суд орқали қуйидаги ҳолатларда тўхтатилади:

- бир неча маротаба огоҳлантирилишига ва бошқа турдаги жазо чоралари қўлланишига қарамай қонун кўпол равишда бузилса;
- тадбиркор банкрот деб топилса;
- тадбиркор қонунда маън қилинган фаолият билан шуғулланса;
- махсус рухсатнома (лицензия) талаб қиладиган тадбиркорлик фаолияти бундай рухсатномасиз амалга оширилса;
- атроф муҳитни муҳофаза қилиш меъёрлари бузилганда ва қонун ҳужжатларида кўзда тутилган бошқа ҳолларда;
- тадбиркорлик фаолияти шартнома асосида амалга оширилмаётган бўлса, у ҳолда шартнома муҳлати тугаганда ёки шартномада уни бекор қилиш кўзда тутилган ҳолатлар юз берган ва шартнома муддатидан олдин бекор қилинганда ёки томонлар розилиги билан унинг амал қилиш муддати тўхтатилганда.

Уз фаолиятини шахсий мулк асосида олиб бораётган тадбиркор оламдан ўтса (қазо қилса) унда унинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари унинг меросхўрларига ўтади. Юридик шахс ташкил этилиши билан олиб борилаётган тадбиркорлик фаолияти амалдаги қонун ҳужжатлари, шу жумладан корхоналар тўғрисидаги қонун асосида тўхтатилади.

2.4. Ҳўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини давлат томонидан йўлга солиш ва назорат қилиш чора тадбирлари

Кичик бизнеснинг аҳволи ва тараққиётини давлат томонидан назорат қилишда қуйидаги усуллар қўлланилади: **фискал, монетар** ва бевосита аралашув.

Фискал сиёсатда — тадбиркорлик субъектлари фаолияти солиқ ва давлат тўловлари орқали бошқарилади. Ҳамдўстлик давлатларида солиқлар тизими бой-

ликни мусодара қилиш хусусиятига эга бўлиб, бу тадбиркорлик фаолияти тараққиётига қарши самара беради. Бюджетта ҳамда бюджетдан ташқари фондларга тўланадиган солиқ ва тўловлар баъзида ҳўжалик субъектлар даромадини 75—80%ни ташкил этмоқда. Бу эса, тадбиркорлик фаолияти уни олиб боровчига кам манфаат келтиришини кўрсатади. Шунинг учун, иқтисодиётни бошқаришда фискал сиёсат салмоқи юқори бўлмаслиги керак.

Монетар сиёсат — бу давлат томонидан давлат миллий банки орқали муомалага тушадиган пул массасини назорат қилиш — бошқариш демакдир. Монетар сиёсат турлари схематик тарзда қуйидаги кўринишга эга:

Сиёсат	Ҳаракат	Самара
Юқори харид қобилиятига эга бўлган пуллар	Пул таклифни камайтиради. Устама фойзаларни оширади.	Дефляция
Харид қобилияти паст бўлган пуллар	Пул таклифни оширади. Устама фойзаларни пасайтиради.	Инфляция

Монетар сиёсатни юритиш мамлакатдаги инфляция жараёнини секинлаштиради, бу эса пул-кредит муомалаларини барқарорлаштиришга ва шу асосда тадбиркорликнинг тараққий топишига имкон яратади.

Давлатнинг иқтисодиётта, шу жумладан кичик бизнес тараққиётига бевосита таъсир кўрсатиши давлат томонидан шу соҳага тааллуқли қонунлар яратилиши билан амалга оширилади. Ўзбекистон Республикасида қабул қилинган «Тадбиркорлик тўғрисида», «Мулкни давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш», «Корхоналар тўғрисида», «Кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришни рағбатлантириш» тўғрисидаги қонунлар шу йўлда амалга оширилаётган ишлар натижасидир. Жумладан, «Тадбиркорлик тўғрисида»ги қонунда бу фаолият билан, айрим категориядаги шахслардан ташқари барча, жисмоний ва юридик шахслар шуғулланиши мумкин, дейилган. Давлат идоралари ва бошқарув муассасаларида ишловчилар, шунингдек, прокуратура ва суд маҳкамалари ҳодимларининг тадбиркорлик билан шуғулланиши маън

этилган. Шунингдек, қонунда корхона раҳбари (ёки иш бошқарувчилари — менежерлар) томонидан амалга ошириладиган тадбиркорлик, у мулкни бошқариш соҳасида мулк эгаси билан бир хил ҳуқуқ ва мажбуриятларга эга бўлган ва тадбиркорлар учун белгиланган жавобгарликни ўз бўйига олган ҳолдагина амалга оширилиши мумкинлиги белгиланган бўлган.

3. ТАДБИРКОРЛИКНИНГ ТАШКИЛИЙ ҲУҚУҚИЙ ШАКАЛЛАРИ

3.1. Хусусий тадбиркорлик

Кичик бизнесда тадбиркорликни ташкил қилишнинг энг оддий шакли бу якка хусусий тадбиркорликдир.

Хусусий тадбиркорлик — ҳўжалик юриштирини шундай ташкилий-ҳуқуқий шакли-ки, унда мулк эгаси битта шахс ёки оила бўлади ва фаолиятда келган даромадни (турли тулов ва солиқлар туланганидан кейин) ҳаммасига эгалик қилади, қолаверса бизнесдаги хавф-хатар ва таваккалчилик учун якка ўзи жавоб беради.

Тадбиркорликнинг ушбу шакли чакана савдода, умумий овқатланиш соҳасида, маслаҳат соҳасидаги бизнесда, маиший хизматда, фермерчиликда, тиббиётчилик амалиётида ва ҳўнармандчиликда кўпроқ учрайди. У икки хил кўринишда ташкил қилиниши мумкин: а) индивидуал — яъни корхона ташкил қилмасдан ва б) хусусий корхона — яъни юридик шахс ташкил қилган ҳолда.

Хусусий тадбиркорликнинг афзалликлари:

- ишни ташкил қилишдаги оддийлик, тўла мустақиллик, ҳаракатдаги эркинлик ва тезкорлик. Тадбиркор бирор қарор қабул қилишда юқори ташкилотларга мурожаат қилишининг ёки шериклар розилигини олишининг зарурати йўқ;
- ишга қизиқтирувчи сабабларнинг кўплиги, чўнки барча фойда фақат мулкнинг ёлғиз эгасига келиб тушади ва у кўпроқ ишлашга рағбатланади, иш устидан керакли назорат ўрнатиш, эҳтиётлик билан қарор қабул қилиш ва иш қўламини янада кенгайтиришга интилади;

- конфиденциаллик (ишдаги махфийлик) сақланади. Батси бир бизнес турларида махсус услуб, йўللар, технологиялар тадбиркорлик фаолиятининг асосий бойлигини (капиталини) ташкил қилади. Хусусий тадбиркорлик махфийликни сақлашга имкон яратаяди;

- хусусий тадбиркорликда унинг ташкилий-ҳуқуқий шаклини ўзгартириш нисбатан енгил кўчади (масалан, маъсуляти чекланган жамиятлар тузиш).

Хусусий тадбиркорликнинг камчиликлари:

— заиф молиявий пойдеворга эгалиги. Бу катта миқдордаги капиталларни жалб қилишдаги қийинчиликларга сабаб бўлади;

— ҳўжалик фаолиятида хавф-хатар ва таваккалчилик юқори даражада бўлганлиги сабабли фаолият давомийлигининг ноаниқлиги;

— барча ҳўжалик фаолияти учун чекланмаган жавобгарликнинг ҳўкм суриши;

— якка ҳўжалик мулкнинг мулкни бошқа шахсга (масалан, бошқа оила аъзоларига) беришда ноқулайлиги, ихчам эмаслиги;

— мулк эгасининг ўлими, меҳнатига нолойиқ бўлиб қолиши ёки ишдан четланиши ҳоллари юз берганда якка ҳўжалик мулки таркибини сақлаб қолиш мушкуллиги.

Юқорида келтирган камчиликларни бартараф этиш ниятида ишбилармонлар мол-мулки, касб ёки капиталларини қўшиб бирлашадилар.

3.2. Ўртоқлик, коммандит, тўла ва чала ширкатлар

Кичик бизнесда ишбилармонлик фаолиятини амалга ошириш учун ҳар хил шаклдаги шахслар бирлашуви ичида энг оддийси ўртоқлик, яъни ширкатчиликдир.

Ўртоқлик — бу икки ёки ундан ортик шахснинг мулкни умумий манфаатни кўзловчи мақсадлардаги тадбиркорлик ҳаракатини уюштириш бирлашувидир. У шартнома асосида ташкил қилинади, унинг қатнашчилари аввало ўзининг ва бошқа аъзоларининг манфаатини кўзлаб ҳаракат қиладилар.

Ўртоқликнинг асосан учта тури мавжуд: чала (оддий), тўла ва коммандит ширкатчилиги.

Чала (ogduy) ширкатчилик — бу икки ва ундан кўп шахсларнинг шартномавий бирлашиши бўлиб, унда мулк ва тадбиркорлик ҳаракатлари умумий ширкатчилик манфаатига эришиш мақсадида бирлашади. Ушбу бирлашиш шаклида ташкилот умуман бўлмайди, чунки ширкатчилик шериклари ҳар бири алоҳида ҳаракат қилади.

Учинчи шахслар учун ушбу бирлашма умуман йўқ, ёки махфий ҳисобланади. Аммо, чала (оддий) ширкатчиликда иштирок этувчи шахслар, ўз ҳуқуқ ва мажбуриятларини умумий манфаат учун ишлатадилар. Мулк масаласида, учинчи шахс олдидаги мажбуриятлари тўла сақлаб қолинади. Бу каби ширкатчилик аъзолари келишилган улушни қўшиқлари зарур ва қўрилган зарар ва қарзларни тўлашда баробар қатнашишлари лозим бўлади. Улар тадбиркорлик иштини олиб боришда тенг ҳуқуққа эга бўлиб, ширкатчиликка киритган улушидан қатъи назар, ишни текис олиб бориши, олинган фойдани тақсимлашда иштирок этиши, керакли вақтда ширкатчиликдан чиқиши ва мулкнинг бир қисмига эълоҳ қилиши мумкин.

Бирдамликдаги жавобгарлик, қатнашчилар ўртоқликнинг умумий мажбурияти учун жавобгарликлари асосида амалга оширилади. Бу жавобгарлик чекланмаган жавобгарлик бўлиб, бунда ширкатчилик қатнашчилари унинг мажбурияти бўйича фақат ўзининг ҳиссаси билан эмас, балки ширкатчилик мақсадида ишлатилиши ва ишлатмаслигидан қатъий назар, агар ширкатчилик кўрган зарар унинг мулки қийматидан ортқ бўлса, ўзининг барча мулки, шу жумладан шахсий мулки билан жавоб беради.

Тўла ширкатчилик — бу шартнома асосида икки ва ундан ортқ шахсларнинг умумий мақсадга эришиш учун ўз мулклари ва тадбиркорлик қучларини бирлаштиришига асосланган келишувидир.

Тўла ширкатчиликда ҳам худди чала (оддий) ширкатчиликка ўхшаб, унинг эгалари манфаатининг бирлиги сезилади. Агар чала (оддий) ширкатчиликда умумий манфаат махфий намоён бўлса, тўла ширкатчиликда учинчи шахслар билан бўладиган барча муносабатларда умумий ширкатчилик манфаати аниқ кўришб туради.

Оддий (чала) ширкатчиликдагига ўхшаб тўла ширкатчиликда ҳам ташкилот бўлмайди. Битимлар барча

ўртоқлар манфаатини кўзлаб ва уларнинг биттаси ёки бир нечаси номидан тузилади. Аммо, ташқи иқтисодий муносабатларда, тўла ширкатчилик, унинг шериклари номи билан иш юритувчи ёгона фирма сифатида ҳаракат қилади.

Қонун бўйича ширкатчилик аъзолари сони чекланмаган бўлсалар ҳам, кўпчилик ширкатчиликлар, асосан икки ёки учта аъзога эга бўлади. Ширкатчилик ёлланган ишловчилар меҳнатидан ҳам фойдаланади.

Ширкатчилар мулки, одатда, унинг аъзолари ҳиссасидан ва олинган фойдадан ташкил топади ва у шерикларга умумий мулк бўлиб хизмат қилади.

Барча ширкатчилар фаолияти учун аъзолар ўртасидаги келишув асос бўлади. Ширкатчилик тўғрисидаги келишув қуйидаги мажбурий иловаларни ўз ичига олади: ширкатчиликнинг номи, ҳар бир шерикнинг фамилияси, исми ва отасининг исми, тадбиркорлик фаолияти тури ва ўрнашган жойи, ҳар бир шерикнинг қўшган маблағи миқдори, даромад ва содир бўлиши мумкин бўлган зарарнинг тақсимланиш тизими, ҳар бир шерикнинг компенсация олиш усули, бир шерикнинг ширкатчилик капиталидан оладиган чекланган пул маблағи.

Тадбиркорлик фаолиятидан келадиган даромад шерикларга тегишли ҳисобланади. Ширкатчилик аъзолари фойдани ҳар қандай ўзаро манфаатли усул билан бўлишишга келишишлари мумкин. Ҳар бир ширкатчилик шериги бир кил миқдорда капитал қўшиши мажбурий эмас. Баъзи бир ҳолларда бир шерик бутунлай ҳеч нарса қўшмаслиги мумкин, чунки унинг бирор соҳадаги тажрибаси ва касби, билими унинг капиталли бўлиб хизмат қилиши мумкин.

Коммандит ширкатчилиги — бу икки ёки ундан ортқ шахсларнинг мулкни ва тадбиркорлик ҳаракатларини умумий мақсадга эришиш ниятида бирлаштиришига асосланган шартномавий келишув бўлиб, бунда шериклар ичида камидан биттаси кредиторлар олдида тўла (чекланмаган) жавобгарликка, яна биттаси чекланган жавобгарликка эга бўлмоғи керак. Тўла жавобгар шахслар ҳақиқий аъзолар, чекланган жавобгарлар омонатчи — аъзо ёки коммандитлар деб аталадилар. Коммандит кредиторлар олдида ўзининг шахсий мулки билан эмас, балки, умумий мулкка қўшган ҳиссаси билан жавобгар бўлади.

Тўла ширкатчиликдаги ҳар бир шерик ширкатчилик фаолиятида шахсан қатнашиши керак бўлса, командитлар ширкатчиликка ўз мулкани киритишдан бошқа мажбуриятга эга эмаслар. Улар учинчи шахслар билан бўладиган битимларда иштирок қилмайдилар ва уларнинг номи учинчи шахслар учун номаълум бўлиб қолади.

Ширкатчилик битимларида командит учинчи шахслар билан тарафлик муносабатларида иштирок этмаганини сабабли ширкатчилик мажбурияти бўйича жавобгар ҳисобланмайди, аммо унда ширкатчиликнинг умумий мулкига қўшган ўз ҳиссасини йўқотиш хавфи бўлади.

Командит ширкатчилиги «аралаш ҳиссадорлик-командитлиги» шаклига ўтиши мумкин ва бунинг учун аъзолар ўз ҳиссаларини қўшишни акция сотиб олиш йўли билан амалга оширишлари зарур. Ширкатчиликнинг бундай аралаш шакли унинг Ҳиссадорлик жамиятига ўтиш шакли бўлиб хизмат қилади.

Хўжалик ширкатчилигининг тадбиркорликнинг бошқа ташкилий ҳуқуқий шакллари олдидаги афзалликлари қуйидагилар:

- ишбилармонликнинг яқка хўжалик шаклига қараганда ширкатчилик ўзининг пул маблағлари билан бироз қувватлироқ;
- мажбуриятлар бўйича юқори жавобгарликка эгаллик хўжалик ширкатчилигини мижозларга ишончли шерик қилиб қўяди;
- бошқарувининг чекланган сондаги шахслар (ҳаққий аъзолар) атрофида жамланиши бирор қарорнинг қабул қилинишида зарурий мустақиллик, эркинлик ва тезкорликни таъминлайди;
- бегона инвесторларнинг капитални жалб қилиш имконияти тадбиркорлик фаолиятини кенгайтириш ва такомиллаштириш ҳамда маҳсулот, иш ва кўрсатиладиган хизматнинг рақобатдошлигини ошириш учун шароит яратди;
- мураккаб бўлмаган таркиби ва бошқарув тизими амалдаги ишлаб чиқариш харажатларини камайтиради. Ширкатчилик одатда қобилиятли ва тажрибали ҳамда бир бирини тўлдирувчи одамлардан ташкил топади. Менежерлик вазифаси улар ўртасида тақсимланиши мумкин. Масалан битта шерик молия ва маҳсулот таъминоти бўйича эксперт, бошқаси — мар-

кетингда, учинчиси — рекламада хизмат қилувчи бўлиши мумкин;

- ижобий иқлим (муҳит) мавжудлиги. Бундай ширкатларда инсонлар ишни ўз хоҳиши билан қабул қилдилар. психологик жиҳатдан бир-бирини яхши тушунадилар, шунинг натижасида уларнинг орасида ижобий иқлим доимий равишда сақланиб туради;
- ширкатчилик аъзоларининг ишига юқори даражадаги қизиқиши. Ширкатчилик учун фойдали бўлган барча нарса унинг ҳар бир аъзоси учун ҳам фойдалидир.

Хўжалик ширкатчилигининг камчиликлари:

- барқарор эмаслик. Ширкатчилик ишбилармонликни энг узгарувчан шакли ҳисобланади. Шериклардан бирининг ундан чиқиши ёки ўлими ширкатчиликнинг бутунлай тарқалиб кетишига сабаб бўлади. Бу каби ноаниқлик узоқ муддатли битимлар тузилишини қийинлаштиради;
- аъзоларнинг чекланмаган жавобгарлиги. Агар битимда курсатилмаган бўлса, унда, ҳар бир аъзо ширкатчилик қарзлари олдида, ўзининг инвестициядаги ҳиссасидан қатъи назар, тўла жавобгарликка эга бўлади, яъни бирор аъзонинг хатоси бошқа аъзоларнинг ҳам хароб бўлишига олиб келади.

3.3. Кичик корхоналар. Шерикчилик ва жамoa кичик корхоналари

Дунё амалиётида ҳозирги давргача катта ва кичик корхоналарни ажратиб берувчи ягона мезон ўрнатилмаган. ҳозирги вақтда уларда бир-биридан ажратувчи алоҳида белгиларини аниқлаш корхоналарнинг муҳим соҳалар бўйича умумлашма белгилари каталогини (рўйхатини) бунёд этиш орқали амалга оширилмоқда. Бу белгилар туркумига: мулк шакли, ишлаб чиқаришнинг ташкил қилиш, бошқариш, молиявий таъминот, маҳсулот сотиш, ишчи ходимлар таркиби, сони ва бошқалар киради. Аммо корхоналар куламини аниқлашда кўп ўлчовли усулни қўллаш қўллаб қийинчиликларни вужудга келтиради, чунки у ҳар хил йўналишдаги кўрсаткичларнинг биргаликдаги, умумий ўлчовини аниқлашни талаб қилади. Маълум бир кўрсаткичнинг ишлатиш эса, масалан, ишловчилар сони, маҳсулот ҳажми, корхонанинг ўлчамини аниқ топишга имкон

яратади, аммо шундай бўлса-да, корхона тўғрисида жуда оз маълумот беради.

Уларнинг фаолияти мақсади бўйича кичик корхоналар катталаридан фарқ қилмайдилар. Аммо, амалиёт шунини кўрсатадики, унча катта бўлмаган корхоналар жамиятда муҳим ижтимоий-иқтисодий роль ўйнасалар ҳам, улар бозор шароитида чидамли эмаслар. Шунинг учун, кичик корхоналар, давлатнинг қўллаб-қувватлашига муҳтождир. Ушбу ҳолини ҳисобга олиб, барча давлатлар кичик корхоналарни катталаридан ажратиш учун маълум кўрсаткичларидан фойдаланадилар ва уларни қонуний ҳужжатлар воситасида банкрот бўлишдан ҳимоя қиладилар.

Ўзбекистон Республикаси қонунарига кўра кичик корхоналар уларда ишловчилар сонига қараб ажратилади. Унга биноан, кичик корхоналар туркумига, одатда, қуйидаги янги бунёд этилаётган ва амалдаги корхоналар кирдилади:

- саноатда ва қурилишда — 50 нафаргача;
- фан ва илмий ишматда — 10 нафаргача;
- қишлоқ хўжалиги ва бошқа ишлаб чиқариш соҳаларида — 25 нафаргача;
- ионшлаб чиқариш соҳасида — 10 нафаргача;
- чакана савдода — 5 нафаргача ишчиси бўлган корхоналар. Шунингдек, қонун, индивидуал меҳнат фаолияти билан шуғулланувчи ва ширкат (ўртоқлик)га бирилашиб ишловчи жисмоний шахсларни ҳам кичик бизнес субъектлари қаторига киритган.

Кичик корхоналар қуйидагилар томонидан бунёд этилиши мумкин:

- фуқаролар, уларнинг онла аъзолари ва бошқа биргаликда меҳнат фаолиятини олиб боровчи шахслар;
- давлат, ижара жамоалари, қўшма корхоналар, кооперативлар, ҳиссадорлик жамиятлари, хўжалик жамоалари, ширкатчилар ва бошқа юридик шахс ҳисобланувчи корхона ва ташкилотлар;
- давлат мулкани бошқариш ҳуқуқига эга давлат идоралари;
- белгиланган идоралар, корхоналар, ташкилотлар ва шахслар ҳамкорликда;
- амалдаги ишлаб турган корхона, бирилашма таркибидан, ишловчи жамоа ташаббуси билан, битта ёки бир неча таркибий бўлинма ёки таркибий бирикмалар-

ни корхона мулки эгасининг розилиги ва корхонанинг илгари қабул қилган шартномавий мажбуриятларининг бажарилишини таъминлаш шарти билан ажратиб олиш натижасида.

Бунда кичик корхонанинг таъсисчиси ушбу корхона ҳисобланади.

Кичик корхона бунёд этилиши учун қуйидагилар зарур:

1. Кичик корхонани асослайдиган мулк шаклини аниқлаш;
2. Таъсисчини танлаш, агар кичик корхона маълум мулк эгасининг мулки асосида бунёд этиладиган бўлса, унинг розилигини олиш;
3. Таъсис ҳужжатларини тайёрлаш;
4. Кичик корхона жамоасининг унда янги корхона бунёд этиш ва таъсис ҳужжатларини тасдиқлаш юзасидан мажлисини ўтказиш;
5. Кичик корхонани маҳаллий давлат идораларининг рўйхатидан ўтказиш.

Кичик корхоналар орасида қўшма корхоналар алоҳида ўрин топади. Қўшма корхоналар — бу икки ёки ундан ортиқ юридик шахс, яъни, корхоналар мулкни қўшиш йўли билан ташкил қилинган корхоналардир. Аммо, амалиётда хўжалик субъектларининг хорижий шериклар билан биргаликда ташкил қилаётган корхоналарига қўшма корхона деб айtilмоқда. Бу корхоналар мамлакатимизга илгор хорижий технология, бошқарув тажрибаси ва қўшимча молиявий ресурсларни (инвестицияни) олиб киради ва экспортни қўлайтириш имконини беради.

Қўшма корхоналар чекланган жавобгарликка эга бўлган жамият (масъулияти чекланган жамият — МЧЖ), Ҳиссадорлик жамияти ҳамда қонун томонидан чекланмаган бошқа шаклларида, сони чекланмаган, аммо иккитадан кам бўлмаган шериклар ўртасида тузилган шартнома асосида бунёд этилади, қўшма корхона таъсисчилари ҳар иккала томондан ҳам юридик ёки жисмоний шахс бўлиши мумкин.

Қўшма корхона хўжалик юритиш субъекти ҳисобланади ва фаолияти даромад олишга йўналтирилган бўлиб қайси мамлакат ҳудудида ташкил этилган бўлса, уша мамлакат қонунари асосида фаолият кўрсатади ва солиқ тўлайди. Солиқ бўйича қўшимча имтиёзлар улар учун мавжуд, агар устав капиталида хорижий

инвесторнинг улуши 30% дан ортиқ бўлса ва қонун билан ўрнатилган низом капиталининг шаклланиш шартига амал қилинса.

Кичик бизнесда жамоа корхоналари бунёд этиш кенг тарқалмоқда. Жамоа корхонаси — бу шундай хўжалик шаклики, унда барча мулк ва олинадиган фойда унинг меҳнат жамоасига тегишли бўлади. У қуйидагича ташкил бўлиши мумкин:

- меҳнат жамоаси томонидан давлат мулкни сотиб олиш йўли билан;
- унча катта бўлмаган давлат корхоналарини жамоа корхоналарига айлантириш йўли билан;
- жисмоний ва юридик шахслар мулкни ихтиёрий тарзда бирлаштириш йўли билан;
- давлат корхоналари мулкни (қайтариб бермаслик шарти билан) меҳнат жамоаларига бериш йўли билан.

Кичик бизнесда юқорида қайд этилган жамоа корхоналарини ташкил қилиш йўналишларидан асосийси — мулкни сотиб олишдир. У қуйидаги усуллар билан амалга оширилиши мумкин: ўз меҳнатқашларига акция сотиш йўли билан, шахсий омонатларни бирлаштириш йўли билан, ижарага олиш йўли билан, банкдан ёки бошқа корхонадан кредит олиш йўли билан.

Жамоа корхоналарининг афзалликлари:

- жамоа меҳнатидаги ўсиб борувчи янгиликка интилиш ва мусобақаланиш, ўзаро ёрдам ва бирдамлик. Бу корхона тула мустақил бўлиб, у бегоналарнинг аралашувисиз ўзи ишлаб чиқарган ва сотадиган маҳсулотига, бажарадиган ишига ва кўрсатадиган хизматига бўлган талаб асосида ўз фаолиятини режалаштиради, келажак тараққиётини ҳамда корхонанинг ишлаб чиқаришнинг, ижтимоий ривожланишини ўзида, меҳнат қилувчиларнинг шахсий даромадини қандай оширишни ўзи мустақил белгилайди. Жамоа корхонаси ҳар бир ишловчисининг шахсий ҳиссаси (улуши) унинг бажарадиган меҳнатига қараб белгиланади.

Жамоа корхоналарининг камчилиги: гуруҳий эгоизм ҳавфи; йирилган жамғарма миқдорига путур етказиб, истеъмолни оширишга интилиш.

3.4. Ҳиссадорлик жамияти. Очiq ва ёпиқ турдаги ҳиссадорлик жамияти

Ҳиссадорлик (акционерлик) жамияти — бу жисмоний шахслар капиталларининг бирлашуви бўлиб, у акциялар чиқариш йўли билан бунёд этилади. Акциялар фонд биржаларида муомалада бўлади — бир шахсдан иккинчисига эркин ўтади ва акциядор учун унинг ҳиссаси ҳақидаги ҳужжат ҳисобланади.

Жамиятнинг омонатчи — акционерлар олдидаги мажбурияти, акция учун тўланган пул миқдори, яъни жамоат капиталига киритилган ҳиссаси билан чекланади. Жамият мажбурияти бўйича фақат жамиятнинг ўзи ўз мулки билан жавоб беради. У очiq ёки ёпиқ бўлиши мумкин.

Ҳиссадорлик жамияти — бу бизнеснинг, кўпроқ, демократик шаклдир, чунки бевосита ёки обуна бўлиш йўли билан акция сотиб олиш ва корхонада мулк эгаси бўлишга истаган инсон эришиши мумкин.

Ҳиссадорлик жамияти, маъсулияти чекланган ва қўшимча жавобгарликка эга бўлган жамиятлар деб, хўжалик фаолиятини амалга ошириш ниятида юридик шахслар ва (ёки) фуқароларнинг мулкларини бирлаштириш натижасида ташкил қилинган юридик шахслар тан олинади.

Ҳиссадорлик жамияти шундай хўжалик жамиятики, унинг низом фонди жамиятнинг номинал қийматини маълум акциялар сонига тақсимланган бўлади ва маъмур фонд ушбу акцияларни сотиши орқали шаклланади. Ҳиссадорлик жамиятларни.

- агар унинг акциялари очiq ёки обуна бўлиш йўли билан сотилса, қимматбаҳо қорозлар бозорида қонундан ташқари ҳеч қим томонидан чекланмай эркин савдо-сотиқ қилинса — очiq Ҳиссадорлик жамияти деб аталади;

- агар унинг акцияларининг қимматбаҳо қорозлар бозорида муомалада бўлиши жамият низомига биноан маън этилган ёки чекланган бўлса ва у, фақат, номланган (эгаси ёзилган) акциялар диқарса — ёпиқ Ҳиссадорлик жамияти деб аталади.

Ҳар иккала ҳиссадорлик жамияти низом капиталининг энг кичик миқдори, давлат қонуни ҳужжатларидан ташқари, ҳеч нарса билан чекланмайди.

Очiq Ҳиссадорлик жамиятини бошқа турдаги жа-

миятларга айлантириш мумкин эмас. Ёпиқ Ҳиссадорлик жамияти эса ўз акцияларига очик обуна ўтказиш ёки уларни фонд бозорига сотиш учун чиқариш йўли билан очик Ҳиссадорлик жамиятига айлантирилиши мумкин. Бошқа турдаги жамоа корхоналари ва ширкат хўжалиги ўз акцияларини чиқариш йўли билан иккала турдаги Ҳиссадорлик жамиятларига ҳам айлантирилиши мумкин.

У акцияларга очик обуна ўтказиш ёки ёпиқ Ҳиссадорлик жамиятини ёки бошқа хўжалик ва ширкатчилик жамиятини Очик Ҳиссадорлик жамияти бошқа жамият шаклларига айлантирилиши ўзгартирилиши хисобига, очик акциядорлик жамияти бошқа шакллarga айлантирилиши мумкин эмас. Акцияларга очик обуна ўтказиш орқали очик турдаги Ҳиссадорлик жамиятини бунёд этиш учун қуйдагилар зарур:

— жамият ташкил қилиш ва биргаликда фаолият кўрсатиш ҳамда, битта ёки бир неча шахсга жамиятни бунёд этиш учун ваколат бериш тўғрисида шартнома тузиш;

— акцияларга обуна ўтказиш, таъсис конференциясини ўтказиш, жамият ва унинг акцияларини давлат рўйхатидан ўтказиш.

Жамиятни бунёд этишдаги харажатлар, жамиятни бунёд этилишида пайдо бўлган жавобгарлик жамият тузиш тўғрисидаги шартномага қўл қўйган шахсларга юклатилади.

Давлат мулкини хусусийлаштириш орқали қуйдаги усуллар билан Ҳиссадорлик жамияти бунёд этилиши мумкин:

- оддий йўл билан — бунда фуқаролар ёпиқ ёки очик Ҳиссадорлик жамиятларининг объектларини аукцион орқали ёки конкурс йўли билан сотиб олиш билан яратадилар;
- давлат корхонаси меҳнат жамоаси томонидан ёпиқ Ҳиссадорлик жамиятини бунёд этиш ва ушбу юридик шахс томонидан корхонани сотиб олиш йўли билан;
- давлат ёки ижара корхоналарини очик Ҳиссадорлик жамиятларига айлантириш йўли билан.

Ҳиссадорлик жамиятларини вужудга келтириш жараёнлари «Мулкни давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш», «Ҳиссадорлик жамиятлар», «Кор-

хоналар», «Қимматбаҳо қорозлар бозори ва фонд биржалари» ва бошқа қонун ва қонун актларига асосан бошқарилади.

Барча жамоа корхоналари учун (масъулият чекланган, қўшимча масъулиятли ва Ҳиссадорлик жамиятлари) қуйдаги умумий жиҳатлар мавжуд:

— низом капиталининг тегишля бўлакларга ёки акцияларга мажбурий бўлиниши;

— жамиятнинг ўз мажбуриятлари бўйича фақат ўзининг мулки бўйича чекланган жавобгарлиги;

— шериклар (акциядорлар) орасидаги ўзаро муносабатлар, даромад ва мулкни тақсимлаш, корхонани бошқариш бўйича муносабатлар уларнинг киритган улушлари миқдорига қараб тақсимланади;

— жамият аъзолари (акциядорлар) унинг капиталга ўз улушларини киритишлари зарур, аммо ўз меҳнатлари билан унинг фаолиятида иштирок этишлари мажбурий эмас.

3.5. Фирмалар ва корпорациялар

Фирма — товар ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш мақсадида иқтисодий ресурсларни ишлатувчи ташкилотдир. Мулк эгасининг тавсифига қўра қуйдаги турдаги фирмалар мавжуд: давлат, хусусий тадбиркорлик ва капиталистик фирмалар, ҳар бир очик ҳолда улар хўжалик фаолиятининг асосий мақсади — қолдиқ даромад — мулк эгасининг барча туловлар амалга оширган-дан кейинги даромадини кўпайтириш, киритилган капиталдан олинadиган фойдани ошириш ва меҳнатдан келадиган даромадни юксалтиришдан иборатдир.

Кичик бизнесда фирмалар одатда юқори технология ишлаб чиқаришни бунёд этиш билан банд. Улар ўзларига хос хўжалик юритиш услубларидан фойдаланадилар. Уларнинг хўжалик фаолиятини бошқариш стратегияси тўртта асосий қисмдан ташкил топган:

Биринчидан — тараққиёт топаётган ва юқори технологияга эга бўлган фирмалар рақобатта қичикмайдилар, шунинг учун улар тор ихтисослашган маҳсулотлар ишлаб чиқариб бозорнинг юқори даромадли қисмини эгаллашга интиладилар.

Иккинчидан — фирмалар исталган усул ва воситалар билан ўз харажатларини камайтиришга интиладилар. Масалан, электроника билан шуғулланувчи фир-

малар бутловчи маҳсулотларни йирик ишлаб чиқарувчилардан сотиб олиб, ўз сарф-харажатларини иложи борича камайтиришга ҳаракат қиладилар.

Учинчидан — кичик фирмаларнинг кўпчилиги ишлаб чиқаришни битта маҳсулот ёки технология атрафида уюштирадилар. Уларнинг вазифаси ушбу маҳсулот ёки технологияни истеъмолчиларнинг ўзига хос эҳтиёжларига мослаштиришдан иборат бўлади. Кичик фирмаларнинг йирикларидан асосий фарқи ҳам ана шундай бўлиб, катта фирмалар ўзларини сотиш қувватларини катта гуруҳ истеъмолчилар эҳтиёжларини қондириш ниятида асосан стандарт маҳсулотлар етказиб беришга, яъни харидорлар талабига таъсир қилишга ҳаракат қиладилар.

Тўртинчидан — деярли барча фирмалар иложи борича бегона капитални камроқ жалб қилишга, ўзларининг мустақиллигини сақлаб қолишга ҳаракат қиладилар. Мутахассислар фикрича, кичик фирмалар фаолияти ва тараққиёти мақсадларига маҳсулот ва технология тараққиёти билан бирга уларнинг мустақиллик ва шахсий ижтимоий-маданий иқлимга интилиши ҳосилдор.

КОРПОРАЦИЯ — бу умумий касбий ёки табақавий манфаатлари асосида бирлашган шахслар жамияти, уюшмаси ёки гуруҳидир. Хорижий мамлакатлар амалиётида улар қаторига, одатда, Ҳиссадорлик жамиятлари ҳам қўшилиди. Тижорат ва нотижорат корпорациялар бўлиши мумкин. Нотижорат корпорацияларга ҳокимият, шаҳар, муниципал, сиёсий ташкилотлар, ҳамда хайрия, диний, маориф ва шунга ўхшаш муассасалар киреди. Тижорат корпорациялар Ҳиссадорлик жамиятлари каби очик ва ёпиқ турларга бўлинадилар. Очик корпорацияда қўшимча капитални жалб этиш учун акциялар эркин сотилади. Барча йирик корпорациялар очик бўладилар.

Барча бозор иқтисоди Тараққиёт топган давлатларда корпорациялар ҳамма ишлаб чиқариш соҳаларида нуфузли ўрин эгаллайдилар. Одатда корпорациялар катта бизнес билан боғланган, аммо улар орасида кичик фирмалар ҳам бўлиши мумкин.

Корпорацияларнинг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат.

- бозор конъюктурасини урганиш ва ҳаракат стратегиясини аниқлаш;
- илмий-техникавий Тараққиёт дастурларини амалга

ошириш орқали эришилган фан-техника тараққиёти натижаларини ишлаб чиқаришга тадбиқ қилиш;

- ресурсларни ва корпорациянинг ҳужаликларида корхоналарида ишлаб чиқарилган нарсаларни марказлаштирилган ҳолда тақсимлаш ва узининг хусусий тижорат бўлинмалари орқали тарқатиш;
- ҳўжалик механизмини тақомиллаштириш ва бошқалар.

3.6. Холдинг компанияси

Холдинг — бу мулк эгалари томонидан бир қанча мустақил Ҳиссадорлик жамиятлари фаолиятини назорат қилиш мақсадида бунёд этилган жамиятдир. Холдингта бирлашган корхоналар, одатда, шуъба корхоналар деб аталади. Холдинг ёки бош холдинг компанияси ўзининг шуъба корхоналари акцияларининг назорат пакетларини ўзида жамлаш йўли билан молия капиталини тўплайди. Акциялардан олинadиган дивидендлар унинг асосий даромади ҳисобланади. Холдинг компанияси ўз навбатида ўз акцияларини чиқариб Ҳиссадорлик жамияти шаклида ҳам намоён бўлиши мумкин. Холдинг қатнашчисининг омонати пул маблағлари, қимматбаҳо қорозлар, асосий воситалар ёки бошқа моддий бойликлар шаклида бўлади. Омонатлар қиймати барча холдинг қатнашчиларни иштирокида баҳоланади.

Шуъба корхона кўпинча корхонанинг ривожланиб бориши давомида бош корхона томонидан ташкил қилинади ва тўла мустақилликка эга бўлган юридик шахс сифатида фаолият курсатади. Аммо, бош (она) корхона (компания) шуъба корхона акцияларининг асосий қисми (назорат пакети) эгаси сифатида унинг фаолиятига таъсир ўтказиши мумкин.

Холдинг компаниялари мустақил фаолият курсатувчи алоҳида корхоналар акциялари назорат пакетларини битта шахс томонидан сотиб олиниши орқали ҳам ташкил қилиниши мумкин.

Холдинглар давлатга қарашли ёки хусусий бўлиши мумкин. Давлат холдингида акциялар назорат пакети давлатга тегишли бўлади. Холдинг компаниялари икки хил бўлиши мумкин:

— молиявий холдинг. У асосан назорат бошқарув вазифасини бажаради.

— аралаш холдинг — турли хил хўжалик фаолияти ва савдо-сотиқ билан шуғулланади.

Мамлакат қонунчилигига асосан холдинг компаниялари қуйидагича ташкил этилиши мумкин:

- йирик корхоналарни қайта ташкил қилишда уларнинг таркибий бўлинмаларини мустақил юридик шахс (шуъба корхоналар) сифатида бунёд этиш йўли билан;
- юридик жиҳатдан мустақил корхоналарнинг акция пакетларини бирлаштириш йўли билан;
- янги Ҳиссадорлик жамиятлари таъсис этиш йўли билан.

Холдинг компанияларини шакллантириш жараёни мулкни корхонанинг интеграцион таркибини сақлаб қолган ҳолда давлат тасарруфидан чиқаришнинг бир воситаси сифатида қўлланиши мумкин. Давлат холдингидида акциялар назорат пакети давлат мулкига, шуъба корхоналар акциялари эса бош холдинг компаниясининг мулкига айланади. Давлат ўз акциялари пакети доирасида акциядор корхоналар фаолиятини назорат қилади. Холдинг акцияларининг қолган қисми меҳнат жамоалари аъзоларига, холдинг таъминотчи ва истеъмолчиларига, банкларга, хорижий инвесторларга, эркин савдо ёки обуна қилиш йўли билан фуқароларга сотилиши мумкин.

Қуйидаги фаолият соҳаларида холдинг компаниялари бунёд этилишига рухсат этилмайди:

— ишлаб чиқариш воситалари ва истеъмол товарлари савдо-сотиқда;

— қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариши, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини қайта ишлаш ва қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришининг моддий техникавий таъминотида;

— умумий овқатланиш ва аҳолига маиший хизмат кўрсатишда;

— транспортда (темир йўл, қувурли транспорт ва фақат халқаро юк ташиш билан шуғулланувчи корхоналаридан ташқари).

Холдинг компанияларини ташкил этишда бундан бошқа чекланишлар ҳам мавжуд.

Бунёд этилаётган холдинг компаниялари аввалдан ишлаб келаётган концерн, корпорация, ассоциация ёки

бошқа бирлашма ва корхоналари ҳамда давлат бошқарув органларининг ҳуқуқий ворислари бўла олмайдилар. Холдинг ташкил қилишнинг мўҳим шарти — бу корхоналар бирлашувининг нхтиёрий бўлиши зарурлигидир. Холдинг ичида маъмурий-буйруқбозлик муносабатлари бўлмаслиги лозим.

3.7. Оффшор компанияси

Оффшор компанияси — бу имтиёзли солиқ тўлаш ёки буткул тўламаслик) ҳудудидида бунёд этилган корхона бўлиб, у рўйхатга олинган жойда барқарор турмайдиган шахсларга тегишлидир. Куптина давлатларда хорижий инвестицияларни кўпроқ жалб этиш мақсадида киритилган омонатлар ҳақидаги ахборотнинг қонунчилик ёки анъанавий кафолатлар йўли билан конфиденциаллигини (ошкор этилмаслигини) таъмин этувчи ва ҳатто имтиёзлар бериш тизими бунёд этилган бўлиб, бу тизим хорижий тадбиркорларга уларнинг тадбиркорлик фаолиятини мазкур давлат ҳудудидида олиб бориш шарти билан жорий қилинади «Оффшор зонаси» деб ном олган бундай ҳудудларга Фарбий Европада — Гибралтар, Ирландия, Генау, Джерси, Мальта, Олдерна ороллари, ҳамда, баъзи бир қўшимча шартлар билан Люксембург ва Лихтенштейн давлатлари, яқин шарқда — Кипр, Баҳрайн, Бирлашган Араб Амирликлари ва Ливан; узоқ шарқда — Гонг-конг, Сингапур, Лабудан ороли (Малайзия); Марказий Америка ва Кариб денгизида — Багам ороллари, Британ, Виргин ороллари, Тюрке ва Кокос ороллари, Каймановлар ороллари, Нидерланд, Антиль ороллари, Белиз, Невне, Коста-Рика, Гренада, Панама, Антигуа, Аруба; Африкада — Либерия, Маврикий ва бошқалар. Турли маълумотларга кўра, дунёда 30—50 атрофида оффшор ҳудуди солиқ таваньялари (бандаргоҳлари) маълум.

Одатда, оффшор корхонаси масъулияти чекланган жамият ёки компания шаклида бунёд этилади. Аммо, оффшор фаолияти учун бошқа ташкилий-ҳуқуқий шакллар ҳам йўқ эмас, масалан, ширкатчилик, хорижий компаниянинг шахобчаси шаклида ҳам бўлиши мумкин. Баъзи бир давлатлар ва тайёр компанияни тезкорлик билан сотиб олиш йўли билан «оффшор» ташкил қилиш мумкин. Бунда низом капиталининг энг

кам ўлчами бевосита ва билвосита қонун билан белгиланиши (Кипр, Ирландия, Гибралтар) ёки умуман чегараланмаган бўлиши мумкин (Гонгконг, Мадейя).

Оффшор компаниясининг солиқ тўлаш тартибига таъсир кўрсатувчи асосий шарт бу унинг резидент ва резидент эмаслик мақомидир. Бунда назарда тутилаётган нарса корхона бошқарув идораларининг, унинг рўйхатдан ўтган ҳудудига нисбатан, ўрмонда жойлашган жойидир. Норезидент компанияларнинг резидентлардан фарқи шундаки, улар ўзлари жойлашган ҳудуддан ташқаридан туриб бошқарилади. Норезидент компаниялар амалда маҳаллий солиқ тўлаш тизимидан бутунлай чиқарилади. Бу каби компанияларнинг ўзлари рўйхатдан ўтган жойда ўзига тегишли офиси бўлиши шарт эмас, баъзи бир давлатларда эса, бухгалтерлик ҳужжатларини олиб боришдан ва ҳиссдорлар реестрини юритишдан ҳам озод қилинган. Бу ҳолда, корреспонденцияларни қайта ишлаш ва йиллик молиявий ҳисоботларни тайёрлаш мажбуриятлари махсус фирмалар зиммасига юклатилади. Компанияни унинг эгаси ер шарининг ҳар қандай нуқтасидан туриб бевосита бошқариши мумкин. Солиқ ва бошқа тўловлардан имтиёзлар компаниянинг мулк ва унда ишловчи хорижий ишчиларга нисбатан жорий қилинади, баъзи бир ҳолларда эса иш ҳақларидан олинадиган солиқлардан ҳам озод қилиниши мумкин. Компаниянинг молиявий фаолиятида валюта бўйича чекланишларнинг бўлмагани сабабли олинган даромад истаган турдаги валютада эркин олиб чиқиб кетилиши мумкин. Шу сабабли, оффшор компаниялари, гўёки, капитални қочириш учун бунёд этилади, деган нотўғри фикрлар кенг тарқалган. Бу фикрда қандайдир даражада ҳақиқат бор, чунки бу каби корхоналарнинг бир қисми ҳақиқатан ҳам капитал йиғиш учун мўлжалланган сифатида фаолият кўрсатади. Аммо, оффшор компанияларнинг кўпчилиги ҳақиқий хўжалик фаолиятини амалга ошириш ва савдо операцияларини молия билан таъминлаш, хизмат кўрсатиш, инвестицияларни бошқариш каби фаолиятлар билан шуғулланадилар. Улар ичиде куплари бизнинг республикамизга молиявий қўйилмалар, товарлар ва технологиялар кўринишида капитал жалб қилишда ёрдам беришлари мумкин.

3.8. Шуъба корхоналар, шаҳобча (ваколатхона)лар, хорижий корхоналар

Шуъба корхоналар — бу корхоналар юридик шахс томонидан бунёд этилган бўлиб, ҳар қандай мулк шаклига эга бўлиши мумкин. Уларнинг бунёд этилиши учун қуйидаги мажбурий шартларга риоя қилиниши керак:

— бунёд этилаётган шуъба корхонага мулкни ёки унинг бир қисmini бериш;

— шуъба корхонага бериладиган мулкка, мулк эгасининг ёки унинг ваколатига эга бўлган идоранинг розилигининг бўлиши;

— таъсис корхонаси шуъба корхонага бериладиган мулкка эгалик қилмаслиги.

Шуъба корхонани бунёд этиш ва уни рўйхатдан ўтказиш асосий корхоналар ташкил қилиниши тартибиде ўтказилади. Шуъба корхоналар таъсисчи корхоналар каби ҳуқуқ ва имтиёзлардан фойдаланадилар ва жавобгарликка эга бўладилар. Таъсисчи ва шуъба корхоналар ўртасидаги муносабатлар таъсис ҳужжатлари асосида тартибга солинади.

Ҳар қандай шаклдаги мулкка эга бўлган корхоналар ўз шаҳобчаларини (ваколатхоналарини) бунёд этишга ҳақлиқдилар. Улар юридик шахс бўла олмайдилар ва улар ҳақидаги раҳбар тасдиқлаган низом асосида фаолият кўрсатадилар.

Шаҳобча ёки ваколатхона банкда ҳисоб ёки жорий ҳисоб рақамларини очиши мумкин. Уларга корхона номидан хўжалик шартномаларини тузиш ҳуқуқи берилади. Шартнома бўйича жавобгарлик корхона зиммасига юкланади.

Шунга ўхшаш бўлинмалар низомда кўзда тутилган битта ёки бир неча фаолият турларини амалга ошириш ниятида маҳаллий шароитларни аниқ ҳисобга олган ҳолда бунёд этилади. Шаҳобча ва ваколатхоналар янги иш бошлаган тадбиркорларнинг ўз ишларини мустақил олиб бориб, аста секинлик билан кичик бизнесга кириб боришлари учун шароит яратиб бериш вазифасини бажаради, чунки шаҳобчалар ва уларнинг бош корхоналари ўртасидаги муносабатлар одатда хўжалик ичидаги хўжалик ҳисоби асосида қурилади.

Хорижий фирмалар бегона мамлакатда амал қилувчи корхоналар бўлиб, улар хўжалик фаолияти билан

хорижий ёки қўшма корхоналар ташкил этмасдан шуғулланишлари мумкин. Республикада хорижий фирмалар, ташкилотлар ваколатхоналари ва уларнинг бўлимларининг фаолият кўрсатишига рухсат этилган. Уларнинг очилишида, давлат рўйхатидан ўтказиш учун 2 минг Америка доллари миқдорида тўлов тўланади.

Хорижий фирмаларининг доимий ваколатхоналари норезидент ҳисобланадилар. Агар, уларнинг фаолияти даромад олишга йўналтирилган бўлса, унда, улар узоқ-ри жойлашган мамлакат корхоналари каби, аммо махсус тартибда солиқ тўлайдилар.

Хорижий фирмалар ваколатхоналари фойда олиш фаолияти билан шуғулланмасликлари ҳам мумкин. Улар фаолияти хорижий фирмалар ёрдамида чет давлатларда туриб молия билан таъминланадилар. Бу каби ваколатхоналар фақат ваколатчилик вазифаларини бажарадилар. Жумладан, хорижий фирмалар вакиллари ватанимиздаги шериклари, давлат идоралари олдига хорижий фирмалар номидан вакиллик қиладилар, шартномалар тузадилар, чет давлатлар фирмаларининг мақсулоти ва кўрсатадиган хизматини реклама қиладилар. Аммо бу каби ваколатхоналар ўзларининг фаолиятидан ҳеч қандай даромад олмайдилар. Аммо, ишнинг бундай шакллари қўлгина хорижий фирмалар учун мазкур мамлакат бозорини ўрганишнинг дастлабки босқичида катта фойда беради. У катта инвестициялар талаб қилмайди, мазкур мамлакатдаги иқтисодий аҳволни ўрганишга имкон яратади, инвестиция қилиш нақадар мақсадга мувофиқлигини аниқлашга ёрдам беради.

Чет давлатда тўла молия билан таъминланувчи ваколатхоналар мамлакатимиз корхоналари каби меҳнатта ҳақ тўлаш фондидан, Ўзбекистонда ёлланган ишчилар каби иш ҳақида, ҳамда, кўчмас мулк учун солиқ тўлайдилар. Ўз фаолиятидан даромад олмайдиган ваколатхоналар бундан фарқли равишда, бир қатор солиқлардан озод қилинган.

Хорижий корхона — бу юридик шахс — резидент ҳисобланади, унинг низом капиталида фақат хорижий капитал ишлатилади. У хорижий инвестор томонидан бевосита таъсис этилиши ёки республикадаги мулк эгаларидан конвертацияланувчи валютага сотиб олинган мулк асосида бунёд этилиши мумкин. Хорижий корхоналар, шунингдек мазкур ҳудудда амал қилувчи ва-

люта асосида ҳам ташкил қилиниши мумкин. Бунинг учун бу валюта шу давлатда хорижий инвестициялардан ёки рухсат этилган тижоратчилик фаолиятидан олинган даромад курилишида бўлиши, ёки конвертациялаштирилган валютага республика банкларида алаштирилган бўлиши керак.

Хорижий корхона фаолияти даромад олишга йўналтирилган бўлиши керак. Улардан мамлакат корхоналарига белгиланган тартибда солиқ олинади. Солиқ имтиёзлар амалдаги қонуничилик доирасида жорий қилинади.

Хорижий корхоналар шу соҳада ваколати бўлган банкларда ҳисоб рақами очиш ҳуқуқига эга. Ҳисоб хорижий ва миллий валютада очилиши мумкин. Миллий валюта хусусийлаштириш мақсадида, ҳам ашё, то-варлар сотиб олиш учун ишлатилиши мумкин. Аммо, бу маблағ хорижий корхонанинг республика ҳудудидаги хужалик фаолияти ҳисобига топилан бўлиши керак. Хорижий инвестицияларга асосланган корхоналарнинг маблағлари, шунингдек, банкларга, суғурта компанияларига, корхоналарга, уларнинг улуши низом капиталини 50% дан ошмаслиги шарти билан қўйилиши мумкин.

3.9. Консалтинг бирлашмалари

Консалтинг — бу ишлаб чиқаришга иш юзасидан хизмат кўрсатиш соҳасида ихтисослашган фирмаларнинг ўз мижозларига маслаҳат хизмати кўрсатиш ва техникавий лойиҳаларни экспертиза қилиш билан борлиқ иқтисодий фаолиятдир. Кичик бизнесда консалтинг бирлашмалари тараққий топган маслаҳат хизмати бозорини бунёд этиш йўли билан тадбиркорлик фаолиятининг тараққиётига ёрдам кўрсатади. Чунки, бу каби хизматларни алоҳида фирмалар талаб даражасида амалга ошира олмайдилар. Бундай бирлашмаларнинг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

- ягона ахборот — сўровнома фондидан яратиш ва ягона реклама стратегиясини (йўналишни) амалга ошириш йўли билан уларнинг аъзолари фаолиятини умум мақсадлар йўлида жамлаш;
- маслаҳатчилик ташкилотларини тараққий топишига ва хорижий инвестицияларни жалб этишга кўмаклашиш;

• тадбиркорлик ташаббусларини амалга ошириш учун шериклар талаш.

Консалтинг бирлашмаларининг кичик бизнес соҳа-
сида кенг тарқалган маслаҳат хизмати турлари қуйи-
дагилардан иборат:

— барча мулк шаклларидаги корхоналарни рўйхат-
га олиш учун таъсис ҳужжатларни тайёрлаш бўйича
маслаҳатлар бериш;

— маркетинг бўйича изланишлар утказиш;

— хусусийлаштириш, акционерлаштириш дастур-
ларини ишлаб чиқиш;

— ташқи иқтисодий фаолият бўйича маслаҳат бе-
риш;

— реклама стратегиясини ишлаб чиқиш, реклама
материалларини тайёрлаш ва уларни тарқатиш;

— ҳуқуқ, молия, ташкилий, бошқариш масалалари
бўйича маслаҳатлар бериш;

— ақлий (интеллектуал) мулкни ҳимоя қилиш ма-
саласи бўйича маслаҳатлар бериш;

— хизматчиларни тайёрлаш ва малакасини оши-
риш;

— тадбиркорлик ва кичик бизнесни тараққий топ-
тиришга хизмат қилувчи тадбирларни ўтказиш;

— фирма иш услубини ишлаб чиқиш;

— хавфсизлик техникаси, ишлаб чиқариш санита-
рияси, маданияти, атроф муҳитни ҳимоя қилиш маса-
лалари бўйича маслаҳатлар бериш;

— инвестицияларни жалб қилиш, имтиёзлик кредит
олиш, зарурий ресурсларни ва капиталларни сотиб
олиш бўйича ва бошқа маслаҳатлар бериш.

Зарурат тутилса консалтинг бирлашмалари кичик
бизнес корхона раҳбарлари ва мутахасссларининг ма-
лака ошириш ишларини ташкил этиши ҳам мумкин.

Консалтинг бирлашмалари кўпчилик ҳолларда сав-
до-саноат палатаси, республиканинг Миллий ва тижо-
рат банклари билан яқиндан алоқа ўрнатади. Бу эса,
уларнинг ахборот хизмати бозорини шакллантириш
йўлида амалга ошираётган ишлари даражасини орти-
ради ва кичик бизнес тараққиёти учун сезиларли улуш
қўшади.

4. ТАДБИРКОР — БОЗОР ИҚТИСОДИНИНГ МАРКАЗИЙ АРБОБИДИР

4.1. Тадбиркорлик — ҳаракатчан ва жўшқин фаолият

Тадбиркорликнинг муҳим хусусиятлари — унинг
ҳаракатчанлиги ва жўшқинлигидир. Тадбиркор ўзи-
нинг фикри бўйича муваффақиятга олиб келувчи янги
ҳаракат усуллари, маҳсулот турини ва технология-
ни, истеъмолчилар доирасини, маҳсулоти ва курсата-
диган хизматининг сифатини яхшилаш йўлларини ти-
нимсиз қидиради. Тадбиркор шундай инсонки, у пул
маблаглари, материаллар ва ишчи кучини жамлашти-
риб, янги маҳсулот, янги бизнес, янги ишлаб чиқариш
жараёнини ташкил этади ёки ишни ташкил этишнинг
такомиллашганроқ усулини яратади.

Марказлаштирилган иқтисоддан бозор иқтисодига
ўтиш, венчур капитали, маълумотлар воситалари бо-
зорлари тараққиёти ташаббускор фаолият учун кенг
имкониятлар ва эркинликни таъминлайди. Тадбиркор-
лар йирик бюрократик ташкилотларнинг замон билан
ҳамнафас қадам қўйишга қобилиятсизлигини бошқа-
лардан аниқроқ кўра олади. Шахсий жавобгарлик, их-
тирочилик ва муомала санъати негизда ташкил бўлган
корхоналар бутунги, тинимсиз ўзгариб турувчи, им-
кониятлардан фойдаланишга кўпроқ қобилиятлидир-
лар. Тадбиркор ҳаракатчанлик, жўшқинчилик, мосла-
шувчанлик ва янгиликка интилувчанликка асосланган
замонавий ҳўжалик юритиш усулини амалга ошириб,
узининг мавжудлигини эслатиб туради. У ахборот
туپлайди ва одамларга раҳбарлик қилади, қарорлар
қабул қилади, ишни ташкил қилади, янги турааги маҳ-
сулот ва хизмат турини ишлаб чиқаради ёки эскисини
такомиллаштириш йўлларини излайди. У иқтисод, сиё-
сат, техника ва технология, ҳуқуқ, психология ва ах-
лоқ қондалари кесибшган жойида ҳаракат қилади ва
уларнинг барчаси тўтрисидаги билимларга эга бўлмоғи
керак. Ундан ташқари ишбилармон муваффақиятга
эришиши учун ўтиш тажрибасига танқид кузи билан
қараши керак. Тадбиркор етарли даражада ресурс-
ларга эгаман деб, жуда кам гапиради. Улар йўқ нарса-
ни бор қилишга, иқтисод қилиш ва яратишга ўргана-
дилар.

4.2. Иқтисодий ҳаракатлар усулини излаш ва танлаш эркинлиги

Муаммони ечишнинг ҳар хил йўллари излаш, уларни танлаш ва ўзгартириш фақат улар бўйича муқобил спектрнинг мавжудлигига боғлиқ. Бу эса тадбиркорлик ва бозор ўртасидаги узвий боғлиқликни белгилаб беради.

Фақат бозор муносабатлари шароитидагина иқтисодий кенгликдаги мақсадга мувофиқ ҳаракат усулини танлаш эркинлиги пайдо бўлади.

Иқтисодиётнинг маъмурий-бўйруқбозлик тизими корхоналарни узоқ ва номаълум даврга мулжалланган режа ва топшириқларни бажариш учун ташқи муҳитга мослашишига мажбур қилар эди. Бозор шароити эса корхоналарнинг биринчи даражадаги диққат-эътиборини тезлик билан тадбиркорлик муҳитига мослашувга қаратишни талаб қилади.

Тадбиркор фақат бозорда қандайдир маҳсулот ёки иш кучининг етишмаслигига эмас, балки уларни ҳақдан ташқари қўпчилигига ҳам тезкорлик билан диққат-эътиборини қаратади. Тадбиркорлик ўзининг барқарор ҳаракатчанлиги, эркинлиги, ташаббускорлиги билан, кўпроқ даражада, доимий техникавий ва технологик ўзгаришлар билан тавсифланувчи инновацион фаолиятга ўхшайди.

Тадбиркор бу ташаббускор киши бўлиб, ишлаб чиқаришга кенг спектрдаги йўналишлар бўйича янгиликлар киритади, яъни новаторлик роляларини ўлаштириш, ҳозиргача маълум бўлмаган маҳсулотларни яратиш, янги, истиқболли ресурсларга эғалик қилиш, капитални қўйиш учун янги соҳаларни танлаш, илкор тармоқларни ривожлантириш қабиларни амалга оширади. Тадбиркор учун ижодий фаолият ҳаёlining чексиз парвози эмас, у ҳамма вақт аниқ муҳитда қилинадиган қарорлар билан боғлиқ бўлади. сарф-харажатларни натижа билан тақдослаш ва ҳужалик юритишнинг энг камхаражат йўллари топиш тадбиркор учун хос бўлган хусусиятидир.

4.3. Тадбиркорлик турли ижтимоий кучлар ўртасидаги мurosачиликни ифодалаш шакли

Ҳамдустлик давлатларидаги тараққий топган жамият қуришга қаратилган кескин ўзгаришлар, бугунги кунда, ҳаётнинг барча соҳаларини эгаллаб олди. Бу мураккаб ва қарама-қаршилиқларга бой жараёндир. У доимо негизи бизнинг давлатимизда ижтимоий, иқтисодий ва бошқа жамоатчилик муносабатлари тарихига чуқур кириб кетган оғриқли муаммоларга дуч келади. Аммо, бу муаммоларнинг ҳеч ҳайсиси, ядросини эркин тадбиркорлик ташкил қилувчи, муқобил иқтисодий асосини яратиш муаммоси қабил долзарб эмас. Унинг атрофида, ҳозирда, ижтимоий ҳис-туйғулар жунбушга келмоқда, ҳар хил нуқтаи назарлар билан бирбирига қарши турувчи сиёсий кучлар бу масалада ўйин курсатмоқдалар.

Тадбиркорликка нисбатан минглаб ватандошларимизнинг манший оиг даражасидаги салбий муносабатларига бир неча ўн йиллар ҳукмронлик қилган юзвий, сиёсий, маънавий қондаларнинг бизнесни ярамас, уятли машғулот даражасига тушириб қўйиши бўлади. Тадбиркорликка бу қабил муносабат, шунингдек, бизнеснинг қоронғи томонлари: олибсотарлик, истеъмолчиларни алдаш, очикдан-очик ноҳақ битимларни амалга ошириш, зуравонлик (рекет) ва ҳақозолар оқибатида.

Шунга қарамай, тадбиркорлик фаолиятининг ҳозирги Тараққиёт даврида тадбиркорликка нисбатан жамоат фикрининг ўзгараётганини кузатиш мумкин. Жамият энди олибсотарлик ва яширин тадбиркорликни маданий шаклга эга бўлиб бораётган бизнесдан фарқлаш қобилиятига эга. Биринчи хил тадбиркорликни рад этиш билан жамият маданий, ошкор тадбиркорликнинг ижобий хусусиятларини тўғри баҳоламоқда.

Ошкор тадбиркорлик истиқболли ҳодиса сифатида тавсифланар экан, унинг жамиятдаги ижтимоий аҳамиятини алоҳида таъкидлаб ўтиш зарур. Тадбиркорлик барча жамият тизимларида юксалиб борувчи қоникмаслик ҳиссининг ифодаланиши сифатида қаралади. У барча ижтимоий қатламлар орасида мurosачиликни таъминлайди, чунки у ижтимоий маҳсулотни кўпайтириш ва уни турли ижтимоий қатламлар ўртасида тўғри тақсимлаш имконини беради. Шунингдек, тадбиркор-

лик қуйидаги ижобий натижаларга эришишга сабаб бўлади:

- ижтимоий маҳсулот ишлаб чиқаришни кўпайтириш ва уни турли аҳоли қатламлари ўртасида ҳаққоний меъёрлар устулигида тақсимлаш;

- ишсизлик даражасини камайтириш, меҳнатга қобилиятсизлар ёки бевараз сабабларга кўра унумсиз ишловчи аъзоларга маблар ажратиб, уларнинг етарлича кун кечириш даражасини таъминлаш;

- паст даромадан шахслар сотиб олиш қобилиятининг турғунлигини таъминлаш;

- инсоннинг асосий ҳуқуқларининг, айниқса шахсининг эркин тараққий топиши ва уни иқтисодий тараққиёти учун тенг имконияти билан таъминланиш ҳуқуқларининг жорий қилинишини таъминлаш;

- иқтисодий ва ижтимоий тоифадаги гуруҳий манфаатларга риоя қилиш ва уларни тараққий топтириш, яъни шахс ва жамият, иш берувчи ва ишловчилар, ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчилар манфаатларининг узаро мослашувини таъминлаш.

4.4. Тадбиркорликнинг ижтимоий-психологик аҳамияти

Тадбиркорлик ҳуқ-атворга, фаол йўл-йўриқлар, қондалар ва бошқа хатти-ҳаракатни тартибга солиш қурилмалари билан узвий боғлиқдир. Унда эркин танланган ҳаётий позиция (ҳолат), шахс олдида мустақил ахлоқий танловнинг мавжудлигини назарда тутувчи эркин танлаб олинган ҳаётий позиция (вазият) гавдаланади.

Тадбиркорлик юқоридан белгиланувчи (директив) қатъий рухсат — таъқиқлар билан боғлиқ эмас. Бу ўз шахсини кўрсатишга ҳаракат қилиш билан боғлиқ ижодий фаолиятдир. У иш манфаати учун ўзини-ўзи тарбиялаш ва чеклашга, бурч ҳисси ва шахсий ахлоқий жавобгарликка асосланган бўлади.

Ушбу ихтисослик муҳитида мавжуд бўлган тадбиркорликнинг ахлоқ меъёрлари «номус», «обру-этибор», «имидж» (тадбиркорлик субъектининг образи, қиефаси) тушунчалари билан боғлиқ.

Тадбиркор одамнинг яхши номи ўзига яраша қапиталдир, у узоқ йиллар давомида қилинган машаққатли меҳнат туфайли тулланади ва уйлаб қилинмаган ҳаракат эвазига бир зумда йўқотилади. Бу эса ишчан

доираларга хос бўлган (соғлом) консерватизм (эскилиҳи ёқлаш) бўлиб, унинг асосий белгилари: эҳтиёткорлик, ақл билан иш тутиш ва пухта-аниқлик каби хусусиятларда кўринади.

Тадбиркорлик фаолияти ахлоқий бурч, танлаш ва унинг учун шахсий жавобгарлик каби тадбиркорнинг ҳаёт тарзи ва ҳаётнинг мазмунига айлانган тушунчалар билан узвий боғланган.

Бурч — эркин танланган мажбуриятдир; у ташқи туртки ва ички худбинлик ҳиссиётларига интилишга қарши ўларок ахлоқий қонуиларга бўйсиниш демакдир. Шунга кўра, тадбиркорнинг бурчи — фақат «вексель бўйича яъни қақдорлар олдида туғрилиқ», ўзининг шартномавий мажбуриятларига содиқ қолиш бўлмасдан, балки инсоннинг ўз олдида эркин шахс сифатида қис қилиши ҳамдир.

Юқорида айтилган барча фикрлар иш фаолиятида бўлажак ахлоқий қелишмовчиликларни бартараф этолмайди. Тадбиркорлик фаолиятининг ахлоқий тавсифга эга бўлган асосий зиддиятлари — юқори даромад олиш васвасасида нотўғри йўллар ва воситалар: ахлоққа оид яшлардан тортиб, токи жиноятгача бўлган йўллари танлаши билан боғлиқдир. Бу ерда гап, масалан, максимал даромад олиш йўлида нижозлар ва барча жамият манфаатини ниманинг эвазига қурбон қилишлари мумкинлиги ҳақида кетяпти. Аммо, цивилизациялашган (маданийлашган) тадбиркорликда қонда эмас, балки камдан-кам учрайдиган ҳолдир. Тадбиркорликнинг узоқ муддатли капитали — бу унинг пуллари эмас, балки жамият олдида ўзига нисбатан қозонилган ишончдир. Шунинг учун, тадбиркорлар ахлоқий танлов шароити юзага келганда, аксарият ҳолларда жамиятга нисбатан ҳақ, ҳалол йўллари афзал кўрадилар.

5. ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ ДАВЛАТ ТОМОНИДАН ҲИМОЯ ҚИЛИНИШИ

5.1. Тижорат сири қонун-қондалари, баҳоланиш меъзонлари ва маъноси

Бозор иқтисодиётида ахборот товар ҳисобланади. Уни олиш, сақлаш, бировга етказиш ва ишлатиш товар-пул муносабатлари қонунарига бўйсунуши ке-

рак. Ҳар бир мулк эгаси ўз манфаати ва тижорат сирини сақлаш ва ҳимоя қилиш ҳуқуқига эга.

Хўжалик юритувчи субъектларнинг тижорат сирини бу — давлат сирини бўлмаган маълумотлар бўлиб, у ишлаб чиқариш технология, ахборот, бошқарув, молиявий, ташқи иқтисодий, илмий техникавий ва бошқа фаолиятлар билан боғлиқ ва рухсатсиз ошкор қилиниши ва ишлатилиши корхонанинг ёки тадбиркорларнинг манфаатига зарар келтириши мумкин бўлган маълумотлардир.

Тижорат сирини эга бўлиш ҳуқуқи тадбиркор ва (ёки) корхонанинг иқтисодий ҳаётига давлат аралашувининг чекланиши, бошқа бозор муносабатлари субъектлари билан бўладиган узаро алоқаларида улар манфаатининг давлат томонидан ҳимоя қилиниши демакдир.

Тижорат сирининг давлат ва ҳарбий сирлардан фарқи шундаки, у аниқ хўжалик юритувчи субъектнинг мулкидир. Унинг асосий вазифаси ишбилармон ёки корхона учун рақобат курашида иқтисодий устуворликни таъмин этишдир.

Тижорат сирини бўлиб ҳисобланган маълумотларнинг таркиби ва ҳажми ҳамда уларни ҳимоя қилиш тартиби хўжалик юритувчи субъект раҳбари томонидан белгиланади.

Тадбиркорлар ёки корхонанинг тижорат сирини ҳисобланган фаолият турлари ҳукумат томонидан аниқланади.

У ёки бу ахборотни тижорат сирини даражасига кўтаришда иккита ҳолни ҳисобга олиш зарур:

Биринчидан — амалиётда, тижорат сирини сақлаш иқтисоди остида, хўжалик юритувчи субъектлар турли суистеъмол қилиш, хўжасизлик оқибатларини ва бошқа қонунбузарликлар тўғрисидаги хўжжатлар ва маълумотларни ошкор қилмасликлари ҳам мумкин. Бундай ҳолни бартараф этиш учун тадбиркорлик субъектлари ва уларни назорат қилувчи идоралар ўртасидаги муносабатларни мувофиқлаштириш бўйича умумдавлат даражасида махсус бошқарув — назорат тизимини бунёд этиш зарур.

Иккинчидан — бозор муносабатларига ўтилган сари корхоналар учун ахборотларни сир сақлаш иқтисодий нуқтаи-назардан мақсадга мувофиқ бўлмайди. У, кўпроқ, маълум нархдаги истеъмолчи талабига эга

бўлган бозорбоп товар сифатида намоён бўлади. Таъсодиф эмаски, баъзи бир саноати тараққий топган давлатларда ялпи миллий даромаднинг ярмига яқини турли хил ахборотларни ишлаб чиқариш, тарқатиш ва қайта ишлаш билан боғлиқ. Хўжалик юритувчи субъектларнинг тижорат сирини ҳисобланувчи ва сақла-ниши керак бўлган маълумотлари қуйидаги баҳолаш мезонларига тўғри келиши керак:

— улардан очикдан-очик фойдаланиш корхонага зиён келтириш билан боғлиқ;

— улар қонун асосида ҳаммага маълум ёки ҳамма фойдаланиши мумкин бўлган маълумот бўлиб ҳисоб-ланмайди;

— корхоналар иқтисодий ва бошқа самарани кўзда тутиб ҳолда уларнинг конфиденциаллигини сақлаш чора-тадбирларини амалга ошириши мумкин;

— ушбу маълумотлар ҳимояланишга муҳтож, чунки улар давлат сирини ҳисобланмайдилар муаллифлик ёки патент ҳуқуқи билан ҳимояланмаганлар;

— ушбу маълумотларнинг ошкор қилиниши дав-латга зарар етказмайди. Кичик бизнесда тижорат ах-боротига қуйидагилар киради: фирмаларнинг савдо-сотиқ муносабатлари; маблағлар ўлчами ва айланиши; сотиш бозорининг аҳволи; маҳсулот берувчи ва олув-чилар орасидаги банк операциялари; патентлар маз-муни; капитал таркиби; инвестиция режалари ва шарт-номалари; товар нархлари ва қўтилган даромад ўлча-ми; ишлаб чиқариш ҳажми.

Тижорат ахборотининг умумий ҳажми иккита блок-ка ажратилади. Улардан бири илмий-техникавий ва технологияга оид ахборотларни, яъни, машина ва даст-гоҳлар конструкцияси, ишлатиладиган материаллар; ишлаб чиқариш усул ва услублари; дизайн; ЭХМни дастурий таъминлаш ҳақидаги маълумотларни ўз ичи-га олади.

Тижорат ахборотларининг иккинчиси ўз нига қу-йидагиларни олади: корхонанинг молияси (молиявий ҳисобот, миқдорлар билан бўладиган ҳисоб-китобининг аҳволи, қарздорлик, кредитлар, тўлов қобилияти, даро-мад, маҳсулот таниархи ва бошқалар); ишлаб чиқариш-ни ривожлантиришнинг стратегик ва тактик режалари, шу жумладан, янги технология, ихтиро ва ноу-хау ишла-тиш билан боғлиқ режалар; маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш ҳажми режаси (маркетинг режаси, савдо

операцияларининг тавсифи ва ҳажми, нарх-наво даражаси, омбор захиралари); ўз маҳсулотининг рақобатбардорчилигини (таҳлил қилиш), экспорт ва импорт самарасини, бозорга маҳсулот чиқаришининг тахминий муддати; реклама фаолияти режаси; савдо ва бошқа миқозлар, даллолар, рақобатчилар рўйхатлари, улар билан бўладиган муносабатлар ҳақидаги маълумотлар, уларнинг молиявий аҳволи, шартнома шартлари; бошқарувни ташкил қилиш усули; корхона ходимлари ҳурмат-эътибори тавсифини баҳолаш, меҳнатини ташкил қилиш тизими ва бошқалар.

Ҳар бир ҳолатда у ёки бу ахборотни тижорат сири қаторига киритишнинг қанчалик мақсадга мувофиқлигини баҳолаш учун корхонанинг малакали мутахассисларидан махсус ҳайъат тузиш талаб этилади. Баъзи бир ҳолларда, бошқа ташкилотлардан шартнома асосида экспертларни таклиф этишга тўғри келиши мумкин. Бунда ҳайъатнинг ҳар бир таклифи бўйича аниқ таҳлил ўтказилади ва техник-иқтисодий жиҳатдан асосланади.

Тижорат сирини ўз ичига олган барча ҳужжатлар бўйича ахборотларнинг сирлилик даражасига қараб тақсимловчи белгилар тизими ишлаб чиқилади. Масалан, тарқалиш корхонани банкротликка олиб келувчи алоҳида муҳим маълумотлардан то очик маълумотгача бўлган ахборотларни (қуйидагича) ранжировка қилиш занжирли (тақсимлаш) тизими йўлга қўйилиши мумкин (алоҳида муҳим (АМ) ёки алоҳида конфиденциал (АК), жиддий конфиденциал (ЖК), ошкор қилиш мумкин эмас (О), очик ахборот (ОА) ва бошқалар.

Шундан сўнг, ишловчиларга бу каби ҳужжатлар билан ишлаш қоидаларини ишлаб чиқиш йўлга қўйилади.

5.2. Тижорат сирини муҳофаза қилиш ва рақобатчилар тўғрисидаги маълумотни қонуний равишда олиш усуллари

Ҳар қандай корхонада тижорат сирини ҳимоя қилиш гизимини яратишда қуйидаги ишларни тўғри ташкил этиш керак бўлади:

— материаллар тайёр маҳсулотлар ва, айниқса, тажриба нускаларининг баъзи бир турларини ҳисобга олиш ва ҳимоялаш;

— тижорат сирига эга бўлган ҳужжатларни юритиш (ҳисобга олиш, сақлаш, ишлашиш ва йўқ қилиш қоидалари);

— нусха кўчирувчи ва ҳужжатларни купайтирувчи воситаларни назорат қилиш;

— алоқа воситалари ва ҳисоблаш машиналаридаги тижорат сирини ҳимоя қилиш;

— конфиденциал ахборотларни узатишда алоқанинг очик каналларидан фойдаланиш тартиби;

— асосий иморат ва иншоотларни, корхонанинг ҳудудини, айниқса уни ҳимоя қилиш;

— бегона шахсларнинг ушбу корхонага келиб кетишини назорат қилиш.

Саноат жосуслигининг тараққиёти билан бир вақтда ишбилармонларнинг тижорат сирини ҳимоя қилишнинг воситалари ҳам тўхтовсиз такомиллашмоқда. Масалан, саноати тараққий топган давлатларда хизмат хоналарига киришни ҳимоя қилишнинг махсус техник воситаларини ишлаб чиқариш кўпаймоқда. Шу билан бирга, илғор янгилıklar, жумладан кодлаштирилган карточкалар тизими, биометрик тизим ишлатилмоқда. Улардан биометрик тизим овоз, имзо, бармоқ излари, кўзнинг қон томир йўллари ва бошқаларга қараб таъсирланади.

Конфиденциал ахборотларни ҳимоя қилиш учун фирма ноқонуний хатти-ҳаракатларнинг олдини олиш механизмини яратиши, яъни, сигнал бериш (сигнализация) тизими, сирли ҳужжатларни сақлаш жойларини блокировка қилиш (алоҳида қилиб ажратиш) воситалари (махсус хона, металл сейф) билан таъминлаш, компьютерларни пароль ва шифрлар билан ҳимоя қилиш керак (пароль ахборотга яқинлашишни чеклайди, шифр эса — нусха кўчирганда ҳам, ундан фойдаланиш имконидан маҳрум қилади).

Конфиденциал ахборотни давлат органлари орқали оқиб чиқишини бартараф этиш учун тадбиркор қўйидагиларни билиши лозим:

- фирмаларнинг тижорат сири тушунчаси давлат идоралари (солиқ, молия, ўт ўчирувчилар, санитария инспекцияси, милиция, сантехник хизмати ва бошқалар) ҳуқуқлари билан қандай муносабатда бўлиши;
- адвокат, эксперт ва маслаҳатчилар қачон ва қандай таклиф қилиниши ва уларнинг қандай шакллари

конфиденциал ахборот беришда иштирок этиш имкониятлари борлиги;

- хизмат лавозимидаги шахслар, ҳуқуқий ҳимоя қилувчи идоралар ва давлат хизматчиларининг устидан, уларнинг ҳуқуққа қарши бўлган ҳаракатлари ва бунинг эъзизига фирмага келтирилган зарарни қоплашнинг тартиб-қоидалари ва бошқалар.

Шуни таъкидлаш керак-ки, корхонанинг тижорат сирини билиш рақобатчи ва бошқа қизиқувчи шахс томонидан ҳамма вақт ҳам фақат ҳуқуққа қарши усуллар билан амалга оширилавермайди. Дунёда зарурий ва конфиденциал ахборотларни очик ҳуқуқий усуллар билан олишнинг яхши йўлга қўйилган механизми ҳам мавжуд. Бу очик наشرга ва эфирга тушиб турган ахборотни таҳлил қилишдир. Улар ичнда кенг тарқалган ва содда усулларга қўйидагилар киради:

— тадбиркорнинг очик матбуотдаги мақолалари, корхона хизматчиларининг турли хил конференцияларда, семинарлардаги нутқлари, ҳар хил ярмарка ва кўргазмалардаги экспонатлари, товар ва фонд биржаларидаги савдолари натижалари ҳақидаги маълумотлар, бўш иш ўринлари тўғрисидаги эълонлар ва бўш лавозимларга конкурслар эълон қилиш тўғрисидаги маълумотлари ва бошқалар.

Ривожланган мамлакатларда бу усулларга катта эътибор қаратилади. Корхона раҳбарлари ишлаб чиқариш малакасига тегишли ахборотларни тўплаш ва уни таҳлил этиш учун махсус хизмат идораларини ёки махсус одамларни жалб этадилар ёки шундай хизматлар ташкил қиладилар. Бу хизмат фаолияти учун катта маблағлар сарфланади, аммо улар ўзларининг корхона учун қимматбахо бўлган ихтироларига қилинадиган сарф-харажатларни камайтириш эъзизига тезда ўзини-ўзи оқлайди. Мисол учун, Япония давлати шу каби усуллар билан ахборот тўплаб 20 йил давомида энг юқори сифатга эга бўлган ишлаб чиқаришини бунёд этадилар.

Хорижда, масалан, АҚШда баъзи бир давлат идоралари ўз миқозларига, баъзи бир, уларни қизиқтирган, корхона ва ташкилотлар тўғрисида турли тижорат ахборотларини етказиш бўйича воситачилик хизмат кўрсатади. Корхона учун тижорат сирини ҳисобланган маълумотлар қизиқувчи шахсларга, корхоналарга шартнома (лицензия) асосида, шу жумладан, ташқи иқтисодий битимлар тузилганда тақдим қилинади.

5.3. Ихтиро ва рационализаторлик тақлифлари муаллифлик ҳуқуқини ҳимоялаш

Давлатимизнинг қонун ҳужжатларига биноан ҳуқуқий ҳимоя ихтироларга, агар у янги ихтирочилик даражасига эга ва саноатда ишлатилиши мумкин бўлса бериллади. Ихтиро, янги деб, агар у ариза берилган кунгача, унинг ва шунга ўхшаш қарорнинг моҳияти мамлакат ёки хорижда очилмаган бўлса тан олинади.

Янгилик дунё миқёсида янги ва абсолют бўлиши керак, яъни ихтиролар ҳозирда маълум бўлган техникавий даражанинг бир қисми бўлмаслиги керак. Бу барча турдаги очик ва яширин маълумотлар асосида солиштириш йўли билан аниқланади. Ихтиронинг ихтиролик даражаси унинг мавҳум эмаслиги билан белгиланади. Мутахассис учун у, мантиқан, амалдаги техника ва билим даражасидан келиб чиқмайди. Балки, мавжуд маълумотларнинг энг юқори даражасига нисбатан янги ва ижобий самара берадиган бўлиши керак.

Саноатда, қишлоқ хўжалигида, соғлиқни сақлаш ва бошқа соҳалар ҳамда фаолият турларида тайёрланиши ва ишлатилиши мумкин бўлган ихтиролар ишлаб чиқаришда қўлланиши мумкин, деб тан олинади.

Саноатда «қўллаш» деб тая олинadиган ечим агар у бирор соҳа тармоғига тегишли бўлиб, берилган ечимга асосан у бутунлай бошқа мақсадларда ушбу ёки бошқа соҳа тармоқларида, бутунлай бошқа ижобий самарага эришиш орқали амалга ошган бўлса, у ихтиро деб тан олинади.

Ихтиро объекти қўйидагилардан иборат:

- «қурилма»;
 - «усул»;
 - «модда»;
 - «микроорганизм штамми»;
 - ўсимлик ва ҳайвонларнинг янги ҳужайралари;
 - аввалдан маълум қурилма, усул, модда ёки штамми бутунлай бошқа мақсадларда қўллаш (ишлатиш).
- Қўйидагилар ихтиро деб тан олинмайди:*
- илмий назариялар;
 - хўжалиқни ташкил қилиш усуллари ва уни бошқариш;
 - шартли белгилар, жадваллар, қоидалар;
 - ақлий операцияларни бажариш усуллари;

- алгоритмлар, информация дасурлар (ЭХМлар учун);
- иморат, иншоот ва ҳудудлар лойиҳалари ва планировка схемалари;
- эстетик талабларни қондиришга қаратилган ва маҳсулотларнинг фақат ташқи кўринишига тегишли таклифлар;
- жамият манфаатлари, инсонпарварлик ва ахлоқ принципларига оид ечимлар.

Ошкор қилиниши мамлакат хавфсизлигига зарар етказувчи маълумотларни ўз ичига олган ихтиролар Республика Вазирлар Маҳкамаси томонидан ўрнатилган тартибда махфийлаштирилиши зарур.

Ихтиронинг муаллифи деб ўзининг ижодий меҳнати эвазига уни яратган фуқаро тан олинади. Агар ихтиро бир неча фуқароларнинг биргаликдаги меҳнати эвазига яратилган бўлса, унда улар барчаси ҳам муаллифлар деб ҳисобланадилар. Шерикчилик билан яратилган ихтирога берилган ҳуқуқдан фойдаланиш тартиби ҳам муаллифларнинг келишуви билан аниқланади.

Ихтиро муаллифи муаллифлик ҳуқуқига эга ва бу ҳуқуқ унинг бутунлай шахсий ҳуқуқ ҳисобланади. Ихтирога муаллифлик муҳлатсиз ҳимоя қилинади ва патент билан тасдиқланади. Ихтирога берилган патент давлат патент идорасига ариза тушган кундан бошлаб 20 йил давомида яроқли ҳисобланади. Патент ва ихтирони ишлатишга бўлган ҳуқуқ шартнома билан бошқа фуқарога ёки юридик шахсга берилиши мумкин. Шартнома патент идорасида рўйхатга олинади. Барча шартномадаги мулкга асосланган корхоналар исталган юқори идора ёки шахснинг махсус рухсатсиз ўзининг фаолият доирасида яратилган ихтиро ва рационализаторлик таклифларидан, уни қаерда ва ким томонидан яратилганлигидан қатъи назар фойдаланиши мумкин.

Маҳсулот яратиш ёки ўзгартириш билан боғлиқ бўлган ва ишлаб чиқариш технологияси ёки материал таркиби ўзгартирилишини кўзда tutувчи ҳамда корхона (тармоқ) учун янги ва фойдали бўлган техникавий ечимлар ҳамда корхона (тармоқ) учун янги, ҳамда меҳнат, хом ашё, ёнгли-энергетик ва бошқа моддий ёки молиявий ресурсларнинг иқтисод қилинишини таъминловчи ташкилий қарорлар рационализаторлик таклифи деб тан олинади.

Рационализаторлик таклифлари деб қуйидагилар қабул қилинмайди:

- шартли белгилар, қоидалар, метёрий-техник материаллар;
- берилган мустаҳкамлик ва устуворликни пасайтирувчи ва бошқа маҳсулот сифатига салбий таъсир қилувчи ва меҳнат шароитини ёмонлаштирувчи техникавий ечимлар;
- маҳсулотнинг фақат ташқи кўринишига тегишли ечимлар;
- инженер-техник ходимлар, илмий-тадқиқот, лойиҳалаштириш, конструкторлик, технологик ташкилотларининг илмий хизматчилари ва корхоналарнинг шунга ўхшаш бўлинмалари ўзларининг хизмат ва-зифаларини бажариш жараёнида ёки шартномавий ишлар бажарилишида бўнад этилган ечимлар.

Рационализаторлик таклифлари муаллифлик шаҳодатномаси билан тасдиқланади. Таклифнинг рационализаторлик эканини тасдиқлаш учун муаллиф корхона номига ўзининг у ерда ишлаш ва ишламаслигидан қатъи назар ёзма ариза топширади. Аризага таклифни ёритиб берувчи тушунтириш хати, зарурат гувоҳида эса чизмалар, схемалар ёки эскизлар илова қилинади. Топширилган ҳужжатларда берилган маълумотлар таклифнинг амалиётга жорий қилиниши учун етарли бўлиши керак.

Рационализаторлик таклифи муаллифлари амалдаги қонунчиликка асосан мукофот олиш ҳуқуқига эга. Бу мукофот таклиф тақдим қилинган корхона томонидан берилади.

5.4. Саноат нусхаси ва товар белгиси

Саноат нусхаси — бу маҳсулотнинг ташқи кўринишига тааллуқли бўлган бадний ва бадний-конструкторлик ечимидир. Саноат нусхалари ҳажмли (буюртма шаклда; яъни модел), текис юза (расм) ва аралаш (комбинациялашган) кўринишда бўлиши мумкин.

Агар саноат нусхаси янги, оригинал ва қўллашга яроқли бўлса, унга нисбатан ҳуқуқий ҳимоялаш жорий қилинади. Бу сифатлар қуйидаги ҳолларда тан олинади:

- аҳамиятли белгилар мажмуаси мазкур мамлакат ва

чет зларда қарор приоритет санаси (яъни ариза қабул қилинган сана)гача бўлган муддатда маълум бўлмаса;

- аҳамиятли белгилар ва (ёки) уларнинг комбинацияси ўзига хослиги билан ажралиб турса;
- хўжалик фасолиятига жорий қилинганда уни саноат усулида ва тегишли маҳсулотда такрор ишлаб чиқариш мумкин бўлса.

Саноат нусхаси муаллифи муаллифлик ҳуқуқига эга бўлади ва бу ҳуқуқ тартиб олиб бўлмайдиган шахсий ҳуқуқ ҳисобланади ва давлат томонидан муддатсиз ҳимоя қилинади ва патент билан тасдиқланади. Патент 10 йилга берилади ва яна 5 йилга узайтирилиш ҳуқуқи кафолатланади. Муддат даъвогар аризасининг Патент бошқармасига келиб тушган кунидан (приоритет санасидан) бошлаб ҳисобланади.

Саноат нусхасига Патент: саноат нусхаси муаллифига; унинг қонуний ворисига; ёки, тегишли шартнома ва аризада бу нарса қайда этилган бўлса, у ҳолда юридик шахс (корхона)га берилиши мумкин. Дастлабки аризада бу кўрсатилмаган бўлса, у ҳолда саноат нусхаси Давлат Реестрига киритилувчига бўлган муддатда қўшимча ариза билан амалга оширилиши мумкин.

Саноат нусхасини қўллаш бўйича мутлақ ҳуқуқ унинг муаллифига берилади. Бу ҳуқуқга биноан муаллиф уни ўзи хоҳлаган кўринишда ишлатиши мумкин. Аммо, бунда бошқа патент эгаларининг ҳуқуқи поймол бўлмаслиги керак. Муаллиф, шунингдек, саноат нусхасини ишлатишни тақиқлашга ҳам ҳақли.

Лицензия шартномасига кўра патент эгаси (лицензиат) саноат нусхасини ишлатиш ҳуқуқини бошқа шахсга (лицензиарга) бериши мумкин. Бунда лицензиар лицензиатга шартномага асосан ҳақ тўлаши ёки бошқа шаклда у билан ҳисоблашиши керак бўлади.

Саноат нусхасини ишлатиш учун тўланадиган мукофот, патентнинг амал қилиш муддати давомида муаллиф ёки унинг ворисига патент қўлланаётган корхона томонидан тегишли шартнома асосида тўланади.

Патентлаш билан боғлиқ тўловлар миқдори Республика Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланади.

Товар белгиси (хизмат кўрсатиш белгиси) — бу шундай белгиларки, улар бир хилдаги товар ва хиз-

матлар ишлаб чиқарувчи юридик ва jisмоний шахслар маҳсулотларини ўзаро ажратиш учун хизмат қиладди.

Товар белгиси сифатида сўз, тасвир, ҳажмий шакл ва бошқа белгилар ёки уларнинг комбинациялари рўйхатга олинishi мумкин. Товар белгиси исталган ранг ёки ранглар уйғунлиги билан ифодаланиши ва ҳимояланиши мумкин.

Товар белгиси қуйидаги вазифаларни бажаради:

— товар ва ишлаб чиқарувчининг индивидуаллаштириши;

— бошқа ишлаб чиқарувчиларга ухшаш товар белгисини қўллашни тақиқловчи реклама ва ҳуқуқий ҳимоя вазифалари.

Қуйидаги, фақат белгилашларни ўз ичига олувчи товар белгиларини рўйхатга олишга йўл қўйилмайди:

— фарқловчи белгилари бўлмаган (яъни бошқа белгилардан бутунлай фарқ қилувчи алоҳида белгилари бўлмаган) товар белгилари;

— давлат герби, байроғи ва нишонлари, давлатнинг расмий номлари, халқаро, ҳукуматлараро ташкилотларнинг байроқлари, нишон (эмблема)лари, уларнинг қисқартирилган ёки тўла номлари, расмий назорат, кафолат, намуна тамгалари ва бошқа фарқ белгилари;

— маълум турдаги товарларнинг ҳаммага маълум ва урфга айланган белгилари қаторига кирадиган белгилар;

— товарларнинг тури, сифати, миқдори, хусусиятлари, мўлжалланиши, қиймати, аҳамияти, ҳамда уларни ишлаб чиқариш ёки сотиш хусусиятларини кўрсатувчи ва урф-одатга айланган рамзий белги ва атаmalar.

Юқорида кўрсатилган белгилар ҳимоя қилинмоқчи бўлган товар белгисининг ҳимоя қилинаётган элементлари ҳисобланмаса, тегишли муассаса ёки уларнинг эгалари розилиги билан товар белгилари таркибига қўшилиши мумкин.

Товар белгиларини ёки уларни белгилаш элементларини рўйхатдан ўтказиш қуйидаги ҳолларда маън этилади:

- товар ёки ишлаб чиқарувчи тўтрисида ёлгон ёки истеъмолчини қалитувчи белгилар;
- маъносига кўра жамият манфаатига, инсонпарвар-

лик ва ахлоқ қоидаларига қарама-қарши турувчи белгилар;

- республикада машҳур бўлган фан, адабиёт ва санъат асарлари ёки уларнинг қисмларини ўзида мужас-самловчи белгилар муаллиф ёки унинг вакилининг расмий розилиги олинмаган бўлса.

Товар белгисини рўйхатдан ўтказиш хорижий давлатларда халқаро даражада ҳам амалга оширилиши мумкин. Аризалар республика қатнашадиган халқаро шартномалар асосида олиб борилади. Товар белгиси жамоа белгиси сифатида ҳам рўйхатдан ўтказилиши мумкин.

Жамоа белгиси иттифок, концерн ёки бошқа ҳўжа-лик бирлашмасининг ишлаб чиқарилаётган ёки соти-лаётган бир хил сифат ва тавсифга эга бўлган товар-ларини белгилаш учун қўлланади. Ушбу белги ва ун-даги фойдаланиш ҳуқуқи бегона шахсларга берилиши мумкин эмас.

Товар ва жамоа белгилари реестрига ва эгалик гу-воҳномаларига умумий маълумотларга қўшимча ра-вишда улардан фойдаланиш ҳуқуқи бўлган юридик, жисмоний шахслар ҳақидаги маълумотлар ҳам кири-тилади. Ушбу маълумотлар, ҳамда жамоа белгиси жо-рнй қилинадиган товарларнинг умумий тавсифлари тўғрисидаги қисқача маълумотлар Республика Патент идораси томонидан махсус расмий бюллетенда босиб чиқарилади.

5.5. Ноу-хау

Бозор муносабатлари тараққий топган сари нафа-қат патент ҳимоясига эга бўлган, балки улар ичида фавкулотда ҳуқуқга эга бўлган патент. Ноу-хау билан ҳимоя қилинган янгилликлар катта аҳамият касб этиб бормоқда. Ноу-хау (инглизча know-how — «қандайли-гини биламан») — бу алоҳида билим, тажриба, техник, технологик тижорат, бошқарув, молиявий ва бошқа тавсифдаги малака бўлиб у тижорат қийматига эга ва ишлаб чиқаришда, мутахассислик амалиётида ишлати-лиши мумкин, аммо патент ҳимояси билан таъмин-ланмаган, уларни бировга бериш учун махсус лицен-зия шартномаси ва бошқа турдаги битимлар тузил-ганда алоҳида курсатиб ўтилади.

Бу технологик жараёнларнинг тартиби, услублари

ва ўлчамлари, микроэлементлар, ўқитлар, реактивлар конструкция қурилмалари хусусиятлари ҳақидаги маъ-лумотлар унсурлари (элементлари) бўлиб, уларни яхши билиб олмасдан туриб, янги навларни, ҳайвонлар насл-ларини, техник воситаларни, технологияларни улар-нинг нуҳсалари, патент ва босиб чиқарилган маълум-отларга қараб ишлаб чиқиш мумкин эмас.

Ноу-хаунинг белгиларидан бири унинг конфиден-циалигидир, яъни ушбу билимларни гўла ҳажмда фа-қат унинг эгаси билади, ҳолос.

Ушбу ахборотнинг баъзи бир элементлари ҳар хил манбаларда бўлиши мумкин. Барча маълумотларни йи-гиш, умумлаштириш, қўллаш машаққатли ва узоқ вақт ҳамда маблағ талаб қиладик. уни бевосита эгасидан олиш сезиларли иқтисодий ёки бошқа самара беради.

Шунинг учун ноу-хауни сотиб олувчи ўзининг ра-қобатчилари олдидан маълум устунлиқга эга бўлади ва бунинг учун у ноу-хау эгасига битимда кузда тутилган муқофотни тўлайди.

Тижорат амалиётида ноу-хау худди ихтирога бери-ладиган патент, саноат нуҳсалари, товар белгиларига берилган шаҳодатнома, рационализаторлик таклифига бериладиган муаллифлик ҳуқуқи каби қорхонанинг ёки хусусий шахснинг мулки ҳисобланади. Уни бошқа шахсларга бериш лицензия шартномаси асосида па-тентдан алоҳида қаров ва монтажни талаб қиладиган буюмлардан фойдаланиш ҳуқуқи билан биргаликда бе-риш йули билан амалга оширилади.

Лицензия шартномасида бир неча патентларнинг улар билан боғлиқ бўлган ноу-хау билан биргаликда (комплекс ҳолида) бериш кузда тутилиши, лицензи-ланган маҳсулотни эркин экспорт қилиш, уни қисман ва тўла тақиклаш тўғрисида келишилиши мумкин.

Ноу-хауни руҳсат олмасдан ишлатилишдаги жавоб-гарлик уни олган шахснинг нопоклиги исбот этилган шароитда ёки лицензиатлар томонидан махфийлик шартини билмасдан бузган ҳолларда юзага келади.

5.6. Маҳсулотни сертификация қилиш

Сертификация — бу мос келиш сертификати ёки тамбаси ёрдамида маҳсулот, иш ёки хизмати маълум метёрларга ёки техник шартта мос келишини аниқ-лаш мақсадида қилинадиган ҳаракатдир.

Сифат сертификати бозор иқтисодига асосланган илгор давлатларда етказиб бериладиган маҳсулотнинг сифатини тасдиқловчи ва унга илова қилинадиган ҳужжатдир. «У «Харидор-сотувчи» соҳасида ўрнатилган муносабатларнинг зарур тўлдирувчиси вазифасини бажаради ва дунё бозорида маҳсулотнинг рақобатбардошлигини оширишда белгилувчи омил бўлиб хизмат қилади.

Сертификацияга ўтиш — маҳсулот берувчи ва истеъмол қилувчи шахслар ўртасидаги муносабатларни такомиллашувига гувоҳлик беради, маҳсулотнинг истеъмолга тўла тайёригига кафолат берилишини таъминлайди. Сертификатлашни ўтказиш маҳсулотни истеъмолчи томонидан қайта текшириб қўрилишини бартараф этади, бу эса истеъмолчига маълум иқтисодий самара беради. Ишлаб чиқарувчининг маҳсулотни сертификация қилиши унинг мамлакати ва ташқи бозорда истеъмолчи талабларини юқори сифат даражасида қондириш йўлига ўтишини билдиради.

Сертификация маҳсулот, иш ва хизматларнинг қуйидаги ҳужжатларга асосан белгиланган талабларга мувофиқ бўлишига қараб ўтказилиши мумкин:

- давлат стандартларига асосан;
- халқаро ва хорижий стандартларга биноан;
- истеъмолчи танланган бошқа метёрий-техник ҳужжатлар бўйича.

Сертификатнинг шакли, ишлатилиши ва бериш тартиби давлат ёки халқаро сертификациялаш тизими қойда ва талаблари асосида аниқланади. Сертификатнинг амал қилиш муддати ишлаб чиқаришни аттестация қилинган муддатига қараб сертификатлаш бўйича миллий ташкилот орқали ўрнатилади, лекин у уч йилдан ортиқмаслиги керак. Маҳсулот конструкциясига ёки технологияга киритилган ўзгарттиришлар, маҳсулот сифатига салбий таъсир қўрсатадиган бўлса, унда, ишлаб чиқарувчи корхона сертификациялаш бўйича давлат идорасини бу ҳақда огоҳлантириши керак. У эса янги текширувлар ўтказиш зарурати ёки ушбу маҳсулотни ишлаб чиқариш ҳолатини текшириш бўйича қарор қабул қилади. Сертификатланган маҳсулот ишлаб чиқарувчига уни ўзига мос келадиган тамга билан белгилаш ҳуқуқини беради. Агар сертификатлаш халқаро тизим доирасида амалга оширилган бўлса, унда

ушбу тизим учун мос келадиган белги ишлатилади. Сертификация қилиниши мажбурий бўлган маҳсулот сертификатсиз сотилган бўлса давлат стандартлаш қўмитаси унинг сотилишини маън этишга, ҳамда, сотилган маҳсулот қиймати ўлчамида жарима солиш ҳуқуқига эга.

5.7. Саноат мулкнинг ҳимоялаш ҳужжатларини бериш учун тўлов ва бадаллар

Ихтиро ёки саноат нусхасига патент олиш учун аризани расмийлаштириш билан боғлиқ юридик маънодаги ҳаракатлар, ҳамда товар белгиси учун гувоҳнома, экспертиза ўтказиш, патент олиш ва уни сақлаш учун асосий патент тўлови олиннадиган ишлар рўйхати, тўловлар ўлчами, тўлаш муддати Республика Вазирлар Маҳкамаси томонидан ўрнатилади. Тўловлар ва бадаллар мамлакатнинг патент маҳкамасига тўланади.

Бадаллар илмий-техника маҳсулотини экспорт қилиш учун лицензион шартномани рўйхатдан ўтказиш, товар белгисини, патентни бошқаларга бериш тўғрисидаги шартномага, патент учун ишонч билдирилган номзодларни аттестация қилиш ва уларга гувоҳнома бериш, патентни ишониб топширилган шахс тўғрисидаги маълумотларга ўзгарттиришлар, қўшимчалар киритиш учун олинади.

Аризачи ёки учинчи шахс томонидан тўланган бадал тўловлари қайтарилмайди, аммо, тўлов тўғри амалга оширилган-у, лекин ариза берилган ечим янги эмас деб топилса, ёки, тўлов ҳаракатлари мутлақо нотўғри бўлган ҳоллар бундан мустаснодир. Бу ҳолларда аризачига (учинчи шахсга) тўловни қайтариб беришларини талаб қилиш ёки бошқа тўловлар ўрнига ҳисоблаш ҳуқуқи берилади. Бу тўғридаги илтимоснома Давлат Патент идорасига аризачи тўловни қайтарилмаслиги ёки шартнинг бажарилмаслиги тўғрисидаги маълумот олгандан сўнг белгиланган муддатда амалга оширилади. Патент тўловлари ва йиғимларини тўлаш тартиби давлат патент идораси томонидан ўрнатилади.

6. ТАВАККАЛЧИЛИК ТАДБИРКОРЛИКНИНГ МУҚАРРАР ЙЎНАЛИШИДИР

6.1. Тадбиркорлик муҳити ва ҳужалик таваккалчилиги

Кичик бизнесда ҳар қандай ҳўжалик субъекти учун бозор муносабатларига ўтиш ноаниқлик ва таваккалчилиكنинг ошиб бориши билан боғлиқ. Корхона ва алоҳида тадбиркорлар ички ва ташқи бозорларда мустақил шартнома тузиш ҳўқуқини қўлга киритганларидан кейин, биринчи марта, муттасил ўзгариб турадиган бозор конъюнктураси шароитида ҳўжалик фаолиятининг муқобил йўналишларини танлаш муаммосига дуч келдилар.

Тадбиркорлик муҳитининг корхонанинг бозор иқтисоди шароитида ички ва ташқи омиллари ишчанлик фаолиги ва молиявий барқарорлигини таъминловчилиги жуда ўзгарувчандир. Шунинг учун уларни доимий равишда кузатиш ва назорат қилиш керак бўлади. Бу эса ҳўжалик таваккалчилигини бошқариш имконини беради ва ишбилармонлик фаолиятининг самардорлигини оширади.

Тадбиркорлик муҳитига сиёсий вазият, иқтисодий аҳвол, қонунчилик асоси, халқнинг ижтимоий-маданий савияси тармоқларининг илмий техника тараққийти даражаси, табиий-иқтисодий шароит ва бозорнинг ўзига мос таркиби, яъни конъюнктураси таъсир кўрсатади. Агар кўрсатилган ишбилармонлик муҳитининг ҳар бир элементини таҳлил қилсак, у қолда уларнинг ҳозирги кичик базис даражасини қоиқарли деб ҳисоблаш мумкин ва у республикада кичик бизнеснинг тараққийтини таъминлай олади. Аммо, мулкни ҳимоя қилувчи ва шартномаларга амал қилишни кафолатловчи, қонунчилик тизимининг йўқлиги, товарлар ҳаракатининг қатъий тартибга солиниши, экспорт учун махсус рухсатнома лицензия бериш тизимининг мураккаблиги, экспорт учун бож тўловларининг мавжудлиги, ҳўллас амалда мол-мулкга Давлатнинг яққаҳокимлиги кичик бизнесда ҳўжалик юритувчи субъектларнинг таваккалчилигини сезиларли даражада оширади.

Таваккалчилик — юзага хелиши мумкин бўлган хавф-хатарга қарамай амалга ошириладиган фаолият.

дир. Шунинг учун, таваккалчилик деганда бевосита у билан боғлиқ бўлган хавф-хатар ҳам тушунилади.

Таваккалчилик тушунчаси мураккаб ва кўп қирралidir ва уни бир сўз билан ифодалаш қийин. Умумий қолда ҳўжалик таваккалчилиги бу нисон фаолиятдаги ноаниқлик ва зиддият ҳолати ўлчовидир, у хавф-хатар, омадсизлик, йўлдан чалғиш ва зарар кўриш билан тавсифланади. Бу соф таваккалчилик категорияси бўлиб, унда зарар кўриш ва уни камайтириш эҳтимоли мавжуд бўлади. Хўсусий қолда ишчанлик операцияларидаги ҳўжалик таваккалчилиги объектив-субъектив иқтисодий категориядир. У оқибатда зарар бўлиб чиқиши ёки қўшимча самара бериши мумкин (шартли таваккалчилик). Тадбиркор учун хос бўлган хўсусият, бу шартли таваккалчиликка бориш, яъни фойда кўришни кўзлашдир. Шу муаммо бўйича шуғулланган кўпчилик тадқиқотчилар, Д. П. Алыгинанинг фикрига қўшилидилар. Унга кўра таваккалчилик гўёки танлаш мажбурий бўлган шароитда ноаниқликни бартараф этиш билан боғлиқ фаолиятдир. Бунда, мақсадга эришиш, мақсаддан оғиш, ёки омадсизлик эҳтимолини миқдорй ва сифат бўйича баҳолаш имкони бўлади. Тадбиркорликда таваккалчилик унинг таъсир доираси, тадбиркорлик лойиҳаларини амалга ошириш усули ва ишчан одамларнинг таваккалчиликка бўлган муносабати билан турланади. Сиёсий таваккалчилик давлатнинг тадбиркорлик соҳасида олиб бораётган сиёсати билан боғлиқ. Масалан, давлат ҳокимияти қонунчилик йўли билан солиқ ёки хорижий валюта тушумларини бошқариши ва бу орқали кичик бизнес тараққийтини тезлаштириш ёки секилаштириши мумкин.

Таваккалчилик фаолиятининг амалдаги соҳаси, унинг тавсиф белгиларини бошқариш шаклига ҳўжалик таваккалчилигининг қуйидаги турларини келтириш мумкин:

- ишлаб чиқариш (об-ҳаво, техник, технологик, тақсимлаш, ташкилий, кутилмагандаги ўлим хавфи, бошқарув ва бошқалар);
- даллолчилик (даромадни тўғридан-тўғри йўқотиш хавфи, билвосита пулни ва мулкй зарар кўриш хавфи, фуқаролик жавобгарлигининг пайдо бўлиш хавфи ва бошқалар);
- тижорат (махсулот етказиб бераолмаслик хавфи, сота олмаслик хавфи, йўқотиш хавфи ва бошқалар);

- молиявий (кредит, мулкӣй, суғурта, валютавий, банк, трансакцион, тузилмавий, расмӣй, депозит, наркха боғлиқ бўлган ноликвид, иқтисодӣй, таваккалчилик устамаси ва бошқалар);
- инновацион (иҷтимоӣй, илмӣй-техника тараққиётӣй натижаларини жорий қилиш билан боғлиқ бўлган таваккалчилик).

Барча тур ва тур ичидаги гуруҳларга кирувчи ҳўжалик таваккалчиликларини ноаниқлик шароитида қарор қабул қилишининг даражасига, таваккалчилик ҳолатининг даврига, унинг келиб чиқиш манбаига, таваккалчиликнинг аниқ сабаблари ва унга йўл қўйиш даражасига қараб алоҳида гуруҳларга бирлаштириш мумкин.

Ҳўжалик таваккалчилигининг бир неча муҳим белгилари бўлиб, улар ичидан қуйидагиларни алоҳида ажратиш кўрсатиш мумкин: қарама-қаршилик, муқобиллик, ноаниқлик. Таваккалчиликдаги қарама-қаршилик иккита бир-бирига ухшаш бўлмаган томони билан намоён бўлади: бир томондан у ишбилармонларнинг диққат эътиборини ноилоҳ танлов ҳолати шароитларида янги усуллар билан аҳамиятли натижаларга эришишга қаратади. Шу билан ҳўжалик таваккалчилиги консерватизм, догматизм, қолюқлик, руҳий тўсиқлар ва бошқа янги, илғор ишбилармонлик фаолиятларини жорий қилишга тўсиқлик қилувчи омилларни бартараф қилишга ёрдам беради. Таваккалчиликнинг бу хусусияти муҳим иқтисодӣй натижаларга олиб келади, чунки у жамият ва техника тараққиётини тезлаштиради. Бошқа томондан, агар таваккалчиликда танлов у ёки бу жараёнлар тараққиётининг объектив қонуниятларини зарур даражада ҳисобга олмай амалга оширилса, у ҳолда у авантюризмга, волонтаризмга, субъективизмга, иҷтимоӣй тараққиётнинг секнилашувига олиб келиши мумкин.

Ҳўжалик таваккалчилигининг муқобиллиги ечимлар, йўналишлар ва ҳаракатларнинг икки ёки бир неча мумкин бўлган вариантларидан керагини танлаб олиш заруратини кўзда туттади. Агар муқобилликни танлаш имконин бўлмаса, унда, таваккалчилик тўғрисида сўз ҳам бўлмаслиги керак.

Таваккалчилик ҳолатининг ноаниқлиги, уни бир хил маънода тушуниш мумкин эмаслигидан келиб чиқади.

Унга сабаб ахборотнинг етишмаслиги, тасодифий омиллар таъсири, раҳбатдаги ишбилармонлар манфаатларининг мос келмаслиги, шерикларнинг бир-бирига қарши ҳаракати ва бошқалардир.

Ҳўжалик таваккалчилигининг юқорида кўрсатилган томонларини эътиборга олиш ишбилармон учун таваккалчилик ҳолатига кириш нақадар мақсадга мувофиқ экани тўғрисида қарор қабул қилиш имконини яратади. Мураккаб ҳолатда қолганда у ҳўжалик фаолиятининг баъзи бир шарт ва омилларини ўзгартириб қўйилмаган ҳодисалар ёки куриладиган зарар эҳтимолини камайтириши мумкин.

6.2. Иқтисодӣй асослар ва таваккалчилик чегаралари

Тадбиркорлик фаолиятида таваккалчилик биринчи навбатда ҳақиқий ҳўжалик ҳолатининг аввал кўзда тутилганидан четга чиқиши ҳисобига юзага келади. Бу эса ёки йўқотиш (зарар) хавфини юзага келтиради, ёки ютиш имконини яратади. Тадбиркор ноаниқлик шароитида ўзининг таваккалчилигига боришга тайёрлигини билдиради, чунки иш учун бўладиган сарф харажатларга қўйиб қолиш хавфи билан бирга қўшимча дармад қилиш таваккалчилиги ҳам мавжуддир.

Юқори натижалар келтирувчи қарор ва ҳаракатлар одатда энг юқори таваккалчилик ҳисобланади. Шунинг учун жасурлик билан қилинадиган таваккалчиликнинг асосий шarti муваффақият қозонишга бўлган катта ишончдир. Бунинг учун иқтисодӣй асос бўлиб ишлаб чиқариш ва сотишнинг узлуксизлиги, дармадли ҳўжалик юритиш, таъминотчилар ва истеъмолчилар билан алоқаларнинг мувофиқлиги, юқори даражадаги тўлов қобилияти, тараққий топган молия тизими ва юқори аниқликдаги бухгалтерлик ҳисоби хизмат қилади.

Ҳўжалик раҳбари қарор қабул қилиш жараёнида, агар у қўлидаги капитални усталик билан бошқара олсагина таваккалчиликга бориши мумкин. Бунинг шартларни қуйидагилар:

- тадбиркорлик фаолияти тараққиётига тегишли масалаларни ечишда, маҳсулот сифати ва бошқарув тизимини талаб даражасида ушлаб туриш учун керакли ишлаб чиқариш ресурслари ва инвестициялар-

нинг зарурий таркиби юзага келади. Ортиқ захира-
лар тўпланмаслиги, ортиқча хом ашё ва сотилмаган
маҳсулот бўлмаслиги керак;

- юзага келиши мумкин бўлган йўқотишни қоплаш
нийатида захира суғурта фонди яратилади. Ундан фой-
даланиш корхонанинг барқарор тараққий топишига
халақит бермаслиги керак;
- қарор қабул қилиш жараёнида экспертларни тан-
лаш, зарурий ахборотни тўплаш ва қайта ишлаш
масалаларида керакли ваколатликка эришилган
булиши зарур.

Таваккалчиликнинг иқтисодий чегараси мавжуд ка-
питални ишбилармонлик роясини амалга ошириш би-
лан боғлиқ сарф-харажатлар билан, иш муваффақият-
сиз чиққан ҳолда юзага келиши мумкин бўлган зар-
рларни ҳам ҳисобга олган ҳолда солиштириш йули
билан аниқланади. Бундан хулоса қилиб айтиш мум-
кинки, ҳар қандай хўжалик таваккалчилиги моддий
таъминланган бўлмоғи керак. Бу каби таъминланган-
ликнинг чегараси минимал ёки максимал бўлиши мум-
кин. Биринчи ҳолатда, таваккалчилик вазиятини ми-
нимал даражада ҳимоя қилинганда ҳам ишбилармон-
нинг ҳаракати ўзини ўзи оқлайди, агар иш муваффақ-
иятсиз чиққандаги йўқотишлар даромад миқдоридан
кўп бўлмаса, бизнес хуймайди. Бу ҳолатда бизнесмен-
нинг ўз ишларини кейинчалик иқтисодий жиҳатдан
тузатишига ишониш мумкин бўлади. Йўл қўйиладиган
таваккалчиларни максимал даражасига хўжалик юри-
тувчи субъектлар нақд капиталининг миқдори хизмат
қилади. Бу ерда муваффақиятсизлик ҳолати ҳар қан-
дай хийла-найранг билан боғлиқ бўлган шартнома ва
ишбилармонлик иши бизнесмен учун фалокатли бўла-
ди ва оқибатда фирма банкротга учрайди.

Кутилган зарарнинг даражасига қараб таваккалчи-
ликнинг иқтисодий чегараси қуйидагилар бўлиши мум-
кин: агар таваккалчилик фаолиятидан келадиган йўқо-
тишлар келадиган даромад миқдори атрофида бўлса,
бундай таваккалчиликка йўл қўйиш мумкин бўлади.
Агар келадиган амалдаги йўқотишлар олинмаган да-
ромад даражасига яқин бўлса у ҳолда таваккалчилик
жиддий бўлади.

6.3. Таваккалчиликни ўлчаш услублари

Ноаниқлик ва таваккалчиликни баҳолашда тахми-
ний ҳисоблар услубий асос сифатида қабул қилинади.
Хўжалик таваккалчилиги тавсифий элементларининг
ўзини намоён қилиш шакллари яхши ва ёмон натижа-
лар келиб чиқиши эҳтимолининг бир қиланги билан
белгиланади. Бу турдаги эҳтимолилик меъерлашган ора-
лиқда нолдан (тула муваффақиятсизлик) то биргача
(100% тула муваффақият) ўзгаради ва айнан у тавак-
калчилик даражасини белгилайди.

Таваккалчилик даражасининг ўлчови таваккалчи-
лик коэффиценти ёрдамида аниқланади (таваккалчи-
лик индекси):

$$Ут = М/М^*$$

бу ерда: М — салбий ноаниқлик кўрсаткичларининг
кутилган миқдори яъни тахминий зар-
рар миқдори.

М* — ижобий ноаниқлик кўрсаткичларининг
кутилган миқдори, яъни ишбилармон-
ликнинг режалаштирилган даромади ёки
фойда.

Ижобий соҳада ҳодисанинг юз бериш эҳтимоли
ошса, таваккалчилик камайди, қолаверса, ижобий со-
ҳада даромадлар кўпайса ёки салбий соҳада йўқотиш-
лар камайса ҳам таваккалчилик камайди. Акс ҳолда
таваккалчилик ортиб боради. Таваккалчилик коэффи-
центи бу соҳадаги ўзгаришларни ҳисобга олинган но-
аниқлик чегарасида акс эттиради.

Таваккалчилик коэффицентини қўллаб таваккал-
чиликнинг эмпирик шкаласини тузиш мумкин. Агар
берилганлар етарли бўлса, унда реал иқтисодий ша-
роит учун таваккалчилик коэффицентининг миқдори
қандай бўлиши кераклигини аниқлаш мумкин. Ундан
кейин, математик ва иқтисодий фикрлашлар асосида
таваккалчилик коэффиценти ёрдамида хўжалик та-
ваккалчилигига борувчи шахсларнинг ҳулқ аъворини
қуйидагича классификация қилиш мумкин: пессимис-
тик (умидсиз) (0.0), эҳтиёткор (0.2), ўртача даражадаги
таваккалчи (0.4), таваккалчи (0.6), юқори даражада та-
ваккалчи (0.8), ўта қизиққон таваккалчи (1.0).

Эришиладиган мақсаднинг муҳим тавсифномаси

бўлиб вақт бўйича натижа олиш даври ҳам ҳисобланади. Шунинг учун ҳужаляк фаолиятининг кўрсаткичларини режалаштириш ва прогноз қилишда, уларнинг ҳар хил даврда амалга оширилишини ҳисобга олиб, таваккалчиликнинг динамика коэффициентидан фойдаланадилар. Унинг асосида қўтилган натижани тақсимлаш зичлигининг функцияси кўрилади ва афзаллик функцияси аниқланади.

Таваккалчиликга баҳо беришда кўп турли статистик, ҳисоб-аналитик ва эксперт усулларига асосланган усуллардан фойдаланадилар. Статистик усул амалдаги ҳолатларда юз берган йўқотишлар динамикасини кузатишга имкон яратади ва улар асосида, ёки зарар кўриш эҳтимолигининг эгри чизиги чизилади, ёки таваккалчилик харажатларининг миқдор кўрсаткичи топилади. Эксперт усули эксперт ёрдамида баҳолаш номи билан машҳур. У мутахассисларни, тажрибали ишбилармонларни жалб қилиш билан боғлиқ бўлади. Агар аналитик экспертизани бир неча экспертлар олиб бурса, уларнинг ҳар бири таваккалчилик эҳтимоли ва йўқотиш савиясини ўзи алоҳида баҳолаш керак. Шундан кейин уртача миқдорлар ҳисобланиши мумкин. Бу маълумотлар даромадани йўқотиш савиясининг экспертизавий эгри чизигини кўриш учун ишлатилиши мумкин.

Таваккалчилик фаолиятининг кўрсаткичларни ҳисоб аналитик баҳолаш усулида муаммони назарий асослаш ва фарздан намоиш этиш асосий ўрин тутати. Уйин назарияси бўйича, мисол учун, таваккалчилик, бир қатор ўзаро бир-бири билан боғлиқ бўлган ўлчовлар билан баҳоланади. Таваккалчиликнинг амалий назарияси фақат уйин бизнесида ишлатиш мақсадида ишлаб чиқарилган. Ҳўжалик таваккалчилигини бу назария бўйича баҳолаш усуллари амалда фақат бизнинг давлатда эмас, балки хорижда ҳам тадқиқ қилинмоқда.

6.4. Таваккалчилик элементлари билан боғлиқ қарорларни танлаш ва амалга оширишга таъсир қилувчи омиллар

Тадбиркор олдидан таваккалчилик қарорини ёки ҳаракат усулини қабул қилишда ҳўжалик жараёнига ижобий ёки салбий таъсир кўрсатувчи омилларни аниқлаш асосий муаммолардан саналади. Шундан ке-

лини, ўзида бор имкониятлар доирасида, фойдали таъсир кўрсатувчи омилларни кучайтириш, зарарлиларни пасайтириш масаласини ҳал қилиш керак бўлади.

Таваккалчиликда ҳисобга олиниши зарур бўлган ва хавф-хатарни келтириб чиқарадиган муҳим омиллар қуйидагилардир: тадбиркорлик соҳаси; табиий офат; уғирлик; рёкет; бизнес режани шакллантирувчи шахсларнинг омилкорлик даражасининг пастлиги, бизнес бўйича шерикларнинг виждонсизлиги ёки мол-мулк-сизлиги. Шартномада алданмиш хавфи ёки қарздорнинг тўлаш қобилияти йўқлиги ҳодисаси билан дуч келиш, қарзни қайтармаслик ва бошқалар ҳақиқатда юз бериши мумкин бўлган ҳодисалардир. Юқорида келтирилган омиллар муқобил тактикавий қарорларни таваккалчилик элементларини ҳисобга олган ҳолда танлашда сузсиз ўз таъсирини кўрсатади. Бу таъсир икки хил намоён бўлади. Биринчидан, ҳўжалик вазиятининг элементларининг ўзаро таъсирлашуви орқали вазиятнинг ривожланиш жараёнида тактик қарорлар қабул қилинади ва амалга оширилади. Иккинчидан, таъсир ишбилармон ва бизнесдаги бошқа иштирокларнинг шахсий хусусиятларига боғлиқ элементлар орқали намоён бўлади.

Қарор қабул қилишда салбий омил бўлиб вазият кундан масаланинг мураккаблиги ва янгилиги ҳисобланади. Бу кўп ҳолларда ишбилармонни саросимага солади, баъзида қўрқув самарасини бунёд этади, маълумотларни рационал таҳлил қилиш ва амалда тузати қарор қилиш имконидан маҳрум қилади. Бу айниқса, хавф хатар юқори бўлган ҳолда яққолроқ кўзга ташланади. Бироқ, бир қатор ҳолларда, ишбилармон таваккалчилик элементлари билан боғлиқ бўлган ҳўжалик қарорларини ўз ҳис-туйғулари бўйича, ўз билганича қабул қилади, амалга оширади ва бир қатор ҳаракатлар мажмуесини бажаргандан кейингина ўз қилимиши ва аввалги вазиятга баҳо беради. Аммо, ҳис-туйғу жараёнлар механизмлари илмий жиҳатдан деярли ўрганилмаган ва амалда уларни бошқариб бўлмайди. Шу сабабли ишбилармон экстремал вазиятда ўз ҳис-туйғуларига ишониолмайди.

Таваккалчилик ҳаракатини танлашда бўлғувчи салбий оқибатларни кечиктириш усули маълум роль ўйнаши мумкин. Агар қўтилаётган салбий оқибатнинг хавфи қарор қабул қилингандан кейинроқ юз бермаса,

балки узоқроқ вақтдан сўнг юз берадиган бўлса, унда оқибатнинг хавфи камайиши мумкин ёки у тадбиркор учун унчалик даҳшатли туялмайди. Аммо, бу билан юз бериши мумкин бўлган оқибатни бутунлай бартараф этиб бўлмайди.

Агар ишбилармон тактик усулларни бўш эгаллаган бўлса, асоссиё, яъни амалий жиҳатдан оқланмаган таваккалчилик юзага келади ва хавф-хатар даражаси ошади. Таваккалчилик буйича фойдали қарор қабул қилишда ва уни амалга оширишда тадбиркорнинг хўжалик вазиятини тўғри баҳолай билиш ва ундаги хавф белгилари ҳамда зарарли оқибатларни ажратиб олиш ва мақбул ҳаракатлар усулини танлаш билиш қобилияти муҳим роль ўйнайди.

Тадбиркорнинг хавф-хатар ва таваккалчилик элементлари билан боғлиқ ишлар буйича қарор қабул қилишда ўз ҳиссиётини бошқара олиш қобилияти муҳим аҳамият касб этади. Агар, мумкин бўлса, стресс омиллар таъсири остида (ҳаяжон, қўрқув ва асаб зўриқиши ҳолатларида) қарор қабул қилишдан сақланиш зарур.

6.5. Таваккалчилик шароитида фаолият йўналишини танлаш таҳлили

Ноаниқлик омиллари билан тулиқ бўлган муҳитда амалга оширилаётган тадбиркорлик фаолияти хавф-хатар рационал (энг мақбул келадиган) даражада бўлган муқобил ечимларни излаш заруратини юзага келтиради. Бу ҳар қандай конкрет ҳолатда энг қулай муддатларда амалга ошириладиган ҳаракат варианти сифатида намоён этади. Ушбу хўжалик юртиш варианти мавжуд ва жалб этиладиган ресурслар, тадбиркорлик роялари билим, тажриба ва нақд капитал ресурслардан тула, тўғри ва самарали фойдаланиш орқали кўзланган мақсадга эришишнинг асосланган эҳтимолини назарда тутаяди. Оптималлаштириш масалаларида энг рационал хўжалик фаолияти йўналишларини танлаш ҳал қилувчи кўрсаткичнинг ажратиб олиш, ҳамда кўрсаткичларни охириги натижа тавсифига кура солиштириб куриш йўли билан амалга оширилади. Кетма-кет солиштириб куриш қарорлар ва ҳаракатларнинг энг яхши дастурларини аниқлашга ёрдам беради.

Тадбиркорлик фаолиятидаги ютуқлар ва йўқотишларни моддий (материал), меҳнат, молиявий, вақт ва махсус турдаги оқибатлар: кишилар саломатлиги ва ҳаёти, атроф-муҳит, тадбиркор обрў-эътибори ва бошқаларга ижобий ва салбий таъсир кўрсатувчи омиллар оқибатларига бўлиш мақсадга мувофиқдир. Бу барча хавф-хатар манбалари ва улар ичида энг муҳимларини тўлароқ аниқлаш имконини беради.

Кўрсатилган ҳар бир ютуқ ёки йўқотишлар турлича ўлчов бирликларига эга бўлгани учун, хавф-хатар ва таваккалчиликка баҳо беришда уларни нарх шаклига келтириш керак бўлади. Уларнинг юзага келиш имконияти ва миқдорларига дастлабки баҳо беришни бир ой, йил, яъни тадбиркорлик ишини амалга оширишнинг аниқ муддатини ўз ичига олган аниқ муддатларда ўтказиш керак.

Юзага келиш эҳтимоли бўлган ютуқ ва йўқотишларнинг комплекс таҳлилини ўтказишда хавф-хатар ва таваккалчиликни баҳолаш учун таваккалчилик фаолиятининг барча манбаларини ва улар ичида энг кучлиларини аниқлаш муҳим аҳамиятга эга. Кутилаётган натижаларни аниқловчи (асосий) ва ёндаш (иккинчи даражали) турларга бўлиш керак. Агар кўрилаётган ютуқ ёки йўқотишлар ичида ёки миқдор, ёки юзага келиш эҳтимоли буйича бошқаларга қараганда энг катта солиштирма оғирликка эга бўлган битта турдагиси ажралиб чиқса, у ҳолда хавф-хатар даражасини миқдор буйича баҳолашда ютуқ ёки йўқотишнинг фақат шу турини қабул қилиш мумкин бўлади.

Умуман олганда, фақат тадбиркорлик лойиҳаларини тузишда тўғридан-тўғри ҳисоб-китобга тушмайдиган, бевосита режалаштириб ва башорат қилиб бўлмайдиган тасодифий ютуқ ва йўқотишларнигина ҳисобга олиш керак. Агар, даромад ёки зарарини олдиндан кўриш мумкин бўлса, уларга эҳтимоли эмас, балки режавий кўрсаткичлар сифатида қаралиш керак.

Хўжалик фаолиятини аниқ йўналишини танлашда энг қулай масалалар ҳал қилувчи кўрсаткичининг ажратиб олиш ҳамда кўрсаткичларни охириги натижага кўрсатадиган таъсирини мулоҳаза қилиш орқали амалга оширилади.

Шундай қилиб, ишбилармон ўзининг хўжалик фаолиятини амалга оширишда тутиладиган нарх-наво ва

солиқ тўловларининг ўзгаришини ўзининг бизнес-режасида ҳисобга олиши зарур.

Таваккалчилик билан боғлиқ бўлган ҳар қандай фаолиятдан асосий ролини кутилаётган йўқотиш ва фойданинг абсолют ўлчами эмас, балки уларнинг нисбий қиймати ўйнайди. Масалан, 100 миллиардлик фондга эга бўлган корхона учун бир неча миллион билан таваккалчилик қилиш ҳеч ташвиш келтирмаслиги мумкин, аммо унча катта бўлмаган капиталга эга бўлган ишбилармон бир неча миллионга таваккалчилик қилиш учун жиддий ўйлаши керак бўлади.

6.6. Кичик бизнесда баъзи бир ҳужалик таваккалчилиги турларини суғурталаш

Тадбиркор ҳамма вақт эсда тутиши керак-ки, таваккалчилик баъзи ҳолда муваффақият келтирса, бошқа ҳолатда — банкротликга олиб келиши мумкин. Салбий ҳолатни бартараф этиш ва хавф-хатарга муваффақият билан бардош бера олиш учун, уни, биринчи навбатда тўла аниқлаш, таваккалчиликни камайтириш дастурини ишлаб чиқиш, турли зарурий тадбирларни ўтказиш, ишбилармоннинг хавф-хатарда қолиши мақсадга мувофиқлиги ёки уни суғурталаш зарурлигини аниқлаш керак. Кичик даражадаги таваккалчиликда, одатда, зарарни корхонанинг ўзи қоплайди ва бунинг учун, зарур фондлар бунёд этилади. Ўрта ва кичик даражадаги таваккалчиликни эса, суғурталаш мақсадга мувофиқдир.

Суғурталаш чора-тадбирлари хавф-хатар оқибатида юзага келадиган йўқотишни (кутилмаган ҳолатларда мол-мулк, маблағлар ва ишлаб чиқаришни) тўла ёки қисман қоплаш (табiiй офат, авариялар, бахтсиз ҳодисалар, хонавайронликга учраган шартномачиларнинг ўз мажбуриятларини бажармаслиги ва бошқа ҳолатлар юз берганда) ёки йўқотишларни иложи борича кўпроқ соғлиқ юридик ва жисмоний шахслар ўртасида тақсимлаш йўли билан қоплаш каби усулларда амалга ошириляши мумкин. Ишбилармон ва корхона учун таваккалчиликни ҳимоя-мудофаа тадбирлари билан бартараф этиш ёки сезиларли молиявий зарар етказиши мумкин бўлган хавф-хатарни ўз елкасига олишга хоҳиш бўлмаган пайтда суғурталаш мақсадга мувофиқдир.

Суғурталашда икки томоннинг иштироки мажбурийдир — суғурта фондини бунёд этиш ва уни ишла-тиш билан шуғулланувчи махсус ташкилот ва суғурта-ланувчи ушбу фондга белгиланган тўловни тўловчи юри-дик ёки жисмоний шахс. Улар орасидаги муносабат суғурта шартномаси (полис) асосида ташкил топади.

Таваккалчиликни пасайтириш мақсадида қилина-диган суғурталаш ихтиёрий тартибда ўтказилади. Тад-биркорнинг ҳар қандай фаолияти, одатда, суғуртала-ниши мумкин. Аммо, бу баъзи бир, хавф-хатар юқори бўлган ҳолатлардагина амалга оширилади.

7. ТИЖОРАТ ҲУҚУҚИ АСОСЛАРИ

7.1. Савдо битимларини тузиш

Ҳозирги замон шароитида одди-содди, махсулот ет-казиб бериш ва мол айирбошлаш операциялари бўйи-ча савдо битимларини тартибга солишнинг ҳар хил амаллари мавжуд.

Савдо битимларини тайёрлаш ва тузишнинг қуйи-даги босқичлари бор: контрагентни излаш ва аниқ-лаш, музокаралар ўтказиш ва шартнома еки келишув тузиш.

Контрагентни излаш турли усуллар билан амалга оширилади. Масалан, амалиётда реклама, эълон, ти-жоравий алоқа хатлари ҳамда харидорлар билан бе-восита мулоқот олиб бориш, жумладан, тўғридан-тўғри (бевосита) келишув — оферта усуллари қўлланади. Агар келишув қилинган бўлса, у ҳолда, буюртма юборилади. Буюртма тасдиқлангандан кейин харидорга битим шак-ли ва тижорат битими тузиш учун музокара олиб бо-ришга розилик билдирилган тижоравий алоқа хати юборилади.

Оферта икки турда бўлиши мумкин: қатъий ва эр-кин оферта.

Қатъий оферта — бу аниқ таклиф бўлиб, унда битим тузиш шартлари кўрсатилади ва бу шартлар келишувдаги шахслар учун ўзгармас бўлади.

Эркин оферта — битим тузиш тўғрисидаги шунча-ки расмий, умумий таклифдир.

Контрагентни танлаш битим тавсифи ва предмети, бозор ҳажми, бозордаги конъюнктура ҳолати, у жой-

лашган мамлакат билан ташқи савдо битими тузишнинг хусусиятларига боғлиқ.

Контрагент танлашда қуйидаги саволларга жавоб бериш зарур:

- товарни қайси бозорда сотиш афзал?
- қандай шерик билан битим тузиш фойдали?

Халқаро савияда давлатлараро шартномалар ва келишувлар ҳамда савдо битимлари экспорт ва импортни тартибга солувчи қонуний актларнинг мавжудлигини ҳисобга олиш муҳимдир.

Импортни тартибга солиш божхона ёрдамида ва божхонасиз амалга оширилиши мумкин. У лицензиялаштириш (импорт қилувчи лицензия олиши керак) ва квантирлаш, яъни савдо битимларининг сон жиҳатдан чекланганлигини (товарга квотанинг борлигини) кўзда тутлади.

Экспортни тартибга солиш ҳам четта товар чиқариш ҳуқуқини олиш учун лицензиянинг бўлиши зарурлигини кўзда тутлади. Масалан, давлат идоралари томонидан мажбурий равишда стратегик хом ашё, саноат предметлари ва бошқа товарларга лицензия берилади.

Ғарб фирмалари кредит учун кафолат бермайдилар, шунинг учун, битим тузишда, хорижий шерикнинг молиявий аҳволини билиш зарур. Бунинг учун эса хўжалик субъекти қуйидаги хавф-хатарни бўйнига олиши зарур бўлади.

- ишлаб чиқариш таваккалчилиги (товарлар ортиб жунатилишига қадар);
- экспорт бўйича таваккалчилик (товар ҳаракатда, аммо унга пул тўлаш мумкин эмас).

Ҳар иккала таваккалчилик тури харидорнинг пул тўлай олиш (яъни, тўлов) қобилияти билан боғлиқ. Савдо битимининг кейинги босқичи — буюртма шартини ўрганишдир. Бу ерда иккита муқобил фаолият кузатилади: ёки буюртма қабул қилинади ёки, у қайтарилади. Аммо, ижобий буюртмаларнинг керагини танлаб олиш зарур бўлади.

Савдо битимларини тузиш учун қуйидагича музокара олиб борилади.

— хат орқали музокара. Унда битим буюртма, савол-жавоблар асосида амалга оширилади. Бу — битим тузишнинг тезкор усули ҳисобланади.

— савдо битимларини оммавий ва стандартлашган товар учун телефон орқали битим тузиш мумкин.

— бевосита музокаралар орқали.

Эркин офертада, агар, харидорни ҳеч қайси банд қониктирмаса ёки битим тузишнинг тула режаси бўлмаса, унда, бевосита музокаралар олиб борилади. Бу — савдо битимини тайёрлашдаги энг мураккаб босқич ҳисобланади. У товарнинг нархи, етказиб бериш муддати ва бошқа шартлар бўйича битимга келиш учун, баъзан, махсус комиссия тузишни талаб қилади.

Савдо битимини тузишни маромига етказиш босқичи — шартномани тузиш ва уни имзолашдир.

7.2. Савдо битимларини шартномавий расмийлаштиришнинг муқобил усуллари

Кичик бизнесда амалдаги қонунчилик билан бир қаторда шериклар муносабатини тартибга солиб туришда шартнома муҳим восита ҳисобланади. У ҳар қандай ишбилармонлик битимини тузиш ва бажарилишини таъминлаш жараёнининг асосий қисми сифатида намоён бўлади.

Шартноманинг маъноси, бу — томонлар мажбуриятларининг ўрнатилиши, ўзгариши ёки бутунлай тўхтатилиши йўналишидаги розилигидир. Тижорат ҳуқуқида бу тушунча қуйидаги кўринишларда амалга оширилиши белгилаб қўйилган:

Контракт — шартнома, келишув, ҳар иккала томон учун ҳуқуқ ва мажбуриятларни муҳлатлари билан белгилувчи ҳужжатдир. Бозор муносабатларига ўтган давлатларда контракт кўп тарқалган шартнома шакли ҳисобланади.

Келишув — корхона ташкилотлар ҳамда фуқароларнинг расмийлашган бир томонлама мажбурияти бўлиб, у мулк ҳуқуқини олиш ёки беришда ишлатилади. Унинг кўп тарқалган шакли лицензион келишувдир. Бозор муносабатларига ўтиш муносабати билан қуйидаги шартномалар кенг тарқалмоқда: ошқора, қўшилиш тўғрисидаги ва олдиндан тузиладиган шартномалар.

Ошқора шартнома — тижорат ташкилоти билан тузилган келишув бўлиб, унда, унинг товар сотиш, иш ёки хизматлар бажариш бўйича мажбуриятлари белгиланади ва бу шартнома ташкилотга мурожаат қил-

ган ҳар қандай шахс учун тижорат ташкилоти амалга оширадиган фаолият турлари бўйича (чакана савдо, умумий транспорт воситаси билан ташиб бериш, алоқа хизмати, энергия таъминоти, тиббиёт, меҳмонхона хизмати ва бошқалар) йўлга қўйилиши мумкин.

Тижорат ташкилоти ошқора шартнома тузиш муносабатларида бир шахсга бошқасига қараганда қўпроқ ён босиш ҳуқуқига эга эмас қонунда ёки бошқа ҳуқуқий ҳужжатларда кўзда тутилган ҳолатлар бундан мустасно.

Товарлар, хизматлар ва ишлар нархи, ҳамда, ошқора шартноманинг бошқа шартлари барча истеъмолчилар учун бир хил ҳилиб белгиланган, аммо қонун ва бошқа ҳуқуқий ҳужжатларда баъзи бир турқумдаги истеъмолчилар учун ўрнатилган имтиёзлар ҳисобга олинади.

Тижорат ташкилотининг ошқора шартнома тузишдан, истеъмолчига зарурни товарлар, хизмат кўрсатиш ва баъзи бир ишларни бажариш имкони бўла туриб, бу бўйича ошқора шартнома тузишдан бош тортиши маън этилади.

Қўшилиш шартномаси ҳар икки томоннинг бири томонидан ишлаб чиқилган ёки бошқа стандартлашган шаклларда белгиланган ва иккинчи томон қабул қилиши мумкин бўлган тўла шартномага қўшилиш тўғрисидаги келишувдир.

Томонлар келишувга асосан қўшилиш шартномасини бузишни ёки ўзгартиришни талаб қилишга ҳуқуқлидир. Агар қўшилиш шартномаси қонун ва бошқа қонуний ҳужжатларга қарши чиқмаса ҳамда, шартномани бузиш ёки ўзгартириш тўғрисидаги қарор қўшилган томоннинг тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш билан бовлиқ бўлса, қолаверса, қўшилган томон қандай шароитларда шартнома тузилганини олдиндан билган ёки билиш керак бўлса, унинг шартномани бузиш тўғрисидаги талаби қондирилмайди.

Олди-сотди битимини тузиш тўғрисидаги музокара-ларни олиб боришда олдиндан тузиладиган шартномалар кенг тарқалган. Бу шартнома бўйича, томонлар, келажакда савдо операциясини ўтказиш бўйича асосий шартномани тузиш мажбуриятини олади.

Олдиндан тузиладиган шартнома асосий шартнома учун белгиланган шаклда ёки асосий шартнома мазмунини акс эттирадиган бошқа шаклда тузилади. Агар,

олдиндан тузиладиган шартномада унинг амал қилиш муддати кўрсатилмаган бўлса, унда, асосий шартнома олдиндан тузиладиган шартнома имзоланган дақиқадан бошлаб бир йил давомида тузилиши керак.

Ишчи битимлар шартнома, контрактлар ёки келишувлар асосида зарур ҳуқуқ ва ваколатларга эга бўлган икки ёки ундан ортиқ юридик ва физик шахслар ўртасида тузилади.

Шартномалар юридик кучга эга бўлиши учун қуйидаги ҳуқуқий талабларга жавоб бериши керак:

- офертанинг мавжудлиги (бир ёки бир неча аниқ шахсга йўлланган шартнома тузиш тўғрисидаги таклиф);
- офертанинг қабул қилинганлиги (акцепт);
- келажакдаги битим предмети қўриб чиқилган бўлиши;
- битимда иштирок этувчи томонлар керакли ваколатга эга бўлишлари керак;
- шартнома, контракт ёки келишувлар қонуний мақсадларни кўзда тутишлари керак.

Таклифлар (оферталар) ва уларни қабул қилиниши (акцептлар) ёзма, оғзаки ва бошқа ҳар қандай шаклда қилиниши мумкин.

Ҳар иккала ҳаракат (оферта ва акцепт) ихтиёрий равишда амалга оширилиши керак. Ҳар қандай шаклдаги шартнома, агар битта томон келишувга мажбурлаб киритилган бўлса ёки томонлар бирор нарсани қонунга хилоф равишда амалга оширмақчи бўлган бўлсалар, ёки бунда ҳаракат жамият манфаатларига қарши бўлса у ҳақиқий эмас деб топилади.

Ишбилармоннинг шартнома, контракт тузиш давридаги ҳаракати амалдаги ишчанлик доирасида қуйидаги тартибда амалга оширилади:

- шерикларни аниқлаш;
- шартнома предметини аниқлаш;
- нархни аниқлаштириш;
- контракт ёки келишувнинг умумий қийматини ҳисоблаш;
- амал қилиш муддати ҳамда алоҳида товарлар партиясини етказиб бериш, ишларнинг бажарилиш, хизматларнинг кўрсатилиш муҳлатларини аниқлаштириш;
- пул тўлаш шарт-шароитларини белгилаш;
- товарларни улаковка қилиш, маркалаш тавсифи;
- сотувчилар кафолатларини белгилаш;

- жарима ўлачмлар ва зарарларни ундириш тартибини белгилаш;
- суғурталаш масаласини ҳал қилиш;
- ҳал қилиниши мураккаб бўлган муаммовий ҳолатларни тавсифлаш;
- вужудга келиши мумкин бўлган баҳсларни арбитраж ва суд орқали кўриб чиқиш тартибини белгилаш.

Шартнома, контракт ёки келишувда, энг аввало, бизнес бўйича шерикларнинг аниқ юридик номи, мулк шакли, шартноманинг рўйхатдаги тартиб рақами, ҳужжат имзоланган жой ва сана, тузилаётган битимнинг асл маъноси (один-сотди, лизинг, лицензия ва бошқалар), унинг муҳим шартлари, товарнинг миқдори ва нархи тўғрисидаги ахборотлар, сотиш ёки олишда эса, айрим ҳолларда техник талаблар ёки маҳсулотнинг таркибий рўйхати акс эттирилади.

Шартнома ва келишувларда энг муҳими нархни аниқлаштириш. Нарх муваққат даврга шартномадаги инсталган қатнашчининг давлат валютаси бирлигида белгиланади. Агар контракт ёки келишув билан узоқ давр мобайнида маҳсулот етказиб берилиш кўзда тутилган бўлса, унда тажриба сифатида ўзгарувчан нархлар қўлланади. Улар иккита элементдан иборат бўлади — шартнома тузилиш даврига тўғри келадиган базавий (асосий) нарх ва амал қилиш даврида ўзгариб турадиган (ўзгарувчан) нарх.

Қаъбий нархлар томонларнинг келишуви асосида контрактни амалга ошириш даврида турли бозор омилларининг таъсирини ҳисобга олиб ўрнатилади.

Шартнома муносабатларини тартибга солувчи ҳуқуқий манба бўлиб фуқаролик кодекси, фуқаролик қонунчилиги асослари ҳисобланади. Қонуний ҳужжатларнинг охириги чиққанлари аввал чиқарилганларига қараганда устувор бўладилар. Контракт ёки келишувда қонунга ҳилоф шартлар киритилгани аниқланса, шартнома қисман ёки тўла яроқсиз деб топиллади.

7.3. Воситачилик битимларининг шартномавий расмийлаштирилиши

Кичик бизнесда воситачилик муносабатлари кенг тарқалган. Бунда бир томон (ишонтирувчи) бошқа то-

мон (ишонувчи)нинг номидан учинчи томон билан ҳўжалик муносабатларига киришади. Томонлар жисмоний ёки юридик шахс бўлиши мумкин.

Воситачилик битими тузишда шартномани ишлаб чиқиш энг мураккаб ва масъулиятли босқич ҳисобланади. Пухта ва аниқ тузилган воситачилик шартномаси томонлар мажбуриятларини нотўғри тушунишни бартараф этади ва шерикларнинг бир-бирларига хийнат қилишларига йўл қўймайди.

Шартнома матнини расмийлаштиришда, унинг кириш қисмида (преамбулада) контрактнинг номини ёзишда, унинг юридик тавсифи албатта белгиланиши керак. Масалан, «Топширик-шартнома», «Маҳсулот айирбошлаш тўғрисида шартнома» ва бошқалар.

Ном қўйилгандан кейин ули имзоланган жой ва вақти кўрсатилади. Агар ташқи иқтисодий битим тузилаётган бўлса, шуни эсда тутиш керак-ки, шартнома имзоланган жой зарур ҳуқуқий муносабатларни танлашда муҳим омил ҳисобланади.

Шартноманинг кириш қисмида шартнома томонлари ва уларнинг контракт текстида ишлатилган шартли қисқартирилган номи келтирилади. Биринчи навбатда томонларни юридик статуси кўрсатилади. Юридик шахснинг номи тўла кўринишда берилади. Шартли номлар сифатида энг яхшиси мамлакат қонунчилигида ишлатиладиган терминлардан фойдаланишдир. Топширик-шартнома учун «ишонган» ва «ишонтирган», комиссия шартномаси учун «комиссионер» ва «комитент» ва бошқа атамалар ишлатилиши мумкин.

Преамбулада шартномани имзоловчи шахсларнинг фамилиялари, исмлари ва отасининг исми, вазифаси келтирилади, томонлар ёки ишонган шахсларнинг ҳаракатларига асос бўлган ҳужжатлар кўрсатилади. Низо, қонун, шартнома, ишонч қорози кабилар шундай ҳужжатлардан ҳисобланади.

«Шартнома предмети» бўлимида битим қатнашчиларининг ҳаракат тавсифи, томонлар фаолияти амалга ошадиган ҳудуд, нарх, минимал партия, етказиб бериш базиси ва муддати, сони, сифати ва қафолати белгиланади. Битим, контракт объектини шакллантиришда, шартнома мақсадига эришиш учун «ишонган» ёки «комиссионер»нинг ҳаракат усулларини аниқ белгилаш зарур бўлади.

Контрактнинг таъсир ҳудуди, томонлар ўртасида тушунмовчиликлар юзага келишини бартараф этиш учун, аниқ белгиланган бўлиши керак. Масалан, «ишонган» шахсга аниқ бир шаҳарда ёки районда ҳар томонлама ҳаракат ҳуқуқи берилган бўлса, «ишонтирувчи» «ишонган» шахс манфаатини кузлаб ушбу ҳудудда бошқа юридик ёки жисмоний шахс билан шартнома тузмаслик мажбуриятини олиши мумкин.

Товарнинг сон ва сифат ўлчамларини акс эттириш учун ҳар хил кўрсаткичлар ишлатилиши мумкин. Сон — оғирлик бирлиги, ҳажм, узунлик, дона бирликлари билан аниқланади. Агар, ўлчам бирлиги оғирлик бўлса, унда, контракт ёзувида қуйидагиларни кўрсатиш зарур: нетто ёки брутто (идиши ва упаковкаси билан). Товар сонини аниқлашда стандарт бўлмаган ўлчов бирликлари ишлатилиши мумкин (қоп, пачка, шиша). Бу ҳолда келгусида тушунмовчиликлар бўлмаслиги учун қоп, пачка, шиша кўринишидаги ўлчамни оғирлик билан аниқлаштириш керак. Масалан, «Ҳар бири 20 кг дан бўлган 1000 пачка маҳсулот» каби.

Баъзи бир битимлар буйича товарнинг аниқ, сонини билиш қийин бўлади, шунинг учун бир қатор ҳолларда сонни аниқлашда қўшимча «Тахминан» ёки «Опцион» деган сўз ишлатилади.

Сифатта бўлган талаб стандарт, техник шартлар, сертификатлар, саноат нусхалари буйича белгиланади.

Шартномада товарни етказиб бериш муҳлати қуйидагича ифодаланиши мумкин: белгиланган етказиб бериш муҳлати билан, махсус атамалар ишлатиш йули билан, масалан, «Зудлик билан етказиб бериш», «Омбордан етказиш» ва бошқалар. Товар нархини келишиш оғзаки, хат орқали, телеграмма ва телетайп билан амалга оширилиши мумкин. Келишилгандан кейин шартномавий нархни шартномада ёки спецификация (таркибий рўйхат)да, баъзан бирор ҳужжат билан белгилаб қўйиш зарур деб бўлади. Нархнинг келишилиши баённома ёзиш билан ҳам расмийлаштирилиши мумкин, бу баённома шартноманинг ажралмас қисми ҳисобланади.

«Томонларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари» бўлимида шартномавий топшириқни амалдаги қонунчилик билан тартибга солиш буйича томонлар ҳаракатлари белгилаб берилади. Бу эса ишонган шахс учун ўз ваколатини амалга оширишда унга қўйилган талаб ҳисоб-

ланади. Ишонтирувчининг «Шартномада белгиланган кўрсатмалардан оғиши «ишонган шахс» белгилаб берган мажбуриятни бузиш ҳисобланади ва юридик оқибатларга олиб келади.

«Ишонтирувчига (ёки ишонилган) шахс» «ишонувчи» кўрсатмаларидан фақат унинг манфаати учун зарур бўлгандагина оғиши мумкин.

Комиссия шартномаси бўйича томонларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари ҳам қонунчилик билан тартибга солинади. Шунинг билан бирга комиссионер битимларни учинчи шахслар билан тузганда энг аввал комитент манфаатини ҳисобга олиши керак. Агар самаралироқ шартли таклиф тушганда комиссионер комитент билан, ундан кўрсатма олиш учун, дарров боғланиш имконига эга бўлмаса, унда, комитентнинг аввалги талабидан четта чиқиши мумкин ва ўзи эркин қарор қабул қилиш ҳуқуқига эга. Комиссионер биринчи имконият бўлгандек комитентни тузилган янги битим тузришида огоҳлантириши керак.

Шартномада мукофот ўлчами аниқ белгиланган бўлиши керак. Қоида буйича бу мукофот миқдори битим қийматининг маълум фоизига тенг бўлади. Қўшимча фойда комиссионерларнинг муваффақиятли битими ҳисобига олинган бўлса, у ҳолда бу фойда комитент билан тенг тақсим қилинади. Агар товар тури буйича упаковка қилиш зарур бўлса контрактта алоҳида «Упаковка ва белгилаш» бўлими киритилади. Бу ерда упаковканинг тури ва тавсифи, унинг сифати, ўлчамлари, ҳақ тулаш усули, белгиларининг туширилиши (маркировка) аниқ тасвирланган бўлиши керак.

Воситачилик битимининг шартномасига яна қуйидаги бўлимлар киритилади. «Товарни сифат ва сон буйича қабул қилиш», «Контрактнинг кучга кириши», «Мажбуриятлардан озод этилиш», «Шартномани барбод бўлиши», «Транспорт шарт ва шароитлари», «Баҳсларни ҳал қилиш тартиби», «Шартномага узгаришлар ва қўшимчалар киритиш».

7.4. Сотувчи ҳаридорнинг ҳуқуқлари ва битим тузилишидаги кафолатлар

Ҳар хил олди-сотди, маҳсулот етказиб бериш, товар алмашлаш операцияларига тегишли битимлар шартнома воситида маълум юридик қонунларига мос

равнища амалга оширилади. Бу қонунлар сотувчи, харидор ҳуқуқларини ва битим тузиш кафолатини белгилайди.

Сотувчининг ҳуқуқи мулкдор ҳуқуқларини ҳимоя қилишда намоён бўлади, яъни мулкдор сотувчига қуйидаги ҳуқуқларни беради: корхонани тўла ҳужалигини олиб бориш, мулкдан фойдаланиш, сотиш кабилар. Бу ҳуқуқлар қонун томонидан ҳимоя қилинади.

Кўрсатилган қонуний қолатлари савдо битимларида сотувчининг харидор томонидан битимга асосан пул тўланишига қадар мулкига эгалик ҳуқуқини акс эттиради. Бу ҳуқуқ сотувчида мулк харидорга берилган бўлишига қарамай сақланиб қолади, яъни харидор унга мулкни берилгани тўғрисидаги ҳужжатни олган, аммо битим бўйича ҳақ тўламагани учун.

Агар мулк (товар) миқдори битимда кўрсатилганидан кам ёки ортқ бўлса, харидор сотиб олинаётган мулкдан (товардан) воз кечиши мумкин. Ундан ташқари ҳар қандай истеъмолчи қуйидаги ҳуқуқларга эга: ўз манфаатини давлат томонидан ҳимоя қилиниши; товарни зарурий сифатда бўлиши; товарларни хавфсиз бўлиши; товар тўғрисидаги тўла-тўқис ахборот; керакли сифатга эга бўлмаган товардан кўрган зарарни тўла қопланиши; судга ва бошқа ваколатли давлат идораларига бузилган ҳуқуқни ҳимоя қилиш ва қонун билан ҳимояланувчи манфаатини поймол қилингани ҳақида мурожаат этиш; истеъмолчилар жамоат бирлашмалари тузиш.

Бу ҳуқуқлар билан бир қаторда қонунчилик томонидан кўзда тутилган ва кафолатланган истеъмолчиларнинг бошқа ҳуқуқлари ҳам бўлиши мумкин.

Вазирлар Маҳкамаси баъзи товар гурлари ва баъзи шартномалар бўйича «Истеъмолчилар ҳуқуқини ҳимоя қилиш» қонуни ва бошқа қонуний ҳужжатларини ишлатилиш ҳусусиятларини аниқлаб бериши мумкин.

Кафолатли мажбуриятлар ва уларнинг муҳлати метъерий-техник ҳужжатлар билан ёки ёзма шаклдаги шартнома билан аниқланади, шунингдек қонунчилик томонидан белгиланади.

Кафолатли муҳлат товар сотилган кундан бошлаб, агар сотилган вақти номатълум бўлса, ишлаб чиқарилган кундан бошлаб ҳисобланади.

Яроқлилик муҳлати метъерий-техник ҳужжатлар ёки

шартнома билан, озиқ-овқат товарлари учун фақат ишлаб чиқарувчининг метъерий-техник ҳужжатлари билан белгиланади ва тайёрланган кундан бошлаб ҳисобланади.

Баъзи бир техник жиҳатдан мураккаб (автомашина, мотоцикл, телевизор), ҳар хил алоҳида қисмлар билан йиғилувчи товарлар учун кафолатли муҳлат унинг қисмлари учун алоҳида ўрнатилиши мумкин (шиналар, аккумуляторлар, кинескоплар ва бошқалар). Кафолатли муҳлати ўтган озиқ-овқат маҳсулотларини сотиш қатъий ман этилади. Баъзи бир туриб қолган маҳсулотларни махсус ваколатли идораларнинг рухсати билан зарурий экспертизалар ўтказилгандан кейин сотишга рухсат берилади.

7.5. Шартномавий мажбуриятларининг айланма ҳужжатлари

Контракт ва келишув мажбуриятларининг махсус ёзма шакли — бу ишга тушириш айланма ҳужжатларидир. Улар ҳарб давлатлар ишбилармонлари дунёси битимларида кенг ишлатилади. Республикаимиз халқ ҳўжалигини бозор иқтисодидаги ўтиши муносабати билан ишга тушириш ҳужжатлари бизда ҳам кўп ишлатила бошланди. Улар орасида кўпроқ тарқалгани чеклардир.

Чек — бу банкка маълум миқдордаги пулни ёки чекни имзолаган шахсни ҳисобидан бошқа ҳисобга ўтказишга ёзма буйруқ берувчи махсус ҳужжат ҳисобланади. Бошқа ҳолларда чек касса аппаратида олинган талон бўлиб, унда товар учун тўланган пул миқдори кўрсатилган бўлади ёки кассага берилган квитанция бўлиб, унда товар учун тўланиши зарур бўлган пул миқдори кўрсатилган бўлади.

Вексель — бу қонун томонидан ўрнатилган шаклда расмийлаштирилган, бир шахсга иккинчи шахсдан векселда кўрсатилган пулни белгиланган вақтда ва жойда талаб қилиш ҳуқуқини берувчи ҳужжатдир.

Вексель мажбурияти — баҳслашувсиз ва қатъийдир. Вексель туловини бошқа шартларга боғлаб қўйиши мумкин эмас.

Оддий ва ўтказиш (тратта) векселлари бўлиши мумкин. Оддий вексель — бу ҳеч нарсга билан боғлиқ

бўлмаган вексель берувчининг мажбурияти бўлиб, муддати келганда вексель эгасига маълум миқдордаги пулни тўлашидир.

Ўтказувчи вексель — эгасининг ёзма қарори бўлиб, у пул тўловчига йўналтирилган вексельда кўрсатилган пулни учинчи шахсга — вексельнинг биринчи эгасига тўлаш тўтрисида буйруқдир.

Домицилированли вексель — бу огоҳлантиришга эга вексель бўлиб, учинчи шахс томонидан тўланадиган тўловни тўловчининг турар жойида ёки бошқа жойда тўлашнинг кўрсатади, бу огоҳлантириш вексели унинг эгаси томонидан берилади.

Бланко-вексель — бу ҳужжат бўлиб унда битта ёки бир неча оддий реквизитлар бўлмайди (вексель ушлаб турувчининг имзоси, пул миқдори ва чиқариш муддати). Бланко-вексель муомалала вексель ушлаб турувчи томонидан ёки тўловчи томонидан бланк акцепти натижасида чиқарилиши мумкин. Соло вексель — бу битта шахс имзолаган вексельдир. Вексель акцепти ўтказувчи вексель билан боғлиқдир, у оддийлардан фарқли равишда заёмчи томондан берилмайди, балки кредитор томонидан заёмчига берилади. Вексель айланмаси қатнашчилари орасидаги муносабатлар вексел қонунлари махсус метёрлари билан тартибга солинади. Кўпчилик давлатларда бундай қонуният Женева вексель конвенциясига (1930) асосланган, кўпчилик Европа давлатларида бу конвенция қонунлари ратификация қилинган.

Вексел икки турга бўлинади: фойзли ва дисконгли.

Фойзли вексель — бу номинал миқдордаги маблағни ҳамда номинал миқдорга асосланган фойзлар олинганини йиғиндисини тўлаш ҳақидаги мажбуриятдир.

Дисконгли вексель — бу маълум миқдордаги пул миқдорини тўлаш мажбурияти бўлиб, номиналдан ажратма (скидка) айланиб ташланади ва унда кўрсатилган сума тўланади.

Шартнома мажбуриятларининг ишга тушириш (айланма) ҳужжатлари ичида кенг тарқалгани бу акциялар, аллонжлар, гаровга қўйилганлар, облигациялар, тўлов топшириқлари, талаблар фактураси.

Акция — муомала муддати ўрнатилмаган, корхона тараққиёти учун киритилган маблағни тасдиқловчи қимматбаҳо қороздир.

Аллонж — вексел бланкида жой қолмаганда ёзув-

ларини ўтказиш учун векселга бириктириладиган қўшимча варақ. Шу билан бирга аллонжда аваль ҳосил қилиш мумкин, яъни вексель кафилиги, банк кафолати. Аваль векселнинг тўлиқ нарҳини ёки унинг бир қисминини кафолатлаши мумкин.

Гаров хати — бу қарздорларнинг кўчмас мулкни (иншоот, ер) гаровга бериш ҳақидаги ҳужжат. Бу ҳужжат, агар келишилган муддатда пул мажбурияти тўланмаса, қарз берувчи шахсга ушбу мулкни қим ошди савдосида сотиш ҳуқуқини беради. Гаров хати нотариус томонидан тасдиқланган бўлиши керак.

Облигация — ушбу қороз эгаси фойз ҳисобида олдиндан белгиланган даромад келтирувчи қимматбаҳо қорознинг бир тури. У корхона даромадларига қараб, ўз даромадини ўзгартиришга олиб келадиган акциядан фарқ қилади.

Тўлов топшириқи — ҳисоб-китоб ҳужжати. Тўловчи муассаса хизмат кўрсатувчи муассаса банкка ўз ҳисоб рақамидан олувчи ҳисоб рақамига маълум бир миқдорда пул ўтказиш топширигини ўз ичига олади.

Тўлов талаби — ҳисоб-китобнинг акцепт шаклида тўланувчи, харидорга маълум бир миқдордаги маблағни банк орқали тўлаш талабини ўзида мужассамловчи ҳисоб-китоб ҳужжати.

Фактура — сотувчи томонидан харидор номига у харид қилган молни керакли жойга элтишни тасдиқловчи ёки хизмат ва унинг нархи ёзилган ҳисоб ҳужжати.

8. ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИ ТАШКИЛ ЭТИШНИНГ АСОСИЙ БОСҚИЧЛАРИ

8.1. Бозорнинг конъюнктураси ва ресурсларининг имкониятини таҳлил қилиш

Ҳар бир ишни бошлашдан олдин тадбиркор ишлайётган иқтисодий шароитни, маълум бир маҳсулотта бўлган эҳтиёжни ёки қулайроқ имкониятлардан фойдаланишни таҳлил қилиши керак. Бозор иқтисодиёти ривожланган мамлакатларнинг мутахассислари СВОТ — таҳлилдан фойдаланишни тақлиф этадилар. СВОТ қисқартма сўз бўлиб, инглиз тилидаги «қувват», «қучсизлик», «имкониятлар», «таҳдид» каби сўзларнинг бош ҳарфларидан ташкил топган. Демак, тадбиркорлар ёки

фирманинг менежери ўзининг иш фаолиятини қуйидаги омилларни инобатга олиб белгилайди:

- корхонанинг ташқи муҳитга нисбатан қуввати ва қамчилиги;
- ташқи муҳитдан келиб чиқадиغان имкониятлар ва таҳдидлар.

Ҳолат таҳлили ҳозирги вақтдаги ишнинг аҳволи ва бизнес ривожланишининг йўналишларини келажакдаги истиқболлини баҳолашга имкон беради. Бу эса корхона қувватини ошириш ва нуқсонларни бартараф этишга мўлжалланган (имкониятлардан фойдаланиш ва туғиладиган таҳдидни бартараф этиш учун) бизнес-режаларини тузиш ва уларни амалга ошириш йўли билан қилинади. Бунда бозор конъюнктурасини ўрганишга алоҳида эътибор бериледи. Янги маҳсулотга бўлган эҳтиёжни тажриба учун маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш билан белгилаш лозим. Бу эса ўз навбатида нафақат бозор келажagini белгилайди, балки хўжалик фаолиятининг андозасини яхшилаш, меҳнат харажатларини аниқроқ ҳисоблаш ва маҳсулот ишлаб чиқаришга кетган материаллар харажатини ҳисоблаш ва энг муҳими ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг сотиб олинishiга ишонч ҳосил қилинишига ердан беради. Тадбиркорликнинг ташқи муҳит билан алоқаси ўзгаришларга бойлигини таъкидлаб ўтиш лозим. Шунинг учун тадбиркорлик фаолиятидаги имкониятларнинг ўзaro алоқаси муваффақиятли ва муваффақиятсиз шартномалар, ишлаётганлар сони, янги маҳсулот ишлаб чиқариш ва инвестицияларга боғлиқ ҳолда ўзгаради. Тадбиркорлик тизимига таъсир натижасида ташқи муҳит ҳам ўзгаради. Масалан, бир қатор фирмалар фаолиятини тўхтатиш ҳақидаги қарор шу туман ҳудудидаги ишсизликни кўпайтиради, маҳсулот ва хизматга бўлган талабни пасайишига олиб келади. Нақд пул келишидаги вақтинчалик муаммоларни ҳал қилиш учун қарз мажбурияти битимини тўхтатиш молиявий шубҳа туздириши мумкин, бу эса кредит олишда кўшимча қийинчиликларга олиб келади.

Тадбиркор, фирма менежерининг вазифаси шундан иборатки, корхонанинг ташқи муҳит билан мослашувига, фойдаланиладиган ишлаб чиқариш омиллини (ер, меҳнат ва бошқа маблағ), улар ишлаб чиқарадиган маҳсулотга, кўрсатадиган хизматга айлантириш.

Кичик бизнесда келажаги порлоқ йўналишларда ўз фаолиятини жамловчи, қисқа муддатларда янгилик киритувчи, лойиҳа ва режаларни амалга оширишда турли ташкилий масалаларни удабуронлик билан ҳал қилувчи, жамоада ижодий микроклимни вужудга келтирувчи тадбиркорлар муваффақият қозонадилар.

8.2. Тадбиркорларни давлат рўйхатидан ўтказиш

Кичик бизнесда хўжаликни бошқарувчи шахсларнинг ҳаммаси белгиланган тадбирда давлат рўйхатидан ўтишлари керак. Бу тадбирнинг икки мақсади бор. Бир томондан тадбиркорлик тизимини ноинсоф шериклардан, бошқарув тизимини суиистеъмол қилишдан давлат ҳимояси масаласи қўйилган бўлса, иккинчи томондан — рўйхатга олиш ёрдамида корхона ва тадбиркорларнинг фаолияти, давлат ва маҳаллий бюджетга солиқларнинг келиб тушиши, бошқа тўловларнинг тулаш тартиби назорат қилинади.

Давлат рўйхатидан ўтказиш шахснинг турар жойи ёки юридик манзилига жойлашган жойда амалга оширилади.

Корхоналарнинг баъзи турлари учун (банклар, сўғурта ширкатлари, босмахоналар) рўйхатдан ўтказишда бошқа тартиб ва бошқа органлар белгиланган. Агарда фуқаро юридик шахс бўлмасдан тадбиркор бўлишни хоҳласа, унда у белгиланган тартибда ариза бериши, рўйхатдан ўтказилиш учун керакли тўловни тўлаганлиги ҳақидаги ҳужжат бериши керак. Аризада 5 йил муддатта тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланиши сурилади ва фаолият турлари кўрсатилади. Шунингдек, аризага ўзи ҳақида маълумот ва тадбиркорлик фаолиятини ошириш йўл-йўриқлари ёзилган ахборот қўшилади.

Ариза билан биргаликда бошқа ҳужжатлар, дипломлар, гувоҳномалар ҳайдовчилик гувоҳномаси, лицензиялар ва агарда тадбиркорлик одамлар соғлиғига ёки табиатга зарар келтирадиган бўлса, керакли ҳужжатлар тақдим этилади. Ариза берилган кундан бошлаб 30 кун давомида кўрилади. Шу вақт ичида уни рўйхатдан ўтказиш ёки рад этиш ҳақида маълумот берилади. Хулоса 5 кун мобайнида ёзма равишда аризагача юборилади. Рўйхатдан ўтказилган тадбиркор ҳақидаги маълумот 10 кун ичида маҳаллий давлат бош-

қарув органларига, давлат солиқ инспекциясини туман бўлинимасига, Молия Вазиранлигига, статистика органига, давлат рўйхатдан ўтказиш бўлинимасига ва республика кўрсаткичлар бўлинимасига берилади. Тадбиркорга рўйхатдан ўтказиш ҳақидаги гувоҳнома берилади. Унда юридик шахс бўлмаган тадбиркорлик фаолияти турлари санаб ўтилади.

Давлат рўйхатдан ўтказиш ва қайта рўйхатдан ўтказиш ва ўз фаолиятини ўзгартирганлиги учун тадбиркор бож тўлайди. Тадбиркорнинг жисмоний имконияти ва аҳоли учун фаолиятининг аҳамияти ҳисобга олиниб тўлов ҳажми камайтирилиши мумкин.

Агарда фаолият турлари илтимосномага биноан белгиланган амалдаги тадбирга тўғри келмаса, рўйхатдан ўтказувчи бўлим фуқаро аризасини рад этиши мумкин.

Рад жавоби мақсадга мувофиқ бўлмаслиги мумкин эмас, агарда аризачи ўз аризасига рад жавоби билан қониқмаса у судга шикоят қилиши мумкин, қонунга мувофиқ давлат рўйхатдан ўтказиш рад этилса, фуқаро ёки тадбиркорга тўловдан 50% фоизи қайтариб берилади.

Рўйхатдан ўтмаган тадбиркор фаолияти тақиқланади, борди-ю тадбиркор фойда олса, унинг фойдаси суд томонидан маҳаллий бюджетга ундирилади.

Юридик шахсни давлат рўйхатидан ўтказиш тартиби анча мураккаброқ. Рўйхатдан ўтказишга ариза ва бож тўланганлиги ҳақидаги ҳужжатлардан ташқари қуйидаги ҳужжатларни тақдим этиш лозим:

1. Нотариусда тасдиқланган юридик шахс тузувчи таъсис ҳужжатлари (низом ва бир неча шахс томонидан корхона тузиш ҳақидаги шартнома нусхаси;

2. Юридик манзилни (таъсис этувчиларни бирининг турар жойи манзилгоҳи ёки иморат берувчи бирон бир ташкилот манзилгоҳи бўйича рўйхатдан ўтказиш мумкин) тасдиқловчи ҳужжат.

3. Агарда таъсисчи ишламаса меҳнат дафтарчасидан кўчирма ёки иш жойидан эгаллаб турган лавозими ҳақида маълумотнома.

Давлат рўйхатидан ўтказилиши учун корхонанинг тўлов ҳажми унинг фаолияти мақсадлари ва вазифалари, маҳаллий аҳолига ёки халқ хўжалигига оид маҳсулот ишлаб чиқариши, ишчилар сонини ва бошқа мажбуриятлар ҳисобга олиниб камайтирилиши мумкин.

Ҳужжатлар топширилгандан сўнг бир ой мобайнида корхона рўйхатдан ўтказилиши керак. Рўйхатдан ўтказилганлигини тасдиқловчи ҳужжат бўлиб, рўйхатдан ўтказилганлиги ҳақидаги гувоҳнома хизмат қилади. Қонунга мувофиқ рўйхатдан ўтказиш рад этилса, тўланган божнинг 50 фоизи корхонага қайтариб берилади.

Рўйхатта олинган кундан бошлаб корхона қонунга асосан барча турдаги фаолият билан шуғулланиши мумкин. Корхона лицензия олиш лозим бўлган фаолият турларига албатта лицензия олиши керак.

8.3. Хўжалик юритувчи субъектларга баъзи бир фаолият турларини олиб боришлари учун рухсатнома бериш тартиби

Тадбиркорликнинг айрим турлари билан шуғулланишга давлат томонидан вакил қилинган бўлинималардан рухсатнома олингандан кейингина ижозат берилади. Бундай бўлинималар рўйхатини Республика Вазирлар Маҳкамаси белгилайди. Рухсатнома 5 йил муддатга берилади ва корхонага ёки тадбиркор хоҳишига қараб муддати узайтирилиши мумкин. Муддати узайтирилган рухсатнома берилаётган вақтда фаолият турларига қараб, энг паст ойлик иш ҳақининг чорагини ташкил этувчи бошланғич нархига қараб тўлов ўрнатиллади.

Рухсатнома корхонани бошқаришдан манфаатдор бўлган шахснинг таъсис ҳужжатлар нусхаси илова қилинган аризасига қараб берилади. Зарурият тутилган пайтда аризачидан корхонанинг фаолият якуни ва шароитига бўлган талабларни бажарилаётганини тасдиқловчи бошқа қўшимча ҳужжатлар талаб қилиниши мумкин.

Керакли ҳужжатлар ва ариза берилгандан сўнг 30 кун давомида рухсатнома бериш ҳақидаги қарор қабул қилинади. Рухсатнома бериш ёки бермаслик ҳақидаги қарор қабул қилинган кундан бошлаб 5 кун ичида аризачига маълум қилинади.

Агарда рухсатнома бериш учун керакли қарор қабул қилишда экспертиза талаб қилинса, бу экспертизани вазифаси назорат қилишдан иборат бўлган давлат органлари амалга оширади ва у ҳолда экспертиза ҳулосаси олингандан сўнг 15 кун мобайнида ариза ва

керакли ҳужжатлар топширилгандан сўнг 60 кундан кечиктирмай қарор қабул қилинади. Бунда экспертиза ўтказиш учун кетган харажатларни аризачи тўлайди.

Рухсатнома икки нусхада бўлиб, ҳужжат беришга жавобгар шахс томонидан қўл қўйилиб, бераётган органнинг муҳри босилиб, бир нусхаси аризагачи берилади. Рухсатномага рухсатнома бераётган муассаса номи; юридик шахс номи ва манзили ёки фаолиятни амалга ошираётган шахснинг исми фамилияси, турар жойи; рухсатнома берилаётган фаолият тури; фаолиятни амалга ошириш қоидалари ва шарт-шароитлари; рухсатнома рўйхат рақами; берилган вақти ва муддати ёзилади.

Агарда бошқарувчи шахс рухсат этилган фаолиятни амалга оширишда рухсатномада белгиланган қонун-қоидаларни, амалдаги қонунни бузса ёки аҳоли ҳаётига хавф-хатар келтирувчи бирон бир ҳодиса ёки таълика туғдирса, у ҳолда рухсатнома берган муассаса маълум бир муддатга корхона фаолиятининг камчиликларини бартараф қилгунича тўхтатишга ёки рухсатномани тўхтатмасдан камчиликларни бартараф қилиш тўғрисида корхона раҳбарига керакли йўл-йўриқ беришга ёки назорат қилиш бўлиналарининг керакли ҳулосасига асосланиб, оғоҳлантиришсиз корхона ёки тадбиркорни рухсатномадан фойдаланиш ҳуқуқидан маҳрум қилишга ҳақли.

Рухсатномани бериш ҳақидаги рад жавоби ёки корхонанинг фаолиятини тўхтатиш ҳақидаги қарори 30 кун мобайнида рухсатнома берган муассаса жойлашган ҳудуд судида қайта кўриб чиқиши мумкин. Агарда корхона фаолиятини тўхтатиш ёки рухсатнома бермаслик ҳақидаги қарорини суд рад этса, бошқарувчи шахсга қайтадан рухсатнома берилади, бунишг учун ҳақ олинмайди.

Агарда корхона фаолияти тугатилса ёки рухсатномадан фойдаланиш ҳуқуқидан маҳрум қилинса, у рухсатнома берган муассасага қайтарилди.

8.4 Таъсис ҳужжатлари

Корхонани давлат рўйхатидан ўтказиш учун корхона низоми ва агарда корхона бир неча шахслар иштирокида тузилган бўлса корхона тузилиши ҳақидаги

шартнома асосий таъсис ҳужжати бўлиб хизмат қилади.

Корхона низоми ва таъсис шартнома лойиҳасини корхона тузувчи шахслар ёки ташаббускор шахс тузади.

Низомда нимага асосланиб корхона тузилмоқда эканлиги, унинг қисқа ёки тўлиқ номи, рус, инглиз ёки керак бўлса бошқа тилларда ҳам кўрсатилади. Ҳужалик фаолият мақсади аниқланади ва мақсадни қандай йўллар билан амалга ошириш вазифалари, яъни тадбиркорлик турлари, шунингдек, рухсатнома олинган керак бўлган турлари белгиланади. Корхонанинг ўз мажбуриятларига чекланган жавобгарлик ва унинг фаолият муддати ўрнатилади.

Корхона манзилгоҳи, телефони ва телефакси, биринчи молиявий йил бошланиш вақти кўрсатилади. Ҳужалик фаолиятини бошлаш учун низом маблағининг ҳажми аниқланади.

Амалдаги қонун асосида корхона ҳақ-ҳуқуқлари, дивидендлар тўлаш ва даромадни бўлиш тартиби низомда кўрсатилади.

Низомда корхона бошқаруви, унинг олий органига алоҳида эътибор берилади. Конференция қатнашчилари, раҳбарлар кенгаши ёки бошқарма Олий орган бўлиши мумкин. Бу сайловда сайланган расмий ва мансабдор шахслар корхона фаолиятининг самарали йўналишларида мақсадни амалга ошириш вазифалари ва ваколатлари белгиланади. Корхона раҳбари, унинг муовинлари ва корхонанинг ҳамма аъзоларининг вазифа ва ҳақ-ҳуқуқлари аниқланади. Корхона ревизия комиссиясини сайлаш шартлари ва унинг вазифалари, иш қозонлари олиб боришга бўлган талаблар кўрсатиб ўтилади.

Таъсис шартнома корхонани фуқаролар жамоаси томонидан корхона ташкил қилишнинг шарт-шароитларини аниқ белгилайди. Унда ҳар бир қатнашчининг маблағ қўшишдаги улуши аниқланади.

Таъсис шартномада қўйидаги саволлар ўз аксини топган:

- корхона тузишда томонларнинг розилиги;
- корхона мақсадлари;
- юридик шахс ҳақ-ҳуқуқларини эгаллаш шароитлари;
- низом маблағи ва эгалик ҳуқуқи; манфаатлар низо-

ларининг ҳал қилиниши; корхона ишчиларининг ҳуқуқ ва мажбуриятлари (бурчлари);

- сармоянинг тақсимланиши;
- захира фондини ташкил қилиш; корхона аъзоларининг овозлари сони;
- бошқарув органлари; корхона фаолиятини тўхтатиш; шартноманинг кучта кириш шарт-шароитлари.

Корхонанинг низоми ва таъсис шартнома лойиҳаси умумий мажлисда қўрилади ва баённома тузилади.

8.5. Корхонани ташкилий расмийлаштириш

Давлат рўйхатидан ўтказилгандан ва тадбиркорлик фаолиятига рухсат этилгандан сўнг, корхона раҳбарияти думалоқ муҳр ва бошқа штампларни тайёрлатишга буюртма олиши, банкда ҳисоб рақами очтириши, солиқ инспекцияси, аҳолини ижтимоий ҳимоялаш фонди ва банд қилиш марказидан рўйхатдан ўтказиши керак.

Думалоқ муҳр ва бошқа штампларни тайёрлатишга буюртма беришдан олдин корхона ўзи жойлашган тумандаги ички ишлар бўлимига муҳр ва штампни кўрсатиши; корхонанинг рўйхатдан ўтганлиги ҳақидаги ҳокимият қароридан кўчирма, ҳокимият тасдиқлаган икки нусхадаги муҳр ва керакли штамп чизмалари тақдим этилгандан сўнг амалга ошириши мумкин.

Ички ишлар бўлими рухсатни алоҳида хат ёки илтимос хати қўринишида беради. Чизмалар эса керакли ёзув, муҳр билан тасдиқланган бўлади.

Муҳр ва штамп тайёрлаш учун буюртмага иш юзасидан ёзишув учун махсус бланкни ҳам қўшиш мақсадга мувофиқ булар эди.

Кейинчалик бу бланк Давлат патент идораси томонидан бериладиган тадбиркорлик тизимини товар тақдирлаш белгиси билан тўлдириши мумкин.

Харидор ва шериклар билан кредит ҳисоб-китоб муносабатлари ташкил этиш учун банк муассасасида ҳисоб рақами очиши мақсадга мувофиқ. Банкка ҳисоб рақами очиш учун ариза; ҳокимият тасдиқлаган таъсис ҳужжатлари; нотариус тасдиқлаган имзо намуналари муҳр ва штамп билан тасдиқланган карточкалар, ҳокимиятнинг маҳаллий кенгаши корхонани давлат рўйхатидан ўтказганлиги ҳақидаги қарор кўчирмаси ёки нотариус тасдиқлаган маълумотнома ёки кўчирма,

солиқ инспекциясидан рўйхатдан ўтганлиги ҳақидаги қарор маълумотномаси берилиши керак.

Банк муассасаси аризага ҳисоб рақами очадиган, унинг рақамини корхонанинг низоми (асл нусхасига) ёзади ва бош ҳисобчининг имзоси қўйилиб, банкнинг гербли муҳри босилади.

Корхонанинг вақтинчалик муҳри бўлмаса, банк муассасаси рақам соҳибига муҳр тайёрлаш учун маълум муддат беради ва бу вақт ичида ҳисоб-китобнинг пулли ҳужжатлари муҳрсиз берилишига рухсат беради.

Ҳисоб рақамига нақд пул билан келадиган тушум ва нақд бўлмаган ҳолда келадиган маблағни ҳисобга ўтказиш, банкдан нақд пул олиш, ҳисоб рақамидан таъминловчига пул ўтказиш, кредит олиш ва бошқа масалалар шартнома асосида корхона ва банк муассасаси томонидан ҳал қилинади. Корхонанинг бошқа корхона, ташкилотлар баъзи тадбиркорлар билан бўладиган аниқ ҳисоб-китобларни шартнома бўйича белгиланади.

Шунингдек, юридик шахс бўлмаган тадбиркор, банк муассасасида ҳисоб-китоб, кредит ва касса операцияларини олиб бориш учун ҳисоб рақами очиши мумкин. Бунинг учун ариза, тадбиркорнинг давлат рўйхатидан ўтказилганлиги ҳақидаги ҳужжат нотариус тасдиқлаган ўз имзо намунаси бўлган карточка солиқ инспекциясида рўйхатда турганлиги ҳақидаги маълумотнома бўлиши керак.

Тадбиркор ўз ҳисоб рақамидан фойдаланишни нотариус тасдиқлаган ишонч қорғози орқали бошқа шахсга бериши мумкин.

Борди-ю, тадбиркор вафот этса, тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш бўйича мажбуриятлар унинг меросхўрига ўтади. Бундан унинг номига очилган ҳисоб рақамини бошқатдан расмийлаштиришга тўғри келади. Меросхўр қонуний равишда ўз фаолиятини бошлашдан олдин, банк муассасасига ҳисоб рақамини ўз номига қайта расмийлаштириш ҳақидаги ариза, нотариус тасдиқлаган ўз имзосининг намунаси бўлган карточка ва меросхўрлик ҳақидаги гувоҳнома топшириши керак.

Тадбиркор ҳисоб рақамида бўлган пул қолдиғидан фойдаланганлиги учун банк унга шартномада белгиланган маълум фоиз тўлайди.

Барча тадбиркорлик тизими яшаш жойидаги аҳоли-

ни ижтимоий ҳимоялаш фонди ва бандлик марказидан рўйхатдан утиши керак. Бунинг учун улар бу ташкилотларга белгиланган тартибда керакли ҳужжатларни беришлари керак, сўнг уларга керакли хабарномалар юборилади.

9. КИЧИК БИЗНЕС ВА УНИНГ ТАРАҚҚИЁТ ИСТИҚБОЛИ

9.1. Республикада кичик бизнеснинг ҳозирги пайтдаги иқтисодий самарадорлиги

Мутахассислар баҳосига қура, МДҲ давлатларидан нодавлат бизнеснинг саноатда улуши ишлаб чиқаришнинг умумий ҳажмидан 15 фоизни ташкил этади. Кичик бизнеснинг тадбиркорлик тизими томонидан аҳоли талабини қондирадиган маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми 10 дан 30 фоизгача, савдо соҳасида эса 30 фоиздан ортигини ташкил этади.

Расмий хабарларга, низом ҳужжатларига ва солиқ инспекциясига бериладиган маълумотларга қараганда тадбиркорлик тизимининг яримига яқин саноат ва савдо тармоқларида фаолият кўрсатади. 20 фоизи қурилиш тармоғида ишлайди. Қолган барча фаолият турларига (қишлоқ хўжалиги, ишлаб чиқариш, таълим, илм-фан, тиббиёт, молия тармоқлари, воситачилик) 30 фоизи туғри келади.

Аммо ҳақиқатда эса тадбиркорлик тизимининг фаолияти умуман бошқача: тадбиркорларнинг 60 фоизгача савдо-сотиқ ва турли хил воситачилик фаолияти билан шуғулланар экан.

Ташқи вазиятнинг таъсири остида Ватанимиз тадбиркорлари оммавий равишда асл фаолиятни амалга оширмаётганлиги кўриниб турибди.

Яшаш истаги шахсий маблағни маҳсулотларнинг сонини оширишга эмас, балки уларни қайтадан тақсимлашга йўналтиришга ундайди.

Кўпинча ишбилармон тадбиркорлар ўз фаолиятини давлат нархи ва эркин (биржа) нарх орасидаги фарқдан фойдаланишдан бошлаганлар, бунга давлат саноат корхоналари ва мустақил тадбиркорлар орасидаги яқинлик сабаб бўлган.

Ҳақиқатда эса охиригиларнинг мустақиллиги давлат маҳсулотини сотиш йўллари топиш билан чегара-

ланган, бунда давлат корхона раҳбарлари ва давлат бошқарувидаги юқори органлар даромадни тақсимлашни назорат қилишни ўз қўлларига олганлар.

Ҳозирги шароитда давлат корхоналари маҳсулотларини сотиш йўли билан устама фойда олиш, эркин нархга утиш ҳисобига пасайиб кетди. Воситачиларга давлат маҳсулотларини қайта сотишдан деярли фойда олиш мумкин бўлмай қолди. Шунинг учун тадбиркорлик тармоғида ички ва дунё миқёсидаги нархларнинг фарқидан фойдаланиш даромад манбаи бўлиб қолди. Бунда савдодан тушган пулнинг бир қисми Республикага расмий равишда қайтариб берилади, бошқа қисми эса чет мамлакатларда қолади. Оффшорли шерикларнинг ҳисоб рақамига қанча валюта тушаётганлигини аниқлаш қийин, чунки бу тадбиркорлар ва давлат хизматчилари орасидаги сирлардан биридир.

Ана шундай тадбиркорликни ривожлантиришдаги салбий томонлар Республикадаги қонунлар негизининг етарли даражада ишламаётганлигининг гувоҳи бўлади. Айнан мана шу ерда бир томондан давлат ҳокимият тизими ва миллий банкнинг, иккинчи томондан тижорат банклари ва бошқа тадбиркорлик тизими орасидаги ғайритабиий муносабатларнинг дастлабки сабаблари яширинган.

9.2. Кичик бизнес стратегияси ва муаммолари

Асримизнинг иккинчи яримида кичик бизнес кўп мамлакатларда тадбиркорликнинг динамик қисми бўлиб қолди. Ҳукумат кичик ва ўрта бизнесни миллий иқтисоднинг ўсиши учун озиқлантирувчи тармоқ сифатида кўради. Тадбиркорликнинг бу шаклидаги кадр-қимматини қуйидагилар тәпшиқил этади: ҳаракатнинг мустақиллиги; тезкор ва ўзгарувчан қарорларнинг бўлиши мумкинлиги; маҳаллий шароитларга мослашуви; аҳоли ўртасида кичик бизнесга булган ишончнинг мавжудлиги, бир неча касбнинг бирлаштириш имкониятининг борлиги; бизнес операциясига кетадиган харажатнинг камлиги; узоқ муддатли фойдалар; тезкор моддий фойдага бўлган имкониятлар.

Турли мамлакатларда кичик ва йирик бизнес орасидаги муносабатларнинг ҳуқуқий ва иқтисодий шакли ҳар хил. Қонунчилик кичик бизнесни хўжаликнинг мустақил шакли сифатида ташкил қилиш ва йирик

корхоналар қошида амалга оширишга рухсат беради. Бу тадбиркорлик фаолиятининг тез жонланиши ва бозорни маҳсулотлар билан тўлишига ёрдам беради. Бундан ташқари республикада кичик бизнеснинг шаклланишига саноатнинг тараққий этган тармоқларининг мавжудлиги, булар асбобсозлик, радиоэлектроника, қишлоқ хўжалигида эса жуғрофик муҳит фермер хўжалигининг ривожланишига ёрдам беради.

Республикада кичик бизнеснинг қайси шакли самарали эканлигини хўжалик фаолияти йўналишлари ва ишчилар сони бўйича қайси корхона чидамлигини ҳозир айтиш қийин.

Кичик бизнеснинг шаклланиши ва ривожланишида олинган тажрибани умумлаштириш ва маълум хулоса қилиш ва таклифлар киритиш учун маълум бир вақт керак.

Бироқ ҳозирдан кичик бизнеснинг ривожланиш муаммолари аниқ. Улар мулкни тўла ҳимоя қила оладиган ва шартномаларни бажаришни кафолатлайдиган ҳуқуқий тизимнинг йўқлиги туфайли пайдо бўлмоқда.

Кичик бизнеснинг самарали ривожланиши учун республика иқтисодиёти қуйидаги йўналишларда ривожланиши керак: ҳуқуқий таъминот, солиқ тизимининг такомилланиши, хусусийлаштириш, тадбиркорлик фаолиятининг харидорга мослашуви ва бошқалар.

9.3. Кичик бизнеснинг давлат томонидан қўллаб-қувватлаш тизими

Кичик бизнеснинг давлат томонидан қўллаб-қувватланиши қуйидаги таркибий қисмларни ўз ичига олиши керак: бюджет орқали бевосита ёрдам пули (масалан, АҚШда ёрдам пули йилига 300 минг долларга яқин миқдорни ташкил қилади). Пул ҳажми кичик бизнес суғурта қилинмаган зарарларни қоплаш учун белгиланган бўлиши керак. Ёрдам пули инновациянинг хавфли лойиҳаларини қоплайди ва катта бизнес талаб қилмайдиган маҳсулот турларини ишлаб чиқаришни кучайтиради.

Кичик бизнесга йирик корхоналар (асосий пудратчилардан пудратта олиш тури бўйича) бериши керак бўлган буюртманинг мажбурий фоизи белгиланган давлат буюртмаларини катта корхоналарга жойлаштиради. Давлат банк кредитларини олишда кафил сифати

да чиқади. Шунинг учун майда бизнесга кредит олиш анча енгилроқ; кичик бизнес солиқ имтиёзларига эга бўлиши керак. (Масалан, АҚШда солиқлар умумлаштирилганда фойданинг 44 фоизини ташкил этади: 36 фоизи миллий, 8 фоизи — штат солиқи). Агарда фирма ижтимоий тармоққа ёки ишлаб чиқаришнинг ривожланишига ажратилган маблағини қўлайтурса, солиқ солинадиган улуш қисқартирилиши мумкин.

Масалан, Буюк Британия ва Италияда ёш тадбиркорлар юқори чегириш билан тадбиркорлик фаолиятини бошлаш ва давом эттириши ҳақида, шунингдек бозорга қандай чиқиш мумкин, ишбилармон шерикларини қандай топиши ҳақидаги маслаҳатларни текинга олиши мумкин. Бундан ташқари у ўзини қониқтирадиган нархга ижарага иморат ва хусусий бизнесни бошлаш учун керакли асбоб ускуна олиб, амалий ишда синаб кўриши мумкин.

МДХ мамлакатларида кичик бизнесни давлат томонидан маблағ билан таъминлаш бюджетда пул кам бўлганлиги учун арзимаган миқдорда амалга оширилади.

9.4. Кичик бизнеснинг иқтисодий самарадорлигини оширишнинг асосий йўллари ва омиллари

Республикада кичик бизнеснинг такомилланиши ва ривожланишида ташқи, ички омил ва шароитлар, яъни чет эл мамлакатлари билан иқтисодий интеграциянинг юқори савияси, чет эл кредитларини, чет эл инвестицияларини, заёмларини жалб қилиш, бозор муносабатлари ривожланиш даражаси инфраструктура аҳволи, ташкил қилинган иқтисодий ишлаб чиқариш имкониятларидан фойдаланиш савияси, меҳнат ва табиий манбалар муҳим аҳамиятга эга.

Яқин орада экспорт ва импортни бирданига бошқа йўналишга буриш мумкин эмас. Янги бозорларда маҳсулот ва хом-ашё сотиб олиш учун валюта керак. У эса ҳозир етарли даражада эмас. Шунинг учун Республика МДХ ва Россия бозорларида ўз маҳсулотларини сотишни сақлаб қолиш керак. Келажақда иқтисодий тизимни қайта қуриш муносабати билан Марказий ва ғарбий Европа мамлакатлари билан аста-секин интеграция бўлиши учун объектив асослар туғилади.

Кичик бизнес шакллариини ташкил этишда ишлаб чиқаришни замонавийлаштириш, экспорт имкониятларини кенгайтириш учун валютага сарф қилинган харажатаари қоплай олиш негизида, шунингдек бевоcита чет эл инвестиция негизида чет эл кредит, заёмларини жалб қилиш муҳим аҳамиятта эга Республика шундай вазиятда қолганки, у маблағ билан таъминлашининг ноанъанавий усуллариини жалб этмай туриб, иқтисодий вазиятга таъсир кўрсата олмайди.

Республиканинг халқаро тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш фондлари, халқаро валюта фонди, Европа тикланиш ва ривожланиш Банки, Жаҳон Банки ва унинг филиали бўлган халқаро молиявий корпорация, инвестиция ва кафолат халқаро агентлиги билан ҳамкорлиги ижтимоий-иқтисодий дастурни амалга ошириш учун имтиёзли равишда кредит олиш имкониятини тўғдиради.

Бироқ республиканинг яқин ва узоқ хорижий мамлакатлар билан турли алоқаси қанчалик яхши бўлмасин, кичик бизнес ривожланишида ички шаронт ва омилар ҳал қилувчи роль ўйнайди. Бу омилар ичидан энг муҳими — бозор алоқаларининг ривожланиш даражасини ўта пастлиги.

Бунинг сабаби бир томондан бу ислохотларни амалга ошириш бошлангандан бери қисқа вақт ўтганлигида бўлса, асосийси — мутаносиб кучларнинг ислохотларга қаршилиги, керакли бозор инфраструктура тузилишининг йўқлиги, бошқарув ҳуқуқлари ва унинг нормаларини амалга ошириш механизмининг такомиллашмаганлигидир.

Республиканинг иқтисодий ишлаб чиқариш имкониятларидан (собиқ СССР даврида республикада 1990 йилда ҳудуднинг бир фонз, аҳолининг 3,7 фоизини ташкил қилишига қарамай, умумий маҳсулот ва миллий даромад 4,3 фонз, саноат маҳсулотлари 4,5 фонздан ошди, қишлоқ хўжалик маҳсулотлари 5,6 фонз ишлаб чиқариш эди) тўлиқ фойдаланилмаяпти. МДҲ ва жаҳон бозорлари аҳолини ҳисобга олган ҳолда, мавжуд маҳаллий манбалар, халқ хўжалиги ва аҳоли эҳтиёжларини ҳисобга олган ҳолда истеъмолчилар комиссияси, илмий ва экспорт ва ишлаб чиқариш тармоқларининг ривожланиши ёрдамида иқтисодий ишлаб чиқариш имкониятларининг тизимларини қайта ҳуришни амалга ошириш лозим.

Кичик бизнес ривожланишини тезлаштиришда ва унинг самарадорлигини оширишда асосий йўналишлар бўлиб қуйидагилар хизмат қилади:

- солиқлар, валюта ва ташқи савдони бошқариш борасида чет эл инвестициялари учун мустаҳкам режими ўрнатиш, чет эл капитали ёрдамида хусусийлаштириш учун керакли шаронтлар яратиш, инвестицион лойиҳалар ҳақида маълумотлар тизимини ташкил этиш;
- молиявий-кредит муомаласи тармоғида — кичик бизнес учун кредит муассасалари (масалан, кредит омонат муассасалар) ташкил этишга керакли шаронтлар яратиш ва кредитлар олиш имкониятларини кенгайтириш; чуқур қайта ишланган маҳсулот экспорти билан шуғулланадиган тадбиркорлар учун валюта тулуғини сотишни мажбурий нормаларини яхшилаш, банклараро ҳисоблаш тизимини ривожлантириш;
- кичик корхоналар учун асосий фондларининг амортизацияси;
- марказлашган ресурслар манбаалари, ахборот маълумотлар базасига киришни таъминлаш, тадбиркорлар ва харидорлар ижтимоий ҳимоя кафолатини таъминлаш;
- маҳаллий ўз-ўзини бошқариш органлари томонидан қўллаб-қувватлашни активлаштириш, шу жумладан маҳаллий миқёсда солиқ имтиёзлари ишлаб чиқиш;
- кичик корхоналар маҳсулотларига эҳтиёжни ва талаб конъюнктурасини ўрганиш учун республика ахборот тизимини ташкил этиш;
- кичик венчур корхоналарга маблағ сарфлаётган хусусий инвесторларнинг давлат сўғуртаси;
- лизинг хизматларини ривожлантириш.

И Б У Л И М

Менежмент ва кичик бизнес

10. КИЧИК БИЗНЕС РИВОЖЛАНИШИНИНГ ЙЎНАЛИШЛАРИНИ АНИҚЛАШ

10.1. Тадбиркорлик рояларининг шаклланиши ва кичик бизнес йўналишини ташлаш

Тадбиркорни биринчи ўринда ўз фаолиятидан қандай моддий фойда олиши кизиқтиради, лекин ўз ишини ривожлантириш учун етарли маблағ тўплаш ва даромад олишни бундай ҳолларда қилиш мумкин, қачонки ишлаб чиқарилаётган маҳсулот (хизмат) истеъмолчини кизиқтира олса. Коммерция корхонаси кенг миқёсдаги масалаларни ҳал этиши керак. Масалан, жамиятга керакли қўшимча хизмат кўрсатиш, ўз ходимларига ўз қобилиятларини نامоён этишга қўмақлашиш, бозорда, тармоқларда илгор ўринларни эгаллашни таъминлаш, харидорлар эҳтиёжини муносиб равишда қондириш.

Юқорида айтиб ўтилган масалаларни ҳал қилиш учун оқилона ҳаракатлар ва қарорлар талаб қилинади. Демак, тадбиркор аввалом бор қайси бизнес йўналишида ишлашни аниқлаш, яъни тадбиркорлик роясини белгилаш кераклигини ўйлаб кўриши лозим.

Тадбиркорлик рояси — ҳар қандай бизнес ташаббусининг асосидир. Инсонда у доимо шаклланиб бориши учун тадбиркорлик қобилияти, у ёки бу маҳсулотни ишлаб чиқариш ҳақида керакли билим, савдо, молия муҳитида воситачилик ва инновацион фаолият ҳақида тушунча бўлиши керак.

Тадбиркорлик рояси самарали бўлиши учун ҳужалик фаолиятининг режасини, амалга ошириш зарур бўлган муҳим манбаларининг биринчи ўринда турувчи муаммоларни белгиланган асосий дастурий ишлаб чиқариш керак. Узоқ муддатта мўлжалланган режалаштиришга (3 йилгача) қўйиладиган муҳим талаб — бу

тадбиркорлик рояларининг яшовчанлигини таъминловчи режани ташкил этувчи элементларни кўриб чиқиш. Уларга қўйиладиган қиради:

1. Кичик бизнеснинг муҳим вазифаси ёки ҳужаликдаги аҳамияти. Стратегиянинг ушбу элементи имкониятни таърифлашда, корхона ёки тадбиркор бозор эҳтиёжи, маҳсулот хусусияти ёки хизмат тури ва рақобатбардошлигининг мавжудлигини ҳисобга олган ҳолда ёндашади.

2. Рақобатбардошлик, яъни ҳужалик фаолиятининг ушбу тармоқда бошқа тадбиркорлик тизимларидан эҳтиёж талабини қондиришда қўли баланд келиш.

3. Маълум шароитда рояларни амалга ошириш, бундай ишни амалга оширишда чиқарилаётган маҳсулот турига мувофиқ айрим бажарилаётган операцияларни ва бажарилаётган ишларни дифференциация қилишга йўналтириш мумкин. Кичик бизнес корхоналари бўлимларининг ишлаш тизимини ташкил этиш муҳим аҳамиятга эга. Шунинг учун ҳар бир тадбиркорлик тизими стратегияси маълум миқдорда бизнесни ташкил қилишда аввалом бор дифференциацияга, сўнг интеграцияга асосланиши лозим.

4. Маҳсулот. Ушбу элементни ишлаб чиқиш стратегияси сотувга тайёрланган товарлар ёки харидор эҳтиёжларидан келиб чиқадиган хизматлар таҳлилини талаб қилади.

5. Бозорлар. Бу элемент стратегиясини ишлаб чиқиш жараёнида корхона тадбиркорлари ва менежерларининг саёй-ҳаракатлари буюртмачини танлашга қаратилиши керак. Маҳсулотни қаерда, қандай қилиб, кимга ва қандай нархда сотишни белгилаб олиш ва шу билан бирга харидорнинг мақсади қандай эканлигини аниқлаб олиш лозим.

6. Манбалар. Бу тушунчага жорий харажат ва инвестиция қиради. Охиригисидан қўпинча стратегияни молиявий қўллаб-қувватлашда фойдаланилади. Шунинг учун инвестиция йўналишларини танлашга ҳар қандай тадбиркорлик тизимининг фаолияти устуворлиги боради.

7. Тизимий узгаришлар. Филиаллар ва тармоқланган корхоналарни ташкил этиш, сотиб олиш ва сотиш компания бошқарув стратегиясининг муҳим элементи-дир.

8. Ривожланиш дастури. Дастур тадбиркорлиқни ривожлантиришда стратегия индикатори бўлиб хизмат қилади, ҳужалик фаолияти ва моллар сотиладиган бозор йўналишларини таърифлайди, ишбилармон фаолиятини оширади, корхонанинг, тадбиркорликнинг ташқи бозор муҳитига мослашувига асосланиб, ҳужалик фаолиятини такомиллаштиради. Бир зумлик мослашув яъни бир неча ой давомида шароитнинг ўзгаришига мослашув муҳим аҳамиятга эга. Бундай мослашувни таъминлаш учун ҳужалик фаолиятининг умумий режасини ишлаб чиқиш, харажат тизимини, маҳсулот навларини ёки кўрсатилаётган хизмат рўйхатини аниқлаш керак.

10.2. Тадбиркорлик лойиҳаларини техник-иқтисодий асослаш

Тадбиркор, ҳужалик фаолиятини бошқараётиб, ўз режасини амалга оширишнинг муқобил йўллари ва имкониятлари ҳақида маълумот олиши ва улардан энг яхшинини танлаши керак.

Хусусан, энг оқилона тадбиркорлик лойиҳаси шуки, у жалб қилинган ва нақд капитални самарали, тўғри ва тўлиқ режалаштирилган натижага эришишга йўналтирилган, асосланган мақсадга мувофиқ усуллар билан ҳужалик масалаларини амалга ошириш. Лойиҳанинг яшаш қобилияти иқтисодий-техник кўрсаткичлар билан, шунингдек, ҳулосаларнинг афзаллигини танлашга асосланган ва мақсадга мувофиқ хатти-ҳаракатларга тўғри баҳо бериш билан таърифланади.

Тадбиркорлик лойиҳасининг иқтисодий-техник асоси қуйидаги тартибда кўрсаткичлар тизимида фойдаланиб амалга оширилади:

1. Корхона келажги ҳақида дастлабки маълумотлар йиғилади ва бу маълумотларга ишлов берилади.

2. Тадбиркорлик режасини амалга оширишдаги харажат ҳисобланади. Бунга тадбиркорларни ёки корхонани рўйхатдан ўтказишга, ишлаб чиқариш базасини тузишга, маҳсулотни ишлаб чиқаришга (хизмат кўрсатиш) ва уни сотишга кетадиган харажатларга йўналтирилган пул воситалари киради.

Кичик бизнеснинг тадбиркорлик тизимларини рўйхатдан ўтказиш харажатлари таъсис ҳужжатлар

комплексини тайёрлаш, юридик ёки жисмоний шахс ҳуқуқларига эга бўлиш, рўйхатдан ўтиш, давлат божи-ни тўлаш, ҳисоб рақамини очиш, муҳр ва штамп, бланклар тайёрлаш, низоми капиталини пулжудга келтириш билан боғлиқ.

Ишлаб чиқариш базасини тузишга йўналтирилган низоми маблағи қуйидаги йўналишларда ҳисобга оли-нади: лойиҳадан олдинги изланишлар; лойиҳалаш; имо-рат қуришлар ёки ижарага бериш; асбоб ва жиҳоз; ортехника; мебел ва инвентарларга кетган харажат-лар.

Маҳсулот таннархини шакллантирувчи ва бошқа-рув харажатларни ўз ичига қуйидагиларни олади: уску-наларнинг амортизацияси; бино ва иншоотларни сақ-лаш; улардан фойдаланиш; электр энергияси; бут; ёқил-нига сарф-харажатлар. Ҳужалик асбоблари; мебеллар; анжомлар ва бошқаларни (техника хавфсизлиги, иш-лаб чиқариш малакаси, фуқаролар мудофааси) сақ-лаш ва таъмирлаш.

Маҳсулотни сотиш бўйича харажатлар, ураш, тера, транспортда ташиш, омборхонада сақлаш, рекламани ҳисобга олган ҳолда белгиланади.

3. Чиқарилаётган маҳсулот учун режалаштирилган нархлар белгиланади. Уларнинг даражаси талаб ва так-лифларни инобатга олиб белгиланади. Лекин нарх ҳужалик харажатларини қоплаши ва даромаднинг етар-ли даражада бўлишини таъминлаши керак.

4. Кутилган даромад маҳсулот ишлаб чиқариш йил-лик дастури ва бир донасини ҳисобга олган ҳолда ҳисоб-китоб қилинади.

5. Киришдан тўланадиган мажбурий тўловлар ва тушумнинг тахминий суммаси ҳисоб-китоб қилинади.

6. Кутилган баланс даромад аниқланади.

7. Солиқлар, тўловлар, йиғимларнинг умумий сум-маси аниқланади.

8. Тадбиркорлик лойиҳасини амалга оширишдан келган соф даромад ҳисоб-китоб қилинади.

9. Соф фойдани ҳисобга олган ҳолда лойиҳа таҳ-лил қилинади. Агар ҳисоб бўйича фойда олинмаса ва унинг ҳажми метёрдан кам бўлса тадбиркорлик лойи-ҳасини амалга ошириш мақсада мувофиқ бўлмади, бунда тадбиркорлик режасининг янги концепциясини ишлаб чиқиш ва унинг иқтисодий-техник асослани-шини ўтказиш керак.

10.3. Дастлабки тажиратчилик таклифларини асослаш

Савдо-сотиққа оид таклифлар самарадорлигининг тахлили унинг дастлабки босқичида бўлажак тадбиркорлик битимлари ҳақида умумий, ҳомчўт ва фараз қилиш асосида тахминан ўтказилади.

Ҳолатларнинг дастлабки мувофиқлашувида ҳисобларга қўшилган бирламчи маълумотлар ва ўлчамлар ва дастлабки маълумотлар ҳолат тахминий ва лойиҳадан олдинги тадқиқотлар лойиҳани ўрганиш ёки бир соҳани тадбиркорлик тизими ишларининг ҳулосаларининг ҳақиқий далиллар асосида эмас, балки олдинги тажриба, аналог, эксперт ва мутахассисларнинг мулоҳазаларидан келиб чиқиб белгиланади. Бу аниқлик даражасини пасайтиради, бироқ тахминий битимлар ҳақида музокараларда етарли даражада мўлжалга имкон беради.

Уларнинг умумий ҳажмидан афзал тахминлар қуйидаги тахминий тартибда танланади:

- маҳсулотлар ва хизмат турларининг айрим түпининг (партия) сифатли ўлчамлари баҳоланади;
- маҳсулот етказиб бериш вақти ва воситалар аниқланади;
- битимни амалга ошириш даврига харажат ва баҳо-лар олдиндан айтилади;
- маҳсулот етказиб бериш ёки қўрсатилган хизматлардан олинadиган тушум ёки тадбиркорлик даромади ҳисобланади;
- имкониятли даромад ҳажми аниқланади. У ҳолда тадбиркорлик битимларининг амалга ошириш учун кўпроқ капитал маблағлари (К) талаб қилинганда, қўтилаётган даромаднинг (П) ўсиши билан уларнинг солиштириш ва рентабелликни (РКК) ҳисоблаш ва бу маблағларнинг (Т) қоплай олиши муддатини би-лиш керак.

$$PK = \frac{П}{К} \text{ ва } T = \frac{К}{П}$$

Маблағлар рентабеллиги қўрсаткичлари депозитлар (S) банк фоизи бўйича фоиз ставкасидан кам бўлмаслиги керак. Кредитни инвестиция сифатида фойдаланишда самарадорлигининг энг ҳам савиясига тегишли фоиз (S) қўшилади ва капитал маблағлар рентабеллиги қуйидаги тарзда тақдосланади:

$$PK = \frac{П}{К} > S$$

Асосий қўрсаткичлардан (даромадлар ва қўтилаётган инвестициялар) ташқари дастлабки савдо-сотиққа оид таклифлар асосланганда бир қанча қўрсаткичлар қўлланилади. Маҳсулот бирлиги (қўтилаётган битимда даромаднинг қўшимча муносабати) рентабеллиги, ҳаридорлик қарзини тўлаш даври ва бошқалар.

10.4. Маслаҳатчиларни жалб этиш ва улар билан ишлаш

Бозор иқтисоднети ривожланган мамлакатларда корхоналарнинг менежмент бўйича мутахассислари бошқаларнинг сўзига қўлоқ солишни тадбиркорликнинг энг кучли томони деб билади. Бизнесга маслаҳатчиларни, тадбиркорлик лойиҳаларининг тақризчиларини жалб этиш, айниқса, унинг кичик шакллари-нинг мажбурий ва муҳим компонентиدير.

Агарда йирик корхоналар конструкторлар бюрола-ри, илмий тажриба хоналари, маркетинг бўлиналари-ни ташкил эта олишса ва керакли тадқиқотларни ўтказса, кичик бизнеснинг тадбиркорлик тизимлари эса кўп ҳолларда воситачилар хизматида фойдаланадилар.

Айниқса, унчалик катта бўлмаган корхона тадбир-кори, менежери маслаҳатчилар хизматида фойдала-ниши жуда муҳимдир. Ҳаттоки, маслаҳатчиларнинг маслаҳати, тавсиялари, таклифлари маъқул бўлмаса ҳам, улар билан суҳбатлашиш ижобий самара беради. Маслаҳатчилар ўз ишини бошлаётган тажрибасиз ёшларни тинчлантириб, ишбилармон, тажрибали ин-сонлари эса руҳини кутарадилар. Шунинг учун улар доим бошқалардан ўрганишга тайёр бўлиши керак. Атрофдагилардан кўп нарсани ўрганиш мумкин. Улар-нинг тадбиркорлик юзасига ёндашиш ёки бу ҳужалик қарорларини амалга оширишга муносабати, бой таж-рибаси ва кўп қиррали малакалари диққатга сазовор бўлиб, маслаҳатчиларнинг ютуғи ва муваффақиятсиз-лик сабабларини аниқлашга ёрдам беради.

Ўзгалар мулоҳазаларини шубҳага солишдан қўрқиб керак эмас. Бу маслаҳатчилар ҳолатларини тўғри баҳо-лайди ва улар кўзида бизнесменнинг обрўсини кўта-ради.

Хавф-хатарни камайитириш учун тадбиркорлик фа-

олиятида ва айниқса, хўжалик хатари катта бўлган жойда ўз ишнинг мутахассиси бўлган маслаҳатчиларни ташқаридан таклиф қилиш фойдали. Чет эл мутахассисларининг фикрича, маслаҳатчилар бирорта бўлган воқеани тушунтираётган вақтда уларга ишонч билан қараш лозим, ammo уларнинг тадбиркорлик фаолиятини олдиндан айтиб беришларига тўлиқ ишониш керак эмас.

Ҳар бир натижага таъсир этиши мумкин бўлган тез ўзгарувчан ҳолдаги воқеаларни олдиндан айтиш вақтида экспертлар ҳам кучсиздирлар. У ҳолда фақат ўзингизга, ўз зийраклигингизга ишонишингиз лозим, чунки ажаб эмас сизнинг қарорингиз маслаҳатчиларингизникидан ёмон бўлмаслиги мумкин, мадомики улар ҳам бўлажак воқеаларнинг аниқлигида ўзлари ҳам адашишлари мумкин.

Махсулот навларини кенгайтириш, унинг сифатини яхшилаш, ўрнини танлаш каби масалаларни ҳал қилишда маслаҳатчилар катта ёрдам кўрсатишлари мумкин.

10.5. Молия таъминоти манбаларини излаш

Тадбиркорлик фаолиятида маблағ манбаларини излашда иккита асосий модель бор. Кенг тарқалгани, мумтоз (классик) шаклларида бири шундан иборатки, қайсики тадбиркорлик тузилмаларининг бор молия захираларидан энг кўп фойда олишга йўналтирилган. Корхона тадбиркори ёки менежерининг иш услуби шундан иборат: нақд пул маблағларини ҳисоблаш, тадбиркорлик юзларини амалга оширишда эришиладиган мақсадни ўрганиш ва юқорин фойда олишни кўзлаб қилинган хатти-ҳаракат.

Ўз фаолиятини бошлаётганда энг қулай пул топиш йўллари шулардан иборат: ёлланган ишчиларининг иш ҳақи, савдо-восита хизматида тушган пул жамғармаси ёки товар олиб-сотиш, узоқ яқин хориж мамлакатларига бориб халқ истеъмоллари олд-сотди қилиб фойда кўриш, хизматнинг барча турлари, қимматбаҳо қорозлардан тушган даромад ва тушумлар (акциянинг дивиденди, облигациянинг фоизи ва бошқалар) меросдан пул ва мулк олиш, банкдаги омонатдан фойда кўриш, ижарага берилган кўчмас мулкдан фойда олиш, хайр-саховат ва ҳомийликдан тушган маблағ.

Корхона ушбу модель бўйича тадбиркорлик лойиҳаларини захира, акция маблағларидан, облигация ва бошқа қимматбаҳо қорозлардан тушган маблағ ҳисобига амалга оширади.

Иккинчи модель «Иновация». У ишлаб чиқаришни ривожлантириш учун қар қандай имкониятдан фойдаланишга қаратилган, ҳаттоки ўзининг имкониятлари етмаган тақдирда ҳам. Бу ҳолда (альтернатив) муқобил молия манбалари ва воситалар қуйидаги йўллар билан қидирилади: мақсадни тарифлаш — муқобил йўл билан капитал маблағларни ўзлаштириш учун ташқи муҳитни ўрганиш; тадбиркорлик лойиҳасини амалга ошириш — ўзининг пул маблағи захирасини ҳисобга олиш — қўшимча молия имкониятларини қидириш — муқобил йўл билан ўзининг ва бошқа молия манбаларидан кўпроқ фойда олиш. «Иновация» модели ўзининг маблағдан ташқари қуйидаги молия манбаларини ишлатишни тақозо қилади: жалб қилинган маблағ, давлат субсидияси, маҳаллий бюджет молиясидан, банк кредитлари, қимматбаҳо қорозлар эмиссияси, инвестиция фонслари чет эл инвестицияси.

Кичик бизнес инвестицияси маблағларни нафақат ўзининг савдо-сотиқ манбаларидан, шунингдек катта корхоналарнинг манбаларидан фойдаланишини ҳам тақозо қилади.

Оддий мисол — Белоруссиядаги «Амкадор» концерни: унинг асосий корхонаси атрофида бир қанча кичик махсус ташкилий тузилмалар мавжуд.

Давлат бюджетда кичик бизнеснинг инвестицияси жуда кам. Таъмирлаш ва эскириб қолган асбоб-ускуналарни алмаштириш учун инвестицияни тахминан 2 баробарга ошириш лозимдир.

Тижорат банклари учун кичик бизнесга узоқ муддатга кредит бериш манфаатли эмас. Улар кредитнинг асосий қисмини қисқа муддатта савдо-сотиқ ва воситачиликга йўналтирадилар. Республикада оламда мавжуд бўлган ссуда-жамғарма ва ўзаро кредит уюшмалари ҳали йўқ.

Қимматбаҳо қорозлар бозори ҳали суғул фаолият кўрсатмоқда. Акцияларнинг тажрибадаги нолайиқлиги (неликвидлик) тадбиркорлар учун маблағ манбаси бўла олмапти. Қимматбаҳо қорозлар бозори ривожланмаганлиги сармоядорларни керакли даражада муҳофаза-

сини таъминлай оладиган инвесторлик портфелини шакллантира олмади.

Республикадаги инвестиция фонди низом капиталининг озлиги кичик бизнеснинг тадбиркорлик тизимини маблағ билан таъминлай олмади.

Чет эл инвестиция сармояси МДХ давлатларига суст кириб келаяпти. Бу жараёнин сезиларли даражада тезлаштиришни уч асосий омил билан амалга ошириш мумкин:

- а) амалий имкониятлар;
- б) барқарорлик;
- в) яхши муносабат

Яхши муносабат омили, ғарб мутахассисларининг таъкидлашича, чет эл инвестицияси фойдасига устунлик беради дегани эмас.

II. ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИДА БИЗНЕС-РЕЖА

1.1 Бизнес-режанинг моҳияти ва аҳамияти

Режалаштириш ҳар қандай тадбиркорлик тизимида ҳажмидан қатъий назар унинг ажралмас қисмидир. Илмور технология ва бозор тадқиқотларининг натижалари, янги иш ташкили ва тадбиркорлик режаларини амалга ошириш билан боғлиқ бўлган ташкилий-бошқарув ва молия муаммоларини ҳал қилиш бизнес режада акс этиши керак.

Бизнес-режа — бу ҳужжат, унда аниқ вазиятда бизнеснинг моҳияти бошланғич имконияти, давоми ва унинг кенгайтирилиши акс этади.

Бизнес-режа тадбиркор томонидан ишлаб чиқиладиган, агарда бошқа муаммолар бўйича маслаҳатлар керак бўлса, бу ишга бошқа соҳа мутахассислари жалб қилиниши мумкин.

Одатда бундай режалар 3—5 йил муддатга тузилади. Тадбиркорлик томонидан биринчи йилдаги олинadиган самара ойлар сайин батафсил, кейинги йили — тақвимлар бўйича, кейинчалик йил бўйича ҳисобланади.

Бизнес-режа омонатчилар тасдиғидан ўтган таҳдирда (ҳиссадорлик жамияти бўлса), биринчи йилга алоҳида иш вазифаларини ишлаб чиқишга асос бўлади. Ғарбдаги ҳамма фирмалар ўз фаолиятини жуда

аниқ режалаштиради ва бизнес-режани ишлаб чиқишда махсус талабларга асосланади. Одатда унинг ҳажми 40 бетдан ошмайди. Юқори даражадаги рақобатли соҳаларда, кўзда тутилмаган ҳолатлар бўлиши мумкин бўлганда тулиқ режанинг муқобили сифатида қисқа варианты қабул қилинади (4—10 бет). Айрим ҳолларда бизнес-режа ўзлари фойдаланиш учун кичикроқ ва каттароқ ҳажмда «Ташқи» варианты (банк, сармоялар, таъминловчилар ва истеъмолчилар учун) тузилади. Бундай ҳажмдаги режаларга аниқ мисоллар, ҳисоблар, кўргазмалар илова қилиб киритилади.

Бизнес-режа бир неча муҳим вазифаларни бажаради. Бизнес-режани тайёрлаш жараёни фикрлашни жонлантиради, тадбиркорлики пухталиқ билан уйлашга ва ўз ишини турли нуқтаи назардан таҳлил қилишга, ҳақиқий имконият ва қийинчиликларни баҳолашга мажбур қилади.

Учинчи вазифа — назорат. Қорозда баён қилинган режа келгуси назоратларда ва эришилган натижаларни баҳолашда ҳар доим ишлатилиши мумкин. У корхона фаолиятини келгусида яхшилашга асос бўлиб хизмат қилади.

Туртинчи, асосий вазифа — *жамлариш*. У бошқа жисмоний ва юридик шахслардан пул маблағларни жалб қилишга имконият яратади. Бизнес-режа потенциал қарз берувчини, акционер, сармоядорни ҳамда истеъмолчини, таъминловчиларни ушбу корхона билан (ишбилармон) тижорат алоқаларида фойда олишга ишонтириши керак.

Жаҳон тажрибасида бизнес-режани тузиш босқичлари ва унинг ташкилий қисмлари аниқ белгиланмаган.

Асосий йўналишни сақлаган ҳолда, бошқа бўлимларга ахборотни кўчириш ёки уларни бирлаштириш ҳисобига бўлимлар сони кам бўлиши мумкин.

Масалан: «Кичик бизнес режаларида» бозор таҳлили ва «Маркетинг таҳлили», шунингдек «Маҳсулот» ва «Технология» бўлимларини бирлаштириш мумкин. Кичик бизнес-режада рақам амаллари устунлик қилиши мумкин, кенгайтирилган бизнес режада эса олинган ва олинadиган курсаткичлар таҳлилига оз-оки ёндашишга кўпроқ эътибор қаратилади.

Корхонанинг тадбиркори, менежери бизнес-режани ишлаб чиқаришининг аниқ схемаси, унинг таркиби

ва баёни, ҳажми, ахборот устунилигини таянлашда қуйидаги омилларга эътибор беради:

— корхона статуси ва катта-кичиклиги (кичик бизнес, ўрта, катта);

— режалаштириш фаолиятининг босқичлари (бизнес бошланиши, яъни янги ишлаб турган корхона фаолиятининг давоми);

— режанинг мақсадли йўналиши (асосан ички ишларга ёки қарз ва сармоя олишга: унисига ҳам бўлишига ҳам);

— бизнес хусусияти ва қийинчилиги, худди шундай у ёки бу масалаларни ишлаб чиқишдаги ибораси;

— керакли маълумот (акценти) ва ахборотнинг борлиги;

— бошқа мутахассисларнинг ёрдамига муҳтожлиги ва бошқалар.

Аммо, бизнес-режа муткамал ёки оддийликдан, катта ёки кичиклигидан қатъий назар бизнеснинг моҳиятини акс эттирадиган зарур билимларни ўз ичига олади.

Бизнес-режанинг асосий бўлимларининг мазмунини қуйидагилардир.

11.2. Кириш ёки қисқача маълумотнома

Бизнес-режа кириш қисмидан бошланиши, яъни унда қисқача маълумотнома ёки тушунтирув ёзуви бўлиши керак. Потенциал ҳамкор турли хил ишбилармонлик тузилмаларидан ҳамкорлик қилиш учун қўллаб-қувватлаш олиши мумкин. Шунинг учун у, биринчидан, бизнес-режанинг берилиши билан қисқача танишиши керак. Бўлим ҳажми 3—5 бетни ташкил қилади.

Бизнес-режа кириш қисмининг мустақил аҳамияти ҳам бор. Батъида бу ҳужжатдан банк ёки инвестиция фондидан маблағ олишда қисқача маълумотнома сифатида фойдаланилади. Бунда қуйидаги саволлар қўзда тутилши керак:

А. Корхона ҳақида маълумот. Корхона номи ва унинг жойлашган ери, корхонанинг ташкил этилганлиги ҳақида қисқача маълумот бериледи. Корхонанинг мулк шакли (давлат, хусусий, жамоа қўшма) ва юридик шакли (масалан: кичик корхона, ҳиссадорлик

жамияти, қўшма корхона ва бошқалар) кўрсатилади. Ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар ёки хизматлар номлари ва асосий рақобатчилар ҳақида қисқача маълумот бериледи. Корхона бошқарув тизими баён қилинади.

Б. Фаолият турлари, мақсади ва мўлжали. Одатда корхона маълум соҳа бўйича ишлаши керак, аммо бир неча соҳада фаолият кўрсатиши ҳам мумкин. Масалан, маҳсулот ишлаб чиқариш, таъмирлаш ва қурилиш ишлари, маҳсулот ишлаб чиқариш ва ўз маҳсулотини сотиш бўйича тижорат фаолияти ва бошқалар. Тушунтириш ёзувининг бу қисмида ишбилармон ўз корхонасининг фаолияти, мақсадини ва уларга эришиш йўллари кўрсатиши керак.

В. Керакли маблағга бўлган эҳтиёжнинг қисқача баёни. Бу бўлимда ишбилармон ўзининг амалдаги маблағларига баҳо беради ва керакли қўшимча пул воситаларига муҳтожлигини исботлайди.

Г. Режалаштирилган фойда ва лойиҳа рентабеллиги. Бизнес-режанинг асосий мақсади, шундан иборатки, ишбилармон пул маблағларини оладиган юридик шахсда ўзига нисбатан яхши таассурот қолдириши керак. Бунинг учун у: 1) қайси йўл билан фойда олиниши; 2) унинг маҳсулоти худди шунақа маҳсулотлардан қанчалик афзал эканлигини кўрсатиши керак. Далил сифатида қуйидаги рақамларни келтириш лозим:

- ишлаб чиқариш ҳажми ва маҳсулот сотиш йўллари;
- бир маҳсулотта кетган харажатлар;
- ялпи даромад ва фойда;
- кетган маблағларнинг ўзини қоплаш муддати, кетган маблағ ва материал сарфларнинг қайтиш муддати ва фойзалар.

11.3. Чиқариладиган маҳсулотларнинг сифат кўрсаткичлари ва ўлчов шакллари

Бизнес-режанинг бу қисмида корхона, унинг маҳсулоти ёки хизматлари тавсифланади. Шу билан бирга, шу соҳада ишларнинг боришига баҳо бериледи.

А. Соҳанинг тавсифи. Бунда ишбилармонлик фаолияти амалга ошириладиган соҳанинг ҳозирги ҳолати ва ривожланиши баҳоланади, товар ўтказиш бозорининг сирими, унинг услиши ва асосий рақобатчилар қисқача тавсифланади. Ҳайма баҳолаш аниқ бўлиши

керак. Масалан, бизнес режага, «корхона маҳсулоти»нинг бозор потенциали йилига 30—60 млн. сумлик маҳсулотни сотишни ташкил этади ва ҳар йили сотиш ҳажми 10%гача ўсади» дейиш мақсадга мувофиқ эмас. Бу диапазон ўта кенг бўлиб, уни анча торайтириш керак. Ақс ҳолда бизнес режага ишонч кам бўлади. Бозорнинг ўсиши маълумотларига келсак, унда 10% орттишга қўшимча қилиб, ўтган уч йиллик динамик ўсишни келтирса бўлади. Бу берилганлар ҳужжатда кўрсатилаши керак.

Б. Барпо этиладиган корхона. Бизнес режанинг бу қисмида бизнеснинг умумий концепцияси, қандай маҳсулот ёки хизматлар таклиф қилиниши ва уларнинг асосий истеъмолчиларини кўрсатиш керак. Шунингдек, бунда фирманинг тарихи ва таклиф қилинган роянинг таркиби ёритилиши керак. Корхонанинг асосий фаолият йўналиши, молиявий аҳоли ва маблавларнинг ҳаракати ҳақида ахборот бериши керак. Агар, корхона олдинги йилларда зарар кўрган бўлса, унда зарар кўриш сабабларини ўрганиб, уларни йўқотиш бўйича кўрилган чора-тадбирлар кўрсатилаши лозим.

В. Ишлаб чиқариладиган маҳсулот ва хизмат турлари. Бу бўлимда сотишга чиқариладиган ҳамма маҳсулот ва хизматлар кўрсатилади, улардан фойдаланиш имкониятлари, бунда уларнинг асосий ва иккиланчи фойдаланиш усуллари кўрсатилади. Шунингдек, маҳсулот ёки хизматларнинг ижобий хусусиятлари кўрсатилиб, шу орқали эътиборини қозонишга ҳаракат қилинади. Ҳозирда бозорга чиқарилаётган товар билан корхона таклиф қилаётган товар ўртасидаги фарқлар айтиб ўтилади. Нима ҳисобига ва қандай қилиб янги маҳсулотнинг устунлигини исботлаш мумкин бўлса, кўрсатилади. Бунда ўз маҳсулотини орттиқча мақтаб юбориш керак эмас, чунки ҳамма нарсанинг ўз ҳаётий даври бор, шунинг учун уларнинг камчиликларини ҳам кўрсатиш керак. Агар ишлаб чиқариладиган маҳсулот илмий-тадқиқот маҳсули бўлиб, ҳали синов жараёнида бўлса, унда, бунга қанча маблағ пул ва вақт кетишини айтиб ўтиш керак. Агар мумкин бўлса, маҳсулотнинг фотосуратини келтириш зарур.

Г. Бозорга чиқиш, ишлаб чиқариш ва сотиш ҳажмининг ўсиш стратегияси. Маркетинг режасида асосий муваффақият омиллари (масалан, бозор учун янги маҳсулот, вақтдан кўтиш, бозорга чиқишдаги афзаллик

ва бошқалар), нархларга ендашиш, сотиш усуллари ва маҳсулот рекламалари кўрсатилади. Корхона тузишдан мақсад, узоқ вақт давомида фаолият кўрсатиш имконини беради. Шунинг учун корхона ва бизнеснинг ривожланиш стратегияси ҳақида айтиб ўтиш ўриналидир. Бизнес стратегияси қуйидаги бозор ахборотларига суянади: ишлаб чиқаришнинг ўлчамлари, жузурфий тавсиф ва рақобатнинг мавжудлиги, имкониятлари ва бошқалар.

11.4. Маҳсулот сотиш бозорини иқтисодий баҳолаш

Бу қисм бизнес-режада асосий ҳисобланади. Бунда, ишбилармон, бозорнинг бутун тузилиши, тармоқнинг ривожланишини ақс эттириши, эгалламоқчи бўлган бозор сегментини ажратиш ва рақобатчилар фаолиятини тавсифлаши керак. Бош масала — тадбиркорнинг бозордаги шахсий ҳиссаси динамик ўсишини исботлаш. Бунинг учун ишбилармон қуйидагиларни билиши керак:

- ким унинг маҳсулоти харидори бўлади;
- у қанча товар сотиши мумкин;
- қандай қилиб ўз товарини ўтказади (тўғридан тўғри алоқа, эксперт, дилер, воситачи орқали, биржа ва брокер орқали).

Асосий муаммо шундан иборатки, ишбилармон ўз маҳсулотини товар бозорида сотиш учун қуйидагиларни кўра олиши керак:

- маҳсулотнинг келгусидаги (3—5 йилдаги) бозор потенциали;
- рақобатчиларнинг мавжудлиги ва имкониятлари;
- рақобатчи товарлар билан «курашиш» усуллари.

Товарни ким сотиб олади, деган саволга жавоб бериш учун, ишбилармон бу бўлимда бир неча бозор омилларини текширади: шундай товар қаерда ва қанча сотилмоқда, минтақада қанча шундай товар бор, уни транспорт воситасида ташиш ва сотиш имкониятлари қандай.

Алоҳида диққат рақобатчиларга қаратилиши керак. Ишбилармон ўз рақобатчиларини қанчалик яхши ўрганиб чиқса, шунча кам хатоларга йўл қўяди. У ким шунақа маҳсулот чиқармоқда ва қандай ҳажмда сотмоқда, нархи қанча ва сифати қандай, харидорлар-

нинг рақобатчилардан товар олишининг ўзига хос томонлари ҳақида ахборотта эга бўлиши керак.

Бўлимнинг бу қисми ҳуйндаги кетма-кетликда берилиши керак:

1. Худди шундай товарни ишлаб чиқарувчи корхоналар рўйхати ва уларнинг асосий тавсифи.

2. Уларнинг реклама фаолияти тавсифлари.

3. Асосий афзалликлари: сифат ва дизайн кўрсаткичлари, товар ҳақида сотиб олувчиларнинг фикри.

Бу ерда рақобатчиларнинг маҳсулотлари яхши сифатларини, унинг сифат кўрсаткичларининг ёмон томонларини ишбилармон ҳисобга олиши ва ўз товарларида бундай камчиликларни бартараф қилиши мумкинлигини баҳолаши керак. Шунингдек, рақобатчиларда иш қандай бораётганини билиш керак, иқтисодий аҳвол яхшими, кўтарилиш борми ёки аксинча, зарар кўраётимиз? Қандай омилар ҳисобига уларнинг омади ҳулиб бокмоқда. Рақобатчилар ҳақида тўлиқ ахборот масалаларни муваффақиятли ечишда ёрдам беради.

«Бозорга ўз маҳсулотини чиқариш фойдалими?». Агар «ҳа» бўлса, унда қайси сегментга, яъни қайси сотиб олувчига ишониш керак?

Бозорнинг ижтимоий, миллий, маданий, иқлимий, демографик ва иқтисодий омиллари ишбилармон учун қайси харидорлар унинг маҳсулотини олиши мумкинлигини ажратиб беради. Масалан, харидорларнинг катта қисми бу ўртача таъминланган одамлар, хизматчилар (нафақахўрлар), ёшлар (ўрта ёшдагилар), ўқимишли кишилар (деҳқонлар) ва бошқалардир. Бўлимнинг охириги қисмида ишбилармон истикболдаги 3—5 йилга қисқача башорат бериши керак. Унинг фикри бўйича қанча ҳажмда маҳсулот сотиш мумкин? Бозорда рақобатчилар билан қандай усуллар ёрдамида курашиш мумкин? Келажақда маҳсулот ишлаб чиқаришнинг қайси стратегиясини танлайди? Худди шу саволлар, тушунарли тарзда, бизнес режанинг кейинги бўлимларида кўрсатилади.

11.5. Ишлаб чиқариш жараёни

Катта фирманинг бизнес режасида бу саволга алоҳида бўлим ажратилади. Агар гап кичик ёки яқинда тузилган корхона ҳақида борса, унда бу савол алоҳида

ишлаб чиқилиши шарт эмас. Бизнес режада ишнинг фақат асосий натижалари акс эттирилади. Яъни, ишлаб чиқаришни тайёрлашдан тортиб, то техника хавфсизлигини таъминлаш ва ишлаб чиқариш маданиятигача тушунтириш матни берилади.

Ишбилармон маҳсулот ишлаб чиқариш учун қайси материаллар керак бўлиши, қандай машинада маҳсулот ишлаб чиқилишининг олдиндан режалаштиради. Ишлаб чиқариш қуввати ҳақида тавсиф берилади, ишга тушиши мўддати кўрсатилади. Моддий техника таъминоти масаласи алоҳида кўриб чиқилади, яъни қаердан, қимдан, қандай материаллар сотиб олинади? Қандай ташиб келтирилади? Ва бошқалар. Етказиб бериувчиларнинг маҳсулот сифати ва етказиб бериш кафолатлари баён қилинади. Таҳлил 2—3 йилга ёки каттароқ мўддатга, 4—5 йилга берилади.

Бу бўлимнинг жуда муҳим қисми ишлаб чиқариш харажатларини ҳисоблашдир. Бу ерда сўз техника хавфсизлиги ва ёнги хавфсизлигини мақсадга мувофиқ ташкил қилиш учун кетадиган қўшимча харажатлар ҳақида ҳам боради. Қўпинча фирмалар раҳбарлари бизнес режада атроф муҳитни муҳофаза қилишга етарлича эътибор бермайдилар. Бу эса анчагина маблағ талаб қилади. Натижада, фирма бизнес режага биноан ишни ташкил қилганидан сўнг, «тасодиқий» харажатлар қилишга мажбур бўлади. Бу эса бизнеснинг ривожланишига тўсқинлик қилади. Шунинг учун, режада бундай харажатларни ҳам ҳисобга олиш зарур.

11.6. Маҳсулотнинг рақобатбардорлигининг башорат қилиш

Бу бўлимда товарлар (хизматлар) ассортименти, уларнинг рўйхати, ойлик ёки йиллик сотилган сони ва ҳажми берилади. Товарнинг истётмолилари кўрсатилади. Ундан сўнг, ишбилармон бу товарлардан, унинг фикри бўйича, қайсисини катта ҳажмда ўтказиши мумкинлиги айтилади.

Бу бўлимнинг мақсади — кредиторларни (банкларни), инвесторларни ёки янги фойдаланувчиларни маҳсулотнинг фойдалилигига ишонтириш, аниқроқ қилиб айтганда, маҳсулотдан кўп фойда олиш мумкинлигига ишонтиришдир. Бунинг учун ишбилармон бир неча саволларга жавоб бериши лозим:

- унинг товари қандай талабларни қондириши;
- унинг товари рақобатчиларнинг товаридан нимаси билан фарқланиши;
- у ҳуқуқий жиҳатдан қандай ҳимоялангани, яъни патент, товар белгиси, муаллифлик гувоҳномалари ва бошқалар қурсатилади.

Биринчи икки саволга жавоб тадбиркорни қайси ва қанча харидорга ишониш мумкинлигини аниқлашга имкон беради.

Ишбилармон истеъмолчилар билан курашда қуйидаги рақобат стратегияларидан бирини танлаб олади. Оммавий харидорга чиқиш стратегияси (арзон моллар стратегияси) ёки ихтисослашган стратегия, яъни махсус харидор тоифалари учун мўлжалланган алоҳида сифатли, лекин қимматбаҳо товар тайёрлаш.

Аммо, ишбилармон ҳар хил вазиятларда инвесторни ўз махсулотининг рақобатчи товардан афзаллиги борлиги билан ишонтира билиши керак. Биринчи стратегияда бундай афзалликларга, анча арзон хом-ашё кам транспорт харажатлари, арзон ишчи кучи ва бошқалар киради. Ишбилармон бунни режада қурсатиши шарт.

Агар ишбилармон рақобат курашининг иккинчисини танласа, унда, сўз алоҳида сифатли махсулот ҳақида боради, яъни, янги фикр, янги тавсифлари инвесторларни ушбу товарга жалб қилади, чунки, улар, товарнинг юқори сифатини кафолатлайди.

Рақобатбардош махсулот ҳақида сўз борганда, барча афзаллик турлари қуйидаги гуруҳларга бўлиниши мумкин:

А. Паст афзаллик тартиби.

Б. Юқори афзаллик тартиби.

А гуруҳи — бу афзаллик стратегияси оммавий харидорга чиқишда фойдали, лекин биринчи кўринишда бу афзаллик етарли таъсир қилади. Бозорда улар ус-тувор бўлмайди, чунки, кўп сабабларга кўра улар йўқолиши мумкин (иш ҳақи ошганда, рақобатчилар арзон хом-ашё манбасини топганда ва бошқалар).

Бундан хулоса шуки, паст афзаллик тартиби мустаҳкам рақобатга чидай олмайди.

Юқори афзаллик тартиби ихтисослашган стратегия бўлиб, у ўз ичига яхши махсулот ишлаб чиқариш, яхши технология яратиш кабиларни олади. Булар эса,

ўз навбатида фирма обрўсини кўтариш имконини яратади. Улар маълум вақт ичида рақобатбардошликни таъминлаб боради. Рақобатбардошликнинг бир маромда бориши банк қабул қилган қарор бўйича қорхонага пул беришининг асосий омил бўлади.

Бўлимнинг охириги қисмида ишбилармон ўз харидорига қўрсатадиган қўшимча хизмат турларини таклиф қилиши мумкин. (Масалан: уйга транспорт воситалари ёрдамида бепул етказиш, юкларни ташинида нархни камайтириш, кафолатланган таъмирлаш ишларини бажариш ва бошқалар).

11.7. Маркетинг соҳасининг йўналиши

Бу бўлимда қуйидаги саволлар кўриб чиқилади.

1. Ишбилармон танлаган товарлар ва уларни сотиш усуллари.

2. Махсулотни олувчи харидорлар.

3. Нарх сиёсати.

4. Харидорларга хизмат қўрсатиш услуби ва бозорни кенгайтириш усуллари (яъни харидорларни излаш).

Ўз имкониятларидан келиб чиқиб ва бозорни ургандан сўнг, ишбилармон, оммавий товар стратегиясини ёки ихтисослашган стратегияни танлайди. Шунингдек, у, махсулотни қандай усуллар билан ўтказишни кўриб чиқади: махсулотни улгуржи ёки чакана сотиш, ишчи кучи ва пул харажатлари ҳисоблаб чиқилади.

Агар ишбилармон оммавий маркетингни танласа, у ҳолда, асосан, харидорга мўлжал олади ва бошқа омилларни вақтинча ҳисобга олмайди. Бунда, харидорларнинг хоҳиши деярли бир хил деб қабул қилинади.

Агар ишбилармон ўз товарини сотиш учун алоҳида харидорларни, яъни бозорнинг алоҳида сегментини, танласа, у ҳолда унинг фаолияти янада истикболлироқ бўлади. Бунда харидорлар бир неча, бир-бирига мос омилларга қараб: жугрофий, демографик, психологик ва ахлоқий белгиларга қараб жойлашади.

Бозорни сегментлаш кичик фирмалар учун ҳам мақсадга мувофиқдир. У доимий ва потенциал харидор аниқлангач, қандай ҳажмда махсулот ишлаб чиқариш кераклиги ҳақидаги савол бўйича маълумотлар таҳлили асосида ҳал қилинади.

Ишбилармон пул сиёсатини тавсифлашда қандай қилиб ўз товарига нарх қўйиши, чекланган ёки эркин нархлар қайси усул билан асосланмоқчи, неча фонд рентабеллик олишни режалаштириш ва бунинг учун қандай имкониятлар борлигини кўрсатади. Бу бўлимда корхона маркетингига қандай усул билан маҳсулот ишлаб чиқариш учун кетган харажатларни камайтириш мумкинлиги ҳақидаги савол бош ўринда бўлиши керак. Масалан, ўз маҳсулотини сотиш усуллари тавсифлашда, ишбилармон яқин келажақда хом-ашё базаси ўзгариши сабабли нархларнинг ўсишини кўрсатиб ўтади. Бу ахборот инвесторлар ва кредиторлар диққатини жалб қилишга қаратилади. Келажақда бозорни шу ҳажмда сақлаш ёки кенгайтириш масаласи маркетингга асосий масалалардан бири ҳисобланади. Ишбилармон харидорларни жалб қилиш усуллари ҳам кўрсатиши шарт. Масалан, товар сифатини ошириш ёки нархини камайтириш, харидор учун қўшимча хизматлар кўрсатиш харидорларни жалб қилувчи омиллар ҳисобланади. Алоҳида диққатни товарни реклама қилишга қаратиш керак, чунки бу мақсадда қилинадиган харажатлар, одатда анчагина кўп бўлади.

11.8. Бошқариш режаси

Бошқарув соҳасидаги режа корхонанинг бошқарув тузилмалари таҳлили, яъни ишлаб чиқаришни бошқариш технологиясининг тузилишини режалаштириш дегмакдир. Аслида у катта ҳажмда бўлмайди (2—3 варақ), лекин бу бўлим ҳам асосий бўлимлардан ҳисобланади, чунки бизнесдаги, айниқса кичик бизнесдаги омадсизликлар биринчи гада бошқарувнинг туғри режалаштирилмаган оқибатидир.

Бўлимнинг бошида ишбилармонликнинг ташкилий ҳуқуқий шакли берилади. Бошқарувчи органнинг таркиби куриб чиқилади, корхонадаги ёрдамчи бўлимлар ва хизматлар ҳамда уларнинг вазифаларини тақсимлаш кўрсатилади. Энг асосий масала корхона бошқаруш тузилмасининг самарадорлиги ҳисобланади. Шунинг учун ишбилармон ўз корхонаси бошқарув аппаратидаги ишчилар айниқса бош мутахассислар ҳақида объектив тавсиф берилади. Бундай тавсифномаларда ишловчининг маълумоти, лавозими, ёши ҳақида, унинг

шу ёки бошқа соҳадаги малакаси ҳақида маълумотлар берилади. Бу таҳлил ишбилармонга бошқаришдаги қийинчиликларини ҳал қилишда ва бошқарувни такомиллаштиришга ёрдам беради. Ташкилий тузилма тавсифида ишлаб чиқариш технологиясининг тузилиши, ишлаб чиқариш қуввати, ишлаб чиқариш цехларининг турлари кўрсатилади, шунингдек, хизмат турлари, ишлаб чиқариш қуввати, харажатлар ва капитал қурилиш режаси ва бошқалар берилиши керак. Бўлимнинг охириги қисмида корхонанинг тезкор режаси ёки иш графигини қисқача шаклда бериш мақсадга мувофиқдир.

11.9. Юридик режа

Юридик режа мустақил бўлим бўлиб икки вазиятда тузилади:

1) агар фирма катта бўлиб, у, узоқ муддатта мулжалланган ишни режалаштираётган бўлса;

2) агар ишбилармон «янгис» иш бошлаётган бўлса.

Биринчи ҳолда, бундай режа бизнес режадаги фирма ҳақида ахборот катта ҳажмда бўлса, уни алоҳида бўлим қилиб бериш мақсадга мувофиқ экани билан асосланади. Бунда фирма туғрисида маълумотлар билан бир қаторда, масалан, фирма сиёсати, ишлаб чиқарилаётган маҳсулот сифати, рақобат курашининг ҳалоллиги, ишнинг қонунга мувофиқлиги, шартнома ва режаларнинг ўз вақтида бажарилиши даромад манбалари ва бошқалар берилиши мумкин. Бу бўлимни ёзиш учун, одатда, мутахассис — юрист таклиф қилинади.

Ўз ишини бошловчи ишбилармон унинг, ташкилий-ҳуқуқий асосини билиши керак. Бизнес-режа тузишда у ўз корхонасининг статуси, мулк шаклини аниқлаши керак. Бошқача айтганда ўз ишининг тўла қонуний бўлишини таъминлаши керак. Бу, айниқса ҳуқуқий метёрлар ўзгарганда анча қийин бўлади. Ишбилармон ҳуқуқий соҳада яхши билимдон бўлиши керак, чунки бунақа ўзгаришларни олдиндан кўра билиш ёки уларни ўз вақтида пайқаш ва тушуниш қонун бузилишининг олдини олади. Янги иш бошловчи ишбилармон юридик маслаҳат олиши ёки ўз фирмасига ишга юрист олиши мақсадга мувофиқдир.

11.10. Таваккалчиликни иқтисодий баҳолаш ва уни суғурталаш

Корхонанинг катта бизнес-режасида бу саволга алоҳида бўлиш ажратиш мумкин, чунки тадбиркор таваккалчилик оқибатида юз бериши мумкин бўлган хавф-хатарни ҳисобга олиши керак. Кичик ёки яқинда тузилган корхонанинг бизнес-режасида бу савол бошқариш тузилмалари, маркетинг тадқиқотлари, маҳсулот ва технология бўлимларига киритилиши мумкин. Ишбилармон камдан-кам юз берсада, турли хил хавф-хатар турларини кўриб чиқиш шарт. Бундай хавф-хатарларга, табиий офатлар: зилзила, ёнғин, сув тошқин, бўронлар, мамлакатдаги сиёсий-иқтисодий ўзгаришлар, ҳарбий қарама-қаршиликлар, урушлар ва молиявий сиёсат, валюта курслари, солиқ турлари ва сиёсатининг ўзгариши ва бошқалар кирди.

Хавфни камайтириш учун қуйидаги тадбирларни амалга ошириш зарур:

- 1) Хавфнинг олдини олиш;
- 2) Агар бирон-бир фавқулодда воқеа содир бўлса, тезкор тадбирлар қабул қилиш;
- 3) Суғурталаш. Бу тадбир ҳақиқий қийматга эга бўлади. Агар, ишбилармон иқтисодий ҳолатни аниқ ҳисоблай олмаса ва хавф-хатар юз берса, уни қоплаш учун қанча пул кетишни билиши керак. Уни олдини олиш тадбирларини ўтказиш, суғурта қилиш ёки хавфни бартараф қилиш йулларини режалаштириши керак.

Агар бирон-бир фавқулодда воқеа содир бўлса, унда, ишбилармон зарарларни қоплаш учун махсус фонд тузади. Аммо, ишбилармон катта таваккалчиликка ҳаракат қилаётган бўлса, унда у суғурта компанияси билан шартнома тузади. Бу суғурта мол-мулкнинг тўғри суғуртасидан фарқ қилади ва одатда, тадбиркор тўғри суғуртадан ташқари, бошқатдан суғурта шартномасини тузади. Бунда, кўпинча кредит суғурта қилинади.

Бу кўрилган тадбирлар инвесторларни корхона амалга ошираётган ишлардан мамнун бўлишга ва уларга қисбатан ишонч ҳосил қилишига олиб келади.

11.11. Молиявий режа

Молиявий режа ўз ичига қуйидагиларни олади:

1. Агар корхона бир неча йил ишлаётган бўлса, ўтган даврга молиявий ҳисобот қилиш.

2. Яқин 3—5 йилга молиявий натижаларни режалаштириш.

3. Маълумотга қараб, уларга изоҳ бериш. Ўтган даврдаги ишларнинг натижалари ҳақидаги ахборот фирманинг ижобий тарафларини ва камчиликларини кўришда ёрдам беради. Молиявий ҳисобот таҳлили 3—5 йилга молиявий режа тузиш учун асос бўлиб хизмат қилади.

Молиявий башоратлар ҳам одатда 3—5 йилга қилинади.

Биринчи йилни тақвимларга бўлиб, кейин, режани йиллар бўйича бўлинади. Молияни режалаштиришнинг асосий қисмлари қуйидаги ҳужжатлар бўлади:

- сотиш ҳажми башорати;
- пул харажатлари ва тушумлар баланси;
- даромад ва харажатлар жадвали;
- корхонанинг актив ва пассивлари бошланғич баланси;
- зарар кўрмасликка эришиш графиги.

Бундай кўрсаткичлар таркиби жаҳон амалиётида қўлланиб келинаётган режалаштириш усулларида амал қилади.

Сотиш ҳажми биринчи йил ойларга, ҳамда (квартал) тақвимларга бўлиб берилади. Кейинги йиллар (учинчи, тўртинчи, бешинчи) бўлинмасдан, яъни тўла йиллик кўрсаткич шаклида берилади. Бу ишбилармон учун қуйидагиларни билдиради:

- Қандай пул харажатлари қилиш зарур. Корхона фаолиятининг қайси турларига кўпроқ маблағ сарфлаш керак;
- Фаолиятнинг қайси босқичида қандай сарф-харажатлар ўзгариши мумкинлиги ва уларни камайтириш усуллари кўра билиш лозим.

Даромад ва харажатлар жадвали корхона фойдасининг ўзгариши ва шаклланишини кўрсатади. Биринчи йилнинг ҳар ойи, иккинчи йил — ҳар квартал, кейинги йилларда йиллик маълумотлар умумий ҳолда

курсатилади. Жадвалда қуйидаги маълумотлар келтирилади:

- товар ишлаб чиқариш харажатлари;
- сотишдан тушган фойда;
- бошқарув харажатлари, солиқлар;
- соф фойда.

Бизнес-режанинг молиявий бўлимида энг асосий ҳужжат жадвал кўринишидаги биринчи ва охириги бир йиллик реализация бўйича актив ва пассиваларнинг умумий курсаткичларидир. Бу ҳужжат корхона фаолиятини баҳолаш ва корхона пул-маблағларини ўтказиш кераклиги туғрисида банк мутахассисларига маълумот бериш учун асос бўлади.

Бундай курсаткичларга мисол қилиб II. 1-жадвал берилган. Молиявий режалаштиришнинг якуний босқичи корхонанинг зарар кўрмаслик ҳисоб-китоби ҳисобланади. Бунинг учун қанча товар ишлаб чиқа-

II. 1-жадвал

Корхонанинг актив ва пассивалари

Банк ссудасидан фойдаланиб, тадбиркорлик фаолиятини бошлаш	
АКТИВАЛАР	КАПИТАЛ
Жорий активлар	Мажбурият
Касса	Узоқ муддатли ссуда (ёки акциялар) суммаси
Облаштирилган қисқа муддатли ссуда (ёки қайтарилмаган қисқа муддатли ссуда)	Ҳисоб рақами
Қимматбаҳо қорозлар ва бошқа қисқа муддатли молиявий қўйилмалар	Банклардаги оддий рақамлар
Заҳира	Ўз вақтида тулинмаган қарзлар
Йирилган активлар	Кредиторлар билан ҳисоб-китоб (товар ва хизматлар, иш ҳақи бўйича)
Жаҳозлар	
Капиталдаги мулкдорнинг ҳиссаси	
ЖАМИ	ЖАМИ
ҲАММАСИ	ҲАММАСИ

риш ва сотиш кераклигини корхонанинг фойда олиш шартлари аниқланади. Ҳисоблар фақат 2 усул билан олиб борилади: сонли ифода ёки график усулларида.

Маълумотларни ишбилармон молиявий режалаштиришнинг олдинги бўлимларидан олади.

Зарар кўрмасдан ишлаб чиқарилган моллар сони қуйидаги формула бўйича топилади.

$$K = \text{УПЗ/Ц} - \text{УПЗ}$$

Бу ерда: УПЗ — тадбиркорлар фаолиятини ташкил қилиш учун кетадиган шартли диний харажатлар суммаси; УПЗга қуйидагилар киради:

— олдин олинган ва сўралаётган кредитлар суммаси, шунингдек улар учун йил бўйича фоииз тўловлар;

— корхона бўйича қўшимча харажатлар қиймати;

Ц — бирлик товар (хизмат) нархи, сўм.

УПЗ — бирлик товар (хизмат) ишлаб чиқаришга кетадиган шартли-ўзгарувчан харажатлар суммаси, сўм; УПЗга материал, хом-ашё, бутлов қисмларига, ишлаб чиқариш жараёнида ишлатиладиган электр ва иссиқлик энергиясига, асосий ишлаб чиқариш ишчилари учун тўланадиган иш ҳақи харажатлари киради.

Бўлимнинг охири қисмида, одатда корхонанинг молиявий стратегияси ёритилади. Унинг умумий жиҳатлари тавсифланади ва режалаштирилган 3—5 йил даврага ишлаб чиқаришни молиявий таъминлаш масалалари кўриб чиқилади. Биринчи навбатда, тадбиркор, олинган ва бошланғич маълумотлар асосида лойиҳани амалга ошириш учун қанча маблаг керак бўлишини аниқлайди. Ундан сўнг у қаердан маблаг олишини, қайси муддатларда олинган маблагларни қайтаришни, инвесторларнинг корхонага қўйилган маблагларни қачон ва қанча фоииз билан қайтариб, олишларини белгилайди. Бундай маълумотлар банк ва кредит берувчи ташкилотларга ҳам зарур бўлади. Бу бўлимни синчиклаб, мукамал ишлаб чиқилган тадбиркорликдаги хавф-хатар ва таваккалчиликни камайтиради.

11.12. Ташқи иқтисодий фаолият режаси

Агар корхона ёки тадбиркор ташқи бозорга чиқмоқчи бўлса ва ўз мавқеини сақлаб қолмоқчи бўлса, у ҳолда бизнес-режанинг ушбу бўлими ишлаб чиқила-

ди. Бу бўлимдан товарни қайси давлатга чиқарилиши, сотиш ҳажми, бўлғуси валюта тушуми, мавжуд алоқалар ҳақида ахборот берилади. Режада ташқи иқтисодий алоқа шакллари (ташқи савдо, халқаро ҳамкорлик, капитал қўйиш, корхонани қайта жиҳозлаш, тақомиллаштириш; илмий саноат еки экологик лойиҳаларни биргаликда ишлаб чиқариш; олимлар, мутахассислар, ишчи кучи билан ўзаро алмашиш, республика терри-ториясида бошқа давлатлар билан қўшма корхона тузиш)ни танлашда алоҳида аҳамият берилади.

Ташқи иқтисодий фаолиятни режалаштиришда дав-латлар билан қандай ҳажмда операциялар бажарили-ши, молиявий йилнинг тугаш муддатлари, Республика-даги ва товар экспорт қилинаётган давлатдаги солиқ тизими ва ставкалари қисобга олиниши керак. Фаоли-ят амалга оширилаётган мамлакат валютаси қадрининг ўзгариши инвесторларнинг оладиган фойдасига жи-дий таъсир кўрсатади. Шунинг учун, ташқи иқтисо-дий фаолиятни режалаштиришда ҳамкорликдаги мам-лакатлар валюта курсларининг ўзгаришида юзага ке-ладиган муаммолар алоҳида кўриб ўтилиши керак.

Чет эл инвестицияларини жалб қилишни режа-лаштирган тадбиркорлик тузилмалари ташқи иқтисо-дий фаолиятнинг инвестицион лойиҳасини алоҳида ишлаб чиқишлари керак бўлади.

12. ТАДБИРКОРЛИК ТУЗИЛМАЛАРИНИНГ ТАШКИЛИЙ ТУЗИЛИШИ

12.1. Кичик бизнес корхоналари бошқарувининг ташкилий тузилмалари

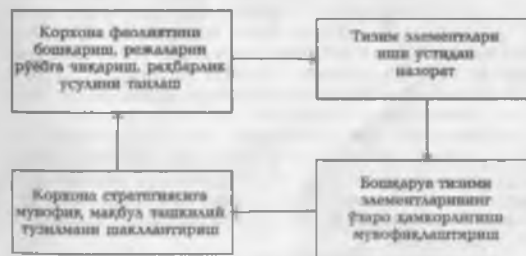
Корхона бошқаришнинг самарали тузилмасини вужудга келтириш бошловчи тадбиркор ҳал этиши керак бўлган муҳим вазифалардан биридир. У таш-килотни самарали ишлаши учун унга қайси ихтисос-даги мутахассислар қандай малакада, қандай шахсий фазилатларга эга бўлган қанча одамни бирлаштири-ши кераклигини аниқлаб олиши керак. Корхона кат-таллашиб, унинг фаолият соҳалари кенгайиб бориши билан оқилона тузилмага бўлган эҳтиёж янада оша-ди. Корхонанинг етуклик, ҳатто, гуллаб-яшнаган бос-кичда ҳам ташкилий тузила одамнинг ҳаётий қоби-

лиятини белгилловчи муҳим омил бўлиб қолади. Кор-хонанинг рақобат курашига дош бериш, ўз қуввати-ни сақлаб туриш ёки ошириб бориши, унинг ўзга-риб бораётган шaroитларга мослашиш қобилиятига бориқ бўлади.

Корхона бошқарувининг ташкилий тузилмаси — бу бўлимлар, ишловчилар ўртасидаги махсус ишлаб чиқилган алоқалар ва муносабатларнинг яхлит тизи-мини ўз ичига олади ва унинг доирасида ишловчи одамлар олдига қўйилган мақсадга энг самарали йўл билан эришиш вазифасини бажаради. Мазкур тизим-нинг ташкилий вазифалари 12.1-чизмада кўрсатилган.

Корхона тузилмасида қуйидаги элементлар ажратиб кўрсатилади: раҳбарлик ва алоқа (горизонтал ва верти-кал) бўлинлар (бўлимлар), даражалар (босқичлар).

Бўлин (бўлим) — бу ташкилий жиҳатдан алоҳида, мустақил бошқарув ташкилотидир. Бўлим (одамлар гуруҳи) томонидан муайян вазифанинг бажарилиши уни шакллантиришнинг асосий мақсади ҳисобланади. Бўлимлар ўртасидаги алоқалар горизонтал тусга эга. Раҳбарлик (бошқарув) даражасини (босқичини) бошқарув иерархиясида маълум босқични эгаллаган бўлимлар гуруҳи (ёки битта бўлим) сифатида белгилаш мумкин. Босқичлар ўртасидаги алоқалар бу вертикал бўйича алоқадир. Улар қуйи даражалардан бошлаб юқори дара-жагача эркин инфодаланган изчил бўйсунуш тусига эга.



12.1-чизма. Корхона бошқарув тизимининг ташкилий вазифалари

Ҳар қандай, ҳатто кичик корхонада ҳам, зоқорида баён этилган учта тузила элементларининг ҳаммаси мавжудлигини аниқлаш мумкин. Тадбиркор у ташкил

эттан корхонанинг мулкдори бўлиб, унинг ишига раҳбарлик қилади. Вертикал бўйича унга унинг ходимлари бўйсунлади.

Корхонанинг турли вазифаларини (ташкilotчилик, маркетинг, бухгалтерия ва ҳоказо) бажараётган ходимлари ўртасида горизонтал алоқалар ўрнатилади. Улар бевосита бўйсунитиш тусида бўлмайди. Лекин, кўпинча корхона турли ишлаб чиқариш (амалий) операцияларининг изчиллиги ва ўзаро боғлиқлигини белгилайди.

Корхонани бошқариш ташкилий тузулмасининг самарадорлигини таъминлаш учун 12.2-чизмада келтирилган қоидаларга риоя этиш зарур.

Бошқарув бирлиги қоидаси бошқарувчи тизим (бошқарув органи, ташкilotи) ва бошқариладиган тизим (ишлаб чиқариш)нинг борлигини аниглайди. Ҳар қандай кичик фирманинг бошқаруви ва бошқариладиган тизимлари ўртасида тўғри ва тескари алоқа амалга ошириляши керак. Бошқарувчи тизим бошқариладиган тизимдан ахборот олади.

Бошқарув органи олинган ахборот асосида қарорлар қабул қилади. Шу тариқа бошқарув тўғри ва тескари алоқа асосида амалга оширилади.

Бўйсунитиш бирлиги қуйидаги маънони аниглайди:

1) ходимлар гуруҳи ўзининг устидан қўйилган бир раҳбарга бўйсунлади;

2) бўйсунувчилар турли раҳбарлардан бир-бирига эмд, ўзаро боғланмаган курсатмалар олмасликлари керак.

Мувофиқлик қоидаси барча функционал бўлимлар бажараётган асосий бошқарув вазифалари миқдори ва даражаси, ўзаро ахборот алмашув ва метъерий таъминот бўйича бир-бирига мос бўлиши керак, деган маънони аниглайди.

Маҳаллий бошқарув ташкilotлари, бу, амалда туман (шаҳар) ҳокимияти, ташкilotлар, назорат органлари томонидан бажарилаётган бошқарув вазифаларидир. Маҳаллий ташкilotлар бошқарув «Маҳаллий ўз-ўзини бошқариш тўғрисида»ги қонунга асосланиб амалга оширадилар.

Алоқа тизими барча бошқарув органлари ўз вазифаларини бир-бирлари билан мустақкам алоқада бажараядилар, деган маънони аниглайди. Алоқани йўқотиш — бошқаришни йўқотиш, деган маънони билдиради. Алоқалар турли шаклда: чизикли (вертикал), функционал (горизонтал), тармоқли, минтақавий бўлиши мумкин.

Йўналтирилганлик қоидаси қар бир корхонанинг маълум ташқи инфраструктураларга — (банклар, биржалар, молня ташкilotлари, таъминот-сотиш ташкilotларига) мўлжал олиши ва ташқи муҳитнинг ўзгариб турган шароитларига мослаша олиши кераклигини билдиради.

Ишни табақлаштириш корхонада ишларни ким нима учун жавоб бериши, ким назорат ёки шикоят қилиш ҳуқуқига эга эканлигини ва ҳоказоларга қараб аниқ фарқлашни билдиради. Буларнинг ҳаммаси ходимларнинг бошқарув масалаларидаги мустақиллигини оширади. Ҳаммабоплик қоидаси бозор муносабатлари, рақобат шароитларида фақат махфий ҳисобланмаган ахборот билан эркин танишиш имконияти берилиши керак, деган маънони билдиради. Масалан, атроф муҳитнинг инфоасланиш даражаси ҳақидаги, маҳсулот сифати тўғрисидаги, техника хавфизлиги тўғрисидаги ахборотлар шулар жумласига киради.

Бошқачлар	Маънони
Бажарилаётган иш тарактирини белгилаш	Вазифаларни қўйиш. Қўйилган вазифаларни ҳал этиш учун зарур бўлган ишлар ҳажминини белгилаш. Қоидаси: ишни ва айрим операцияларни тахоррлашни истисно этиш. Бошқарув ва назорат тизими элементларининг ўзаро ҳамкорлиги жараёнини ишлаб чиқиш. қарорлар турлари ва уларни қабул қилишда у еки бу менежернинг иштироки хусусиятини, менежер умумий ишга қўйиши керак бўлган ҳиссани белгилаш, менежер ўзаро ҳамкорлик қилиши керак бўлган шахсларнинг қарор қабул қилаётган бошқа шахсларнинг менежерга курсатадиган таъсирига ўз ичига олади.
Ишни бошқаруунинг алоқида элементлари ўртасида таъсирлаш	Метъерларни белгилаш ва андозаларни тасдиқлаш. Масалан, корхонани бошқаришнинг ҳар қандай даражасининг ҳар бир раҳбари учун аниқ лавозим мажбуриятларини белгилаш, қабул қилиш. Бошқаруунинг илмий услублари доирасидаги техник усуллар. Масалан, иш вақти, меҳнатини ташкил этиш ва бошқарув фаолиятининг бошқа омилларини таҳлил этиш услубларини таҳлил этиш. Корхона доирасида ишлайётган барча шахсларнинг мустақкам ҳамкорлигини ва аниқ ўзаро ҳаракатини ташкил этиш.
Бошқаруунинг минтақавий гуруҳларини қуритиш	Бўлимларни ташкил этиш. Бошқарилаётган иш турига мувофиқ бошқарув элементларини гуруҳлаш. Масалан, обрўга эга бўлган раҳбарлар атрофида бўлимлар (бўлимлар) тузиш.

12.2-чизма. Корхонанинг бошқарув тизимини қўйиш жараёни

Операциялар устидан назорат бажарилаётган ишнинг барча босқичларида назоратнинг техник воситаларидан фойдаланиб ёки фойдаланмай амалга оширилиши мумкин.

Режалаштириш — бошқарув жараёнининг дастлабки босқичларидан бири бўлиб у мақсадни амалга ошириш, ривожлантиришда йўналишни белгилаш демакдир. Ҳар қандай фирма ўз фаолиятини пухта ва яхши режалаштириши керак, чунки, фирманинг омон қолиши ва фойда кўриши шунга боғлиқ бўлади.

Корхона бошқарув тизимини шакллантириш жараёни 12.2-расмда кўрсатилган.

12.2. Корхона бошқаруvinинг ташкилий тузилмасида бўлинмаларнинг ўрни ва ақамияти

Корхона (фирма) ичида бўлинмаларни тақсимлаш қоидаларига асосланиш керак. Жумладан, тенг гуруҳларга бўлиш қондаси ходимлар малака тайёргарлигига эга бўлиб, қўйилган мақсадга эришиш учун яна муайян миқдордаги одамлар зарур бўлган ҳолларда қўлланади.

Функционал белги бўйича бўлиш қондаси эса, ишлаб чиқариш бўйича цехлар, маркетинг, кадрлар, молия ва ҳоказо бўлимларни ташкил этишнинг энг оммалашган усулидир. Улар сони ташкилот эҳтиёжларига боғлиқ бўлади.

Ҳудудий белги бўйича бўлиш қондаси корхона ўз фаолиятини турли туманлар ҳудудида амалга оширганда кўпроқ қўлланади. Мазкур ҳудудда корхонанинг барча турдаги операцияларининг бажарилишини жумладан, сотиш бўйича ишларни минтақавий бажарувчига топширилиши мумкин.

Ишлаб чиқарилаётган маҳсулот асосида тақсимлаш қондаси ишлаб чиқарилаётган маҳсулот турини кўпайтириб бораётган, бошқа ташкилий тузилмани қўллаш ишчи факат мураккаблштириши мумкин бўлган йирик корхоналарда кенг оммалашган.

Истеъмолчилар манфаатларини ҳисобга олган ҳолда тақсимлаш қондаси. Харидор ҳал қилувчи омил бўлган тармоқларда унинг манфаатлари ташкилий тузилмага кучли таъсир кўрсатади. Шунинг учун, ис-

теъмолчилар манфаати юқори қўйилган корхоналарда ушбу усул қўлланади.

Йирик корхоналарда юқорида кўрсатилган қондаларининг айримларида ёки ҳаммасидан фойдаланилади. Санаб утилган омилларнинг ҳаммаси ёки биронтасига муҳим аҳажият берилиши тегишли усулни таялашга асос бўлади.

Бўлинмаларнинг бошқарув тузилмаларини шакллантиришда қуйидагиларни ҳисобга олиш зарур:

Стратификацияни, яъни, агар тадбиркор ўз ишини эндигина бошлаган бўлса, бошқарувнинг қандай даражасини қўллаш мақсадга мувофиқ бўлишини аниқлаш. Бунда бир ёки, одатда, икки бўйсунуш даражаси мавжуд бўлади. Лекин иш кенгайиб бориши билан, бошқарув даражалари сони ошиб боради. Матлумки, йирик корхоналарда бошқарув зинаюяси 12 тадан 20 тагача босқичдан иборат бўлади.

Расмийлаштиришни, яъни, ташкилотдаги раҳбарлик услубини ва фаолият жараёнида одамлар орасидаги муносабатлар хусусиятини билиш. Агар бу муносабатлар кўплаб қоидалар ва йўриқномалар билан тартибга солинса, ташкилот расмий ташкилот сифатида қаралади. Қоидалар қанчалик кўп, раҳбарлик усули қанчалик бюрократик бўлса, корхона тузилмаси шунчалик расмий ва тармоқли бўлиши керак.

Марказлаштириш ёки марказлаштирмасликни, яъни, олий раҳбарлик ҳал қилиш керак бўлган масалалар рўйхати бўйича қарорларин қабул қилиши ва қарорларни етказиш иерархиясини билиш. Марказлаштирилган раҳбарлик усулини ташкил этишда муҳим ва иккинчи даражали масалаларни раҳбарнинг (раҳбарлар гуруҳининг) ўзи ҳал қилишга нтилади. Ишчи раҳбар ўз ваколатларининг катта қисминини бошқарувнинг қуйи даражасига берадиган ва шу билан ўз ходимлари ижодий салоҳиятларини ривожлантиришга кўмаклашадиган тарзда ташкил этиш энг илғир ва самарали деб тан олинади.

Ташкилий тузилманинг мураккаблик даражасини билиш. Корхонадаги бўлимларнинг тури, миқдори ва ўзаро ҳамкорлиги, раҳбар ходимлар, ишчи-хизматчилар сонига ва бошқалар бошқарувнинг мураккаблик даражасини белгилаб беради. Корхонанинг самарали ишлаши учун ходимларнинг вазифалари ва вако-

латлари, шунингдек, уларнинг ўзаро муносабатлари тартиби белгиланади. Вазифалар ва ваколатлари белгилаш ва уларни ташкилот доирасида оммалаштиришнинг учта усули мавжуд: ташкилий схемалар, жадваллар тузиш; қўлланма (маълумотлар) ёки йўриқнома ишлаб чиқиш; вазифаларини тақсимлаш.

Корхонанинг раҳбари ва ҳар бир ходими ўз вазифалари, ваколатларини, бошқа ходимлар билан ҳамкорлик қилиш тартибини билиши керак.

12.3. Тадбиркорлик фирмалари ташкилий тузилмаларининг турлари

Ваколатлар, ҳуқуқлар, вазифалар ва жавобгарлик иқтисод назаридан кичик бизнес корхоналари бошқарув тузилмаларининг қуйидаги ташкилий турлари мавжуд:

- чизиқли;
- чизиқли-функционал;
- лойиҳаланадиган ва матрицали;
- венчур ва фирма ички инновацияли.

Бошқарувни чизиқли ташкил этиш бевосита лавозим вазифаларини шу тариқа тақсимлаш асосида қуриладики, бунда, ҳар бир ходим фирма олдига турган вазифаларни бажаришга энг кўп даражада йўналтирилган бўлади. Чизиқли тузилма қўл остидагиларга бевосита таъсир кўрсатишни амалга оширишни ва тадбиркор раҳбарда барча бошқарув вазифаларини жамлашни назарда тутди. Барча ваколатлар туғридан-туғри (чизиқли) белгиланади. Улар юқори бошқарув бўғинидан қўйи бошқарув бўғинларига қараб ўзгаради.

Бошқарувнинг чизиқли тузилмаси афзалликлари:

- тадбиркор раҳбарнинг яқка бошчилиги, бунда ходимларнинг иш натижалари учун шахсан жавобгарлиги қондасига қатъий риоя этилади;
- ходимлар ўз раҳбарларидан бир-бирига зид ва ўзаро бўлмаган курсатмалар олмайди. Тадбиркор ўз ҳаракатлари билан бутун масъулиятни бир ўзи зиммага олади;
- қарорлар қабул қилишнинг оперативлиги;
- ахборотни тушуниш ва ундан фойдаланишнинг соддалиги;
- зарур интизомнинг мавжудлиги, бошқаришнинг пух-

талиги, тежамкорлиги ва уларни сақлаб туришнинг имконияти.

Чизиқли тузилманинг камчиликлари:

- мослашувчан эмаслиги, қаттиқлиги, корхонанинг бундан кейинги ўсишга мос келмаслиги;
- бошқарув усулининг бюрократик, танҳо ҳукмронликка асосланган бўлиши имконияти;
- тадбиркор ўз ишида, албатта, юқори малакали (профессионал) бўлиши ва барча масалаларни тушуниши, билиши керак, бу эса одамларнинг қўлиги ва улар характери турли хил эканлиги билан юзат катта қийинчиликлар туғдиради.

Амалда чизиқли тузилма яқка тартибда эътибор қилишда ва ходимлар сони кам бўлган кичик корхоналарда қўлланилади.

Бошқарув тузилмасини чизиқли-функционал ташкил этиш ўз ичига ҳам чизиқли, ҳам функционал бошқарув элементларини мужассамлаштиради. Яъни чизиқли бошқарув махсус ёрдамчи хизматлар билан мустаҳкамланади.

Маъмур тузилманинг камчиликлари:

- чизиқли ва функционал ходимлар ўртасидаги келишмовчиликлар;
- тадбиркорга функционал ходимлар фаолиятини мувофиқлаштириш қийинроқ бўлади.

Амалда бошқарувнинг маъмур тузилмаларидан кичик бизнесда тадбиркорлик кенгайиб бораётган ва маҳсулот сотиш ҳажмлари кўпайиб бораётганда қўлланади.

Лойиҳавий ва матрицали бошқарув тузилмалари.

Лойиҳавий тузилма махсус лойиҳани ишлаб чиқиш ва унга раҳбарлик қилишда қўлланади. У дастурий-мақсадли деб ҳам номланади. Матрицали ёки катакли ташкилий тузилма ана шу тузилманинг такомилли ҳисобланади.

Лойиҳавий тузилма — бу аниқ вазифани ҳал этиш учун ташкил этиладиган вақтинчалик ташкилотдир. У функционал бўлими ичига ташкил этилади. Муайян лойиҳани амалга ошириш учун тўпланган турли соҳаларнинг юқори малакали мутахассислари унинг аъзо-

лари ҳисобланади. Лойиҳа тугалланганидан кейин гуруҳ тарқатиб юборилади. Мутахассисларнинг бир гуруҳи ўзининг аввалги иш жойига кетади, иккинчи қисми — янги лойиҳаловчи гуруҳга ўтади. Бу тузилманинг ўзига хос хусусияти шундан иборатки, ходимлар бир вақтнинг ўзида икки раҳбарга — лойиҳа раҳбарига ва бу гуруҳ доирасида ишлаётган бўлим раҳбарига бўйсунадилар. Кўпгина тадбиркорлик фирмалари бор эътибор ва куч-қайратни алоҳида муҳим янги технологиялар ва маҳсулотларни ишлаб чиқариш, яъни инновация лойиҳаларини амалга ошириш мақсадида мана шундай тузилмаларни ташкил этадилар.

Матрицали тузилма лойиҳавий тузилмаларининг ривож (такомил) ҳисобланади. У тақсимлашнинг икки тури: вазифалар бўйича ва маҳсулот бўйича тақсимлашнинг уйғунлашувидир. Матрицали тузилмалар 50—60 йилларда АҚШнинг унча катта бўлмаган авиасозлик фирмаларида пайдо бўлган. Улар соф лойиҳавий (одатда қиммат турадиган) тузилмадан самарали фойдаланиш учун ишлаб чиқилган.

«Женерал Электрик», «Шил Ойл» ва бошқа корпорацияларда лойиҳавий тузилмани функционал тузилмага қўшиш юзасидан тажриба утказилади. Шу тариқа олинган схема катаклардан иборат бўлган матрица (пантера) шаклига эга бўлиб, тадбиркорлик фирмасида бир вақтнинг ўзида тўрт маҳсулот яратиш ва ишлаб чиқариш имконини беради. У гуруҳнинг ҳар бирига алоҳида раҳбар жавоб беради. Хизматчиларнинг барча тўртта гуруҳи маҳсулотни яратишдан бошлаб уни ишлаб чиқариш ва сотишгача занжирдаги вазифаларни бажаради.

Матрицали усулнинг афзаллиги:

- фирма фаолиятининг ўзгариб бораётган ички ва ташқи шароитларига тез муносабат билдириши ва мослашишига имкон беради;
- истеъмолчи талаблари ва ресурсларни тежаш зарурати ўртасида самарали мувозанатни йўлга қўйиш имконини беради;
- мутахассислар ўртасида бевосита алоқаларни қўллаб-қувватлаш, зарур ахборот билан тўридан-тўри таъминлаш имконини беради;
- бўлим ичида бюрократик тамойилларни заифлаштириши;

132

- функционал тузилмада қабул қилинганига нисбатан хулқ-атворнинг янада демократик меъёрлари ҳисобига меҳнатдаги манфаатдорликни кучайтиради ва меҳнатта иштиек ортади

Матрицали тузилманинг камчиликлари. Тузилманинг мураккаблиги, раҳбарлар ваколатларини аниқ белгиланмаслик натижасида турли низоли вазиятларнинг вужудга келтириши мумкинлиги

Хорижий мамлакатлардаги тадбиркорлик фаолиятини таҳлил этиш натижаларининг кўрсатишича, лойиҳавий ва матрицали тузилмалардан қуйидаги шартлар мавжуд бўлганида фойдаланиш мақсадга мувофиқдир:

1. Ишлаб чиқилган лойиҳа ноёб ва долзарб (уни бажаришда эса сусткашлик бўлмаслиги керак).
2. Маҳсулот тури ёки технология тез-тез алмашганда
3. Гуруҳнинг лойиҳа устида ишлаш вақти чекланган бўлиши керак. Буюмни оммавий ишлаб чиқариш бошланиши билан, уни такомиллаштириш юзасидан ишлар оддий функционал бўлимларда олиб борилади.

4. Муаммо гуруҳ аъзоларининг умумий кучи тайинлари ҳисобига ҳал этиладиган ҳолларда

Венчур ва инновация тузилмалари. Венчур ва инновация тузилмалари лойиҳавий (дастурий-мақсадли) ташкилий тузилмаларининг замонавий қурилиши ҳисобланади. Бу икки ном муайян даражада синоним ҳисобланади. Инглизча «venture» сиз «таваккал иш» деган маънони билдиради. Одатда, бизнесда таваккал иш инновациялар, яъни янги технологиялар, товарлар ёки хизматларни ишлаб чиқаришдан иборатдир. Бозор иқтисодиети ривожланган барча мамлакатларда кичик бизнесда ана шундай тузилмалар ташкил этилади. Тадқиқотларнинг кўрсатишича, бу бозорнинг тез ўзгараётган шароитларига тез муносабат билдиришнинг энг истиқболли йўлидир.

Қуйидагилар ана шундай тузилмаларнинг харақтерли хусусиятлари ҳисобланади:

- Таваккалчилик бизнеси, яъни, тадбиркор мутлақо янги, аввал ҳеч қим ишлаб чиқармаган (инновация)

133

объектини танлайди ва уни ишлаб чиқаришга ўз сармояси ёки қарзга олинган молия маблавлари билан таваккал қилади. Тадбиркор муваффақиятга эришса, юқори ёки ўта юқори фойда олиши мумкин.

- Фан билан боғлиқ венчур фирмасида маҳсулотни яратиш ва ишлаб чиқаришга етказиш катта фирмаларнинг функционал бўлимларидагидан анча тез (тўртдан уч, кўпинча бешдан уч барабар тез) рўй беради. Буни иккита сабаб билан тушунтириш мумкин: кичик жамоанинг йиғинчоқлиги ва фаолиятининг бир мақсадга йўналтирилганлиги, ҳамда, бундай ташкилотларнинг инновация объектини танлашга ўзига хос ёндашуви билан изоҳланади. Венчур фирмасида, одатда, тез самара берадиган лойиҳалар ишлаб чиқилади. Ҳамма нарса мақсадга мувофиқлилик ва пировард маҳсулотни ишлаб чиқаришга бўйсундирилади.
- Венчур фирмаси яхлит кичик бизнес бўлганидан бизнес дунёсида катта тезкорликка эга бўлади. У мустақил ташкилот бўлиб, иш схемалари, усуллари тез ўзгартириш имкониятига эга.
- Тадбиркор (мулкдор, раҳбар, менежер)нинг удабуронлик, илҳор фикрлаши, тиришқоқлиги, дидиллиги, таваккалчиликда жўшқинлиги каби фазилатлар фоят муҳим бўлиб, «венчур» номига бевосита мос келади.

Кичик бизнесда муваффақиятли ҳаракат қилаётган венчулрларнинг самараси шунчалик юқорики, катта фирмаларнинг раҳбарлари кўпинча улардан иттифоқчиларни излашади, улар билан инновация лойиҳаларини бажариш учун шартнома-бўртмалар тузадилар. Иккинчи йўл венчур гуруҳларининг ижобий тажрибасини ўрганиш ва фирма ичда тегишли инновация бўлимларини ташкил этишдир.

Инновация (венчур) фирмаси ички бўлимлари турлари. Тадбиркорликда инновациялар қондасига амал қилиш рақобат курашида фирманинг омон қолиши ва унинг самарали фаолият кўрсатишининг муҳим шарти ҳисобланади.

Йирик тадбиркорлик фирмаларида инновация тузилмалари бир қанча омиллар, ишлаб чиқарилаётган

лойиҳаларнинг аҳамиятини, уларнинг мақсад-йўналишлари ва мураккаблиги, шунингдек расмийлаштириш даражасига боғлиқ ҳолда бир неча турга бўлинади.

Янги маҳсулотни яратиш бўлими. Бу аслида, лойиҳавий маҳсулот тузилмасидир. Бўлим фирма учун стратегик аҳамиятга эга бўлган янгиликни ишлаб чиқиш учун ташкил этилади. Расман, у соҳага мос бўлган функционал бўлимга тааллуқли бўлади. Лекин инновация бўлимидаги ишланмалар мазкур бўлим иш режасига қўшилмайди.

Бевосита интеграция. Бу энг муҳим аҳамиятга эга бўлган маҳсулотни ишлаб чиқиш демакдир. Шу билан бирга, инновация асосий ишлаб чиқариш фаолияти билан мустақкам боғлиқликдадир. Ишни муваффақиятли амалга ошириш учун унинг асосида турадиган технология, конструкторлик ва бошқа хизматлар ҳам керак бўлади. Шу тариқа янгиликни ишлаб чиқиш фирмани бошқаришнинг мавжуд тизимига интеграцияланади. Табиийки, фаолиятнинг янги, ижодий тури пайдо бўлиши ташкилотга жиддий таъсир кўрсатади, унинг аъзолари ҳуқ-атворида у ёки бу ўзгаришларни келтириб чиқаради.

Агар инновация фирма учун жуда муҳим аҳамиятга эга бўлса, лекин амалдаги асосий ишлаб чиқариш билан мутлақо боғлиқ бўлмаса, у ҳолда корхона бошқарувида янги маҳсулотни яратиш билан шуғullanувчи ихтисослаштирилган бўлимга ташкил этилиши ва унинг воситасида бозорга чиқиш катта фойда келтириши мумкин. Муваффақиятга эришилса, бундай бўлимга мустақил бўлимга айлантирилади.

Янги тузилмаларни анъанавий функционал ва бошқа хизматлар билан боғлаш учун фирмада кўпинча воситачилик марказлари ташкил этилади. Бу — экспертларнинг мустақил гуруҳлари бўлиб, улар бир томондан яратилаётган маҳсулот хусусиятлари ҳақида, иккинчи томондан унинг эҳтимол тутилган истеъмолчиси ёки унинг фойдаланувчиси ҳақидаги ахборотга эга бўладилар ва ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи ўртасида алоқа урнатишга ёрдам берадилар.

Тадбиркорлик фирмасида шу тариқа фаолият самарадорлиги ва рақобат курашида унинг матонатини

кафолатлайдиган мувофиқлаштирувчи (мослаштирувчи), венчур ва инновация тузилмаларининг бутун бир тармоги амал қилади.

12.4. Тадбиркорлик тузилмалари аъзоларининг ўзаро муносабатлари

Тадабиркорлик тузилмаларини ташкил этиш турларининг ранг-баранглиги турли маъно ва лавозимларни эгаллаб турган ташкилот аъзолари ўртасидаги ўзаро муносабатларнинг ҳар хил турларини ўрнагиш заруратини келтириб чиқаради. Ташкилот ички муносабатлари турлари унинг ташкилий таркиби тури билан бир хилдир. У қуйидаги вариантларни ўз ичига олади:

- чизикли муносабатлар;
- функционал муносабатлар;
- бошқарув аппарати муносабатлари;
- шахслараро норасмий муносабатлар.

Чизикли муносабатлар — бу раҳбар ва унинг қўл остидагилари ўртасидаги муносабатлар. Масалан, цех бошлиғи ва уст; бош бухгалтер ва моддий бойликларни ҳисобга олиш бўйича бухгалтер ўртасидаги муносабатлар. Ўсиб бораётган корхонада бўйсинишнинг чизикли муносабатлари, энди жамоа тусида бўлиши мумкин, бунда бир даражадаги бир қанча бўлим анча юқорироқ бошқарув даражасидаги бўлимга бўйсинади. Масалан, бригадирлар цех бошлиғига бўйсинади; бош муҳандиснинг ўз қўл остида бир неча цех бошлиғи бор.

Функционал муносабатлар — бу ташкилот доирасида у ёки бу вазифани бажаришга ваколатли бўлган мутахассиснинг бошқа аъзолар билан муносабатидир. Одатда бундай ишлаб чиқариш миссияси тавсия шаклида бўлади. Масалан, кадрлар бўлими бошлиғи ходимларни ишга қабул қилиш, ўқитиш ва ижтимоий жиҳатдан таъминлаш масалаларида цех бошлиғи билан функционал муносабатлар бўлади. Бухгалтер — пул билан таъминлаш, сотиш, реклама масалалари ва бошқа масалалар бўйича сотиш бўлими бошлиғи билан функционал муносабатларда бўлиши мумкин. Шу билан бир қаторда функционал

раҳбарнинг ўзи ҳам ўз чизикли ташкилоти доирасида чизикли муносабатда бўлади (масалан, кадрлар бўлими бошлиғи ўз бўлими ходимларига нисбатан чизикли муносабатда бўлади). Функционал муносабатларнинг бошқа турига латерал деб номланган муносабатлар ҳам киради. У инглизча «Lateral» сўзидан олинган бўлиб, «ён томондаги» деган маънони билдиради. Латерал муносабатлар функционал муносабатларнинг бир тури ҳисобланади. Улар икки тоифада бўлиши мумкин:

коллегиял — битта бўлим ходимлари ўртасидаги (ҳамкасблар ўртасидаги) муносабатлар;

параллель — бу ташкилотда бир хил мавқега эга бўлган, лекин турли бўлимлар ва бўлимларда ишлаётган хизматчилар (ходимлар) ўртасида ахборот, воялар, фикрларни айирбошлаш зарурати билан вужудга келадиган муносабатлардир.

Бунга бир неча бўлим (хизматлар) раҳбарлари ўртасидаги муносабатлар еркин мисол бўлиб хизмат қилган. Яна бир мисол сифатида битта касбдаги, лекин вазият тақозоси билан турли бўлимларда ишлаётган мутахассислар ўртасидаги иш бўйича муносабатлар ёки улар ходимлари ўртасида ахборот айирбошлаш муносабатларини келтириш мумкин.

Бу муносабатларнинг мақсади ахборотларни оптимallasштиришдан иборатдир. Бироқ, шунини айтиш керакки, параллел муносабатлар ҳар доим ҳам бевужсон ва ўзаро манфаатли бўлавермайди. Улар доирасида шадидиятли вазиятларнинг вужудга келиш ҳоллари кам эмас (масалан, сирий ахборотнинг ошкор бўлиши, ҳокимият рақобати).

Бошқарув аппарати муносабатлари. Муносабатларнинг бу тури у ёки бу кишиларнинг ҳуқуқ ва ваколатларини ифодалаганда рўй беради. Бунда лавозим мажбуриятлари тавсиялар, маслаҳатлар беришдан иборат бўлади.

Масалан, корхонада янги ходимларни ишга қабул қилиш масалалари билан шуғулланадиган махсус гуруҳ тузилиши мумкин. Бунга ходимлар бўлими вакили, бўш жойлар мавжуд бўлган бўлимларнинг раҳбарлари ёки раҳбар ўринбосарлари киради. Бунда гуруҳ лавозимга номзод билан суҳбатлашиш, тест синовидан ўтказишни амалга оширади ва шундан кейин мазкур кишини

ишга қабул қилиш (ёки рад жавоб бериш) ҳақида ҳулоса — тавсиянома беради.

Муносабатларнинг тўртинчи тури **шахслараро муносабатлардир**. Бундай муносабатлар — жамоа ҳодимлари ўртасида бошқариб бўлмайдиган равишда — ташкилотда қабул қилинган қоидалар, кўрсатмалар, одамларнинг хизмат мақомидан қатъий назар вужудга келади. Бундай муносабатлар ўзаро ҳуш кўриш ва ҳуш кўрмаслик, яқинлик, дўстлик, ҳурмат ва бунинг аксига асосланиши мумкин. Бўлимда норасмий пешқадам, муҳим мансабга эга бўлмаган, лекин, шундай характер белгиларига эга бўлган одам бўлиши мумкинки, бу бегилар бошқа одамларни унинг фикрини тинглашга ёки унинг қарорларига бўйсунушга мажбур этади. Ҳар қандай ҳатто, энг кичик корхонада ҳам расмий тузилма билан бирга норасмий тузилма пайдо бўлади ва ривожланади. Бунда турли шахслараро муносабатларнинг чирмашиб кетиши рўй беради. Норасмий алоқаларнинг йиғиндиси жамоадаги микроклимин белгилайдики, бу кўп жиҳатдан меҳнат самарадорлигига таъсир кўрсатади. Агар микроклим ижобий, дўстона бўлса, демак, бўлим ҳам катта самара билан ишлайди аксинча бўлса, унинг иш қобилияти кескин пасаяди. Жамоа ичида шахслараро муносабатлар муаммоси билан, кўпинча кичик корхона раҳбарининг ўзи шуғулланишга тўғри келади.

13. КАДРЛАРНИ ТАНЛАШ ВА ЎҚИТИШ



13.1. Кадрлар сиёсати ва кадрлар бўлимининг вазифалари

Кадрлар халқ ҳўжалигининг турли соҳаларидаги мутахассислар, шунингдек, юқори малакали ишчилар — ўрта махсус ўқув юртлари, коллежларнинг битирувчиларидир.

Бошқарув кадрлари бу малакавий фаолияти тўла, ёки асосан корхона фаолияти билан боғлиқ бўлган тижорат, молиявий ёки ишлаб чиқариш бошқаруви билан шуғулланувчи ходимларга айтилади.

Иқтисодий ва ижтимоий-сиёсий қатламларнинг

ўзгариши янги кадрлар сиёсатини ташкил этишга олиб келади. Бозор иқтисодиётига ўтиш жараёнида янги услубда ишловчи раҳбар ва мутахассислар керак бўлади. Бу тадбиркорлик тузилмалари шаклланиши билан, турли хил мулк шакллари, корхоналари ташкил бўлиши билан боғлиқ.

Кадрлар сиёсати ва бошқариш санъати бу халқ ҳўжалигида энг яхши бошқарув кадрларини узоқ муддатга тайёрлашдир. Кадрлар сиёсати корхоналарда, фирмаларда, корпорацияларда мутахассисларни қайта тайёрлаш, узоқ муддатли дастурларда ишлаб чиқилади. Масалан, янги бизнес усулларида тадбиркорлик фаолияти соҳалари билан шуғулланувчи кадрлар керак, шунингдек менежмент, маркетинг, банк фаолияти соҳаларида ишлашни биладиган мутахассислар зарур.

Катта корхоналарда кадрлар сиёсатини шакллантиришда биринчи навбатда кадрлар хизмати раҳбарлари, олий, муяъзам ва функционал раҳбарлар иштирок этади, аммо, яқиний қарорини бош директор ёки директорлар мажлиси бошчилигидаги олий менежерлар корпуси қабул қилади.

Кичик бизнесда кадрлар сиёсатига тадбиркорнинг ўзи жавоб беради. Кадрлар сиёсати стратегия ва тактикани ўз ичига олади.

Кадрлар стратегияси бу кадр билан ишлаш усуллариининг асосий мақсадини аниқлайди. Ишлаб чиқиш учун техник, маркетинг, ижтимоий-иқтисодий масалаларни таҳлил қилиш керак. Бу таҳлил асосида фирма кадрлар концепцияси шаклланади, ташкилот фаолиятини самарали бошқариш учун қандай кадр керак бўлиши аниқланади. Бундай концепция қуйидаги талабларга жавоб бериши керак:

- тармоқ ривожланишининг стратегик йўналишини ҳисобга олиш;
- ҳақдонийлик;
- иқтисодий ва сиёсий ҳаётнинг ўзгарувчан муҳитига мувофиқ олиш;
- корхона иқтисодий малакали кадрлар билан таъминлашга йўналтирилганлик ✓

Ишлаб чиқилган кадрлар сиёсати концепцияси корхонанинг ҳамма ишчиларига етказилиши керак.

Кадрлар сиёсати тактикаси, дегадда, кадрлар билан жорий ишлаш усуллари тушунилади. У конкрет шароитларда кадрлар сиёсати принциплари (концепцияси)ни амалга ошириш кетма-кетлигини назарда тутади. Унинг энг аҳамиятлилари кадрларни тўғри танлаш, ўрнига қўйиш, ўқитиш, тарбиялаш, ишлатиш ва қайта тайёрлашдир.

Агар кадрлар ишини бошқарув тизими деб тушурилса, унда бу тизим субъектини қўш сонан инсонлар ташкил қилади, масалан, бош директор, унинг кадрлар бўйича ўринбосари, кадрлар бўлими, техник ўқув бўлими ва бошқалар. Кадрлар иши тизимининг бошқарув объектлари ишга тайёрланган ишчилар, яъни мутахассислар ва бошқариладиган ходимлар ҳисобланади.

Кадрлар ишининг асосий мақсади қуйидагилар:

- Кадрларга талабни режалаштириш
- Кадрларни танлаш ва баҳо бериш услубини ишлаб чиқиш.
- Ёш кадрларни тарбиялашни режалаштириш.
- Бошқарув услубини такомиллаштириш ва бошқалар ✓

Корхонада кадрлар ишининг асосий қисмини кадрлар бўлими амалга оширади.

Корхона қўламига қараб, у бир ёки бир нечта бўлинмалардан иборат бўлади. Масалан: ишга қабул қилиш гуруҳи, ҳисоб-китоб гуруҳи ва бошқалар. Кадрлар бўлими мустақил структурали бўлинма бўлиб, фақат корхона раҳбарига бўйсунди.

✓ Кадрлар бўлими ходимлари бажарадиган ишлари бўйича йуриқнома мавжуд бўлади. Уларнинг бир нечасини куриб чиқамиз:

— корхона мутахассисларини тўғри ва самарали жойлаштириш мақсадида, уларнинг иш билиши ва бошқа сифатлари рўйхатининг таҳлили;

— кадрларни жойлаштириш ва фойдаланиш бўйича имтиҳон (тест) қабул қилиш, ишдан ишга ўтказиш ёки бўшатишни расмийлаштириш;

— меҳнат дафтарчаларини туздирish ва сақлаш;

— бўшаётган ишчи ва хизматчиларни ишга жойлаштириш бўйича тадбирлар;

— кадрлар иши бўйича ҳисобот тайёрлаш. ✓

Кичик тадбиркорлик ташкилотларида кадрлар бўлимини ташкил қилиш шарт эмас, унинг вазифасини қобилиятли ходим бажариши мумкин.

Катта фирмаларда кадрлар бўлими қўшимча бўлинчалар билан тўлдирилади ёки ходимлар бўйича менежер ишга олинади. Иккала ҳолда ҳам бу инсонга катта масъулият юкланади.

Кадрлар бўйича менежер — кадрларни режалаштириш, уларни танлаш ва баҳолаш, хизмат бўйича қўтарилиши, ўқиши ва ҳоказоларга жавоб беради. Бу ишга олий маълумотли кадрлар ишини яхши биладиган инсон тайинланади.

2. 13.2. Ишловчиларни ёллаш ва таялашни режалаштириш

Меҳнат ресурсларини режалаштириш — бу корxonанинг фаолияти тизимини режалаштиришнинг асосий қисмидир. Кадрларни режалаштириш қуйидаги 3 босқичдан иборат:

- а) мавжуд меҳнат ресурсларини баҳолаш;
- б) кадрларга бўлган талабни баҳолаш;
- в) меҳнат ресурсларини ривожлантириш дастурини ишлаб чиқиш. ✓

Тадбиркорлик тузилмаларида кадрларни режалаштиришни ишчиларнинг кучли ва заиф томонларини таҳлил қилишдан бошлаш керак. Бунинг учун бир неча саволлар ишлаб чиқилади: Корхона ишчиларининг асосий қисмини қимлар ташкил этади? Корxonани асосий ишчилари қандай билимга эга бўлишлари керак? Ҳар бир ишчи ўзининг иш жойини биладими? Асосий ишчилардан қим қарорларни қабул қилиш учун танланади? Корxonанинг ташкилий тилжорат таркибини ривожлантириш учун қандай қоидалар ишлатилди? Тадбиркорлик муҳитини ўзгаришига корхона ишчилари қандай ўрганадилар? Бу босқичда раҳбар, ишлаб чиқариш ёки бошқарув характериға эга бўлган ҳар бир алоҳида жараёнға қанча одам кетишини аниқлайди. Бунга ишчилар меҳнати сифатини баҳолаш ҳам кирди, масалан, меҳнат қўникмаларини бошқатдан теҳизирлиш.

✓ Меҳнат ресурсларини режалаштиришнинг иккинчи босқичи — кадрларни баҳолаш, яъни корхона му-

аммоларини ечишга керак бўлган ишчиларни баҳолаш.

Дастлаб, штат жадвали бўйича зарур кадрлар аниқланади. Ундан сунг мавжуд кадрлардаги ўзгаришлар киритилади ва чиқариб ташланади, натижада кадрларга зарурат топилади, яъни керакли мутахассислар ва раҳбарлар сони аниқланади. Агар бу катталиқ ижобий бўлса, унда янги кадрларни ёллаш керак, салбий бўлса, корхона раҳбарлари мавжуд кадрлардан самарали фойдаланиш йўлларини топиши керак. Ходимларнинг Брутто ва Нетто зарурияти қуйидаги ифода бўйича топилади:

$$\checkmark \text{ БПК} = \text{ML} \times \text{TL} / \text{ТРВ} \times 60 \times \text{КНВ}$$

Бу ерда: БПК — кадрларнинг брутто эҳтиёжи;

ML — режалаштириш давридаги ишчи жараёнлар сони;

TL — ҳар бир иш жараёни учун уртача вақт, минута;

ТРВ — режалаштирилган даврда тариф иш вақти, соатларда;

КНВ — танаффус, касаллик, дам олиш учун кетган вақтларни ҳисобга олиш учун киритилган вақт етишмовчилиги коэффициенти. Масалан, вақт етишмовчилиги 33,3% бўлганда.

КНВ = 1,5 бўлади. ✓

Кадрларнинг нетто эҳтиёжини қуйидагича аниқлаш мумкин. Кадрларнинг брутто эҳтиёжи (БПК) минус кадрлар персонали плус режавий даврнинг бошида олинган кадрлар минус режавий давр бошигача бўшаган кадрлар, баробар кадрларнинг нетто эҳтиёжи.

Бу курсаткичлар баъзи бир сифат тавсифлари билан тўлдирилиши керак. Масалан, зарур кадрларнинг малакалари каби. Кадрларга талабни кераклигини аниқлашдаги асосий омил ишлаб чиқариш омилдир, яъни ишлаб чиқариш буюми, маҳсулот чиқариш дастури, механизация даражаси, корхона стратегияси ва бошқалар. Бу омиллар сон курсаткичларига турлича таъсир қилади: баъзи бир ҳолларда уларнинг ортишига, масалан, кадрлар эҳтиёжига олиб келади. бошқа ҳолларда — камайишига, яъни, штатларни қисқартириш-

га, ёки кадрларнинг жойини алмаштириш ва ўзгартаришга олиб келади.

Кадрларни режалаштиришнинг учинчи босқичида — меҳнат ресурсларини ривожлантириш бўйича аниқ режа ишлаб чиқилади. Эҳтиёж — бу дастур мақсади уни бажариш воситалари. У ишчиларни ишга ёллаш, тайёрлаш бўйича тадбирларни ўз ичига олади.

Корхонанинг кадрлар сиёсатини режалаштириш жараёнида, унинг раҳбарлари масаланинг юридик жиҳатларига диққатларини қаратишлари керак. Ҳар бир давлатда ходимларни ёллаш ҳақида қонуналар мавжуд. Уларга қўра, масалан, иш қуни, ижтимоий муҳофаза, санитария нормалари ва техника хавфсизлиги қондалари белгиланади.

✓ Иш таҳлилига, ишчиларнинг ҳуқуқлари, ишлаш шaroитлари. ишнинг ижтимоий базаси ва бошқа саволлар кириши керак. Бунда қуйидаги асосий эҳтиёжлар акс эттирилади:

- иш турлари;
- ишнинг умумий тавсифи, унинг берилиши, худди шундай ишлардан фарқи;
- ишнинг физикавий жиҳатлари;
- кадрлар малакасига талаблар;
- кадрларнинг бандлик шартлари.

Ишчининг самарали иш бажариши учун қўйилган талабларни аниқлаш. Бу маълумотлар гуруҳига қуйидагилар киради:

- билим даражаси;
- жисмоний жиҳатлари;
- тажрибага эгаллиги;
- тиришқоқлиги;
- қизиқиши.
- характерли белгилари (чаққонлик, мустакиллик ва бошқалар). ✓

✓ Ривожланган давлатларда тоифа ва йўналиши бўйича ишчиларнинг тавсифи ва сифат моделлари ишлаб чиқилади. Англияда менежерга қуйидаги талаблар қўйилади:

- Бошқаришнинг ташкилий структура турлари ҳақида билимлар.
- Замонавий ахборот технологияларидан фойдалана олиш.

- Самарали бошқариш истеъдоди.
- Ораторлик (сўзсозлик) истеъдоди.
- Бўйсунувчилар орасидаги муносабатларни ўзаро мослаштириш қобилияти.
- Кадрларни тайёрлаш билими.
- Ўзини-ўзи баҳолаш истеъодининг мавжудлиги.
- Малакасини ошириш ниятида ўқиши.

АҚШда менежердан 8 та сифат талаб қилинади:

1. Санъат.
2. Теги бўлиш.
3. Илгор бўлиш.
4. Келишмовчиликларни еча билишлик.
5. Турли қарорлар қабул қилиш.
6. Ахборот билан ишлаш.
7. Ресурсларни тақсимлаш.
8. Тадбиркор бўлиш.

Кадрлар билими газета ва журналларга ахборот беришлари, конкурс, эълон ёки оғдий йўл билан ишчиларни ишга олишлари мумкин.

Айрим ҳолларда норасмий алоқалар бошқа ташкилотлар воситачилигида кадрлар тўлдирish имконини беради.

Бўлажак ишчини ишга олишда, у билан суҳбат, имтиҳон, текширувлар ўтказилади. Улар ичида айниқса суҳбат кўп қўлланилади. Бўлғуси ишчи ўз мақсадига эришиши учун унга яхши тайёргарлик кўриши керак. саволларни ўйлаб чиқиши керак. Англияда конкурс комиссиясига раҳбар ўринбосарлардан бири ёки бўлима бошлиги ва кадрлар хизмати ходимлари киради.

13.3. Ишчи-хизматчиларни ўқитиш. Ўқитишнинг қоида ва усуллари

Ўқитиш ва кадрларни тайёрлашда иқтисодий ривожланган давлатларда катта аҳамият берилади. Бу оми иқтисодий устиш ва ишлаб чиқаришнинг ривожлантириш омилидир. Ривожланган давлатларда инсоний ресурслар 80% гача товар ишлаб чиқаришнинг таъминлайди. «Инсон капитал»ига пул қуйиш — бу, турли ишлаб чиқариш, тижорат, молиявий фаолиятлар учун зарур тадбир.

Ўқитиш ривожланган мамлакатларда уч босқичли ўқув тизими йўлга қўйилган:

1. Олий ўқув юртларида ўқиш.

2. Малака ошириш институтлари ва куллетларда ўқиш.

3. Ўз билимининг мустақил равишда ошириш.

Тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи ишчилар доимо ўқиш ўрганиш жараёнида бўлади. Улар тез-тез ўз фаолият йўналишини ўзгартириб туришадди, янги технологиялар ишлаб чиқишадди, мавжудларни ривожлантирилади, инновациялар қилинади, буларнинг ҳаммаси ўзгарувчан меҳнат фаолиятида инсонни ўқишга мажбур қилади. Ҳар бир янги ҳолатда, ўз ишини бажариш учун ходим ёки менежер ўқишга киришадди. Ҳар бир тадбиркорлик ташкилотда кадрларни тайёрлаш ва малакани ошириш тадбирлари ривожланиш режасига киритилади. Бу қуйидаги шароитларга бўлиқ:

- Етарли квалификацияли иш кучи етишмаслиги
- Рақобат курашида меҳнат ресурсидан самарали фойдаланиш.
- Янги билимларни эгаллаш.
- Янги ишлаб чиқариш жараёнларининг пайдо бўлиши.
- Ишчилар потенциалини ривожлантириш.

«Ходимларнинг ривожланиши фирма учун ҳам, ходимлар учун ҳам фойдалидир. Инсоннинг ақлий ва жисмоний имкониятлари чекланган. Аммо, шу имкониятлардан ҳам максимал даражада фойдаланилса иқтисодий ривожланишнинг таъминлаш мумкин. Лекин, кишилар меҳнатини имконият чегараларидан оширишга иштирокчи (яъни оптиқча эксплуатация) ҳатоларни қўлайтиради ва самарадорликни камайтиради. Фирма қуйидаги омилларга кўра самарали бўлиши мумкин:

- Меҳнат кишиларнинг жисмоний ва ақлий имкониятлари чегарасига етмаслиги ва, асло ундан ўтмаслиги керак, шунда ишда ҳатотлик кам бўлади, меҳнатга бўлган иштиёқ сақланади.
- Ўзгарувчан меҳнат шароитларида инсоннинг мослашиш имкониятлари яхшиланади, кенгайди, шу билан бирга, кадрларнинг ишдан кетиши камайди.
- Ходимлар малакаси ошади.

Ишчиларни ўқитиш турли хил шаклларда амалга ошади. Уларни танилаш бир неча омилга боғлиқ. Буларга: ўқишнинг йўналиши, ўқиш предмети, ўқиш шартлари ва даъвогарининг имкониятлари киради.

Қуйидаги ўқиш турлари мавжуд:

- янги ходимлар учун бошланғич ўқиш;
- ишлаб чиқариш ўқиши;
- бошқарув ўқиши;
- кузатув ўқиши (билимни ошириш учун);
- ротация йўли билан ўқиш;
- мустақил дастур бўйича ўқиш ва бошқалар.

Фирмаларнинг қўлчилиги янги мутахассислар билан машғулотлар ўтказиши. Бундай машғулотлар 2—4 ҳафтада махсус ўқув марказларида ўтказилади. Бошланғич ўқиш янги ходимлар учун малака ошириш кўри-нишига эга бўлиши мумкин. Бундай ўқишлар семинар шаклида ўтказилади.

Ишчилар учун ишлаб чиқариш ўқиши биринчи навбатдаги ўқиш ҳисобланади. Бунда иш юзасидан энг асосий маълумотлар берилади. Ишнинг хусусияти, касб сир-асрорлари ўргатилади. Бошқарув ўқиши маъсул бошқарув лавозимларига кўтарилаётган ёки қабул қилинаётган ходимлар учун ўтказилади. У фирма ичида ёки ташқарида амалга оширилиши мумкин.

Фирмадан ташқари ўқиш бир неча кундан бир неча йилгача давом этиши мумкин. Бунда айниқса кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш курслари ва марказлари муҳим аҳамиятга эга бўлади. Бундай марказларда юқори малакали мутахассислар, шунингдек, чет эллик мутахассислар фаолият кўрсатади ва тадбиркорларга ишни олиб боришнинг услубларини ил-гор ўргатади.

Куллийетларда, курсларда, мактабларда малака ошириш ўқишлари махсус ишлаб чиқилган дастур ва зарур қўлланмалар асосида олиб борилади.

Ходимлар малакаларини ошириш ва қайта тайёрлаш ҳам фирма ичида ва ташқарисида бўлиши мумкин.

Уларни тайёрлаш услуби қуйидагича амалга оширилади:

- бошқарув масалалари бўйича махсус семинарлар ўтказиш;

- ходимларнинг сифат тўғрисида деб номланувчи ўқишларда иштироки;
- янги мутахассисларнинг ишини кузатиш йўли билан ўқитиш;
- кадрлар ротацияси.

Кадрлар ротацияси мутахассис ёки менежер тарбиялаш ва шакллантиришда кенг тарқалган услубдир. Уни фирманинг раҳбарлари ишчини қисқа вақт ичида бир ишдан бошқа ишга ўтказиш йўли билан амалга оширади.

Малака ошириш ходимнинг илгор корхоналарда, шу жумладан, чет элларда иш ўрганиши (стажировка қилиши) шаклида ҳам ўтказилиши мумкин. Кадрлар ишида асосий масалалардан бири, кадрлар резервини тайёрлаш ва ўқитиш ташкил этишдир. Кадрлар резервинга келажакда катта лавозимларни эгалловчи шахслар киради. (Бошлиқлар, ўринбосарлар, олий тонфали мутахассислар ва бошқалар).

13.4. Ўқитиш дастурларининг таҳлили

Тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи кишиларни ўқитиш ва малакасини ошириш учун махсус дастурлар ишлаб чиқилади. Чет элларда уларни ташкил қилишда махсус ўргатувчи ташкилотлар иштирок этади (масалан, бизнес мактаби, малака ошириш қуллиёти, бошқарув университети). Ҳозирги кунда чет эл ва мамлакатимиз олим ва мутахассислари ёрдамида ишлаб чиқилган тадбиркорлик бўйича янги ўқув дастурлари кенг қўлланилмоқда.

Йўналиш бўйича ўқув дастури қуйидагиларга бўли-нади:

- бошланғич ўқиш дастурлари;
- тадбиркорлик ишини комплекс ўқишнинг таъминлаб берувчи дастурлар ва унинг алоҳида томонларини ўргатувчи дастурлар (масалан: маркетинг, банк иши, қимматбаҳо қоровлар);
- бошқарув фаолиятини ўрганиш дастурлари ва мутахассисни ўқитувчи дастурлар ўқиш дастурини вақтинчалик омили бўйича қисқа ва узоқ муддатта бўли-нади. Биринчилари махсус семинар ёки курсларда фойдаланилади, узоқ муддатли ўқиш дастурлари бир

неча ой ёки йилга ишлаб чиқилади. Ўқишнинг қўла-мига қараб қуйидаги дастурлар фойдаланилади.

- доимий тавсифга эга дастурлар. Лекин, кўпинча тўғри ёки қисман ўқиш дастури ҳисобланади. Уларга, ма-салан, тадбиркорларни ўқитиш дастурлари киради.
- малакани ошириш дастурлари чет элларда кенг тар-қалгандек, бизнинг республикаларда ҳам кенг тар-қалмоқда.

13.5. Кадрларни ялғиз жихатдан тайёрлаш ва касб бўйича ўқитишнинг ўзаро боғлиқлиги

Кичик бизнес, бошқа актив фаолият каби, доимо ишчиларни ўқитишни талаб қилади. Бу жараён кадрларни сифатини ва ривожланишини таъминлайди.

Ўқиш — бу одамнинг фундаментал билим олиш жараёнидир. Аслида, у мактабларда, техникумларда, техник коллежларда, институтларда, дорилфунунларда ёки бошқа жойларда амалга ошади. Ислохотлар ўқишнинг турларига таъсир қилади. Олий маълумот очик, демократик бўлади. Олий маълумотни ривож-лантиришнинг бошқа кўриниши — бу олий ва ўрта махсус ўқишнинг интеграция қилишдир.

Олий маълумот ислохоти ўз ичига қуйидаги йўна-лишларни олади:

- Янги, такомиллашган ўқув дастурларини ишлаб чи-қиш, замонавий мутахассисларни тайёрлашда халқа-ро ўқиш жараёнини ташкил қилиш.
- Аудитория дарслари ва мустақил ишлар орасидаги ўқув вақтини энг қулай тарзда тақсимлаш ва бош-қалар.

14. КАДРЛАРНИ ЖОЙ-ЖОЙГА ҚЎЙИШ ВА ИШЧИ КУЧИНING АЙЛАНМАСИ

14.1. Ишчиларни иш жойларига жойлаштириш

Бозор иқтисодиётида инсон меҳнати машина, ма-териал ва капиталга ўхшаб ишлаб чиқарувчи омил ҳисобланади.

Кичик ишбилармонликда тасодифий ишчиларни ишга олиш жуда ҳам хавфли бўлиб, бу корхона учун

зарар келтириши мумкин. Ишчиларни тўғри танлаш учун икки хил ички ва ташқи чегара мавжуд.

Ички чегара — бу корхона томонидан қабул қилин-ган ва тадбиқ қилинган меъёрдир.

Ташқи чегара — бу ўз ичига қонуллашган меъёр-ларни олган, регламентланган ҳужжатлардир, масалан, меҳнат ва меҳнатнинг санитария нормалари. Кадрлар бўлими ишнинг мазмунини ишчиларни ишга ёллаш ва корхонанинг меҳнат резервларини сақлаш ва ривож-лантиришдан иборат.

У қуйидаги босқичларни ўз ичига олади:

- мутахассисларни масъулиятли мансабга танлаш;
- ишчиларни мансабга ёллаш;
- ишчиларни ишдан бўшатиш;
- мутахассисларни сақлаш умумий режасини бажа-риш тизими;

Биринчи босқич қуйидагиларни ўз ичига олади:

- мансабга номзод бўлган шахслар ҳақида маълумот тушлаш;
- мутахассисларни ўз иштини бажара олишнинг текши-риш;
- мансабга ҳар хил номзодларни қўйиб, солиштириш таҳлилини ўтказиш;
- мансабга мос келадиган номзодни танлаш;
- мансабга тайёрлаш;
- ишчининг ишбилармонлиги ва шахсий сифатини тек-шириш учун синов ўтказиш муддатини аниқлаш.

Инсоннинг унга берилган ишнинг яроқлилиги тўғри-сидаги усуллар мажмуи касб дастури дейилади. Касб дастури — бу системалашган сифатлар таҳлилининг йиғиндиси бўлиб, уларни ҳар бир ишчи келажакдаги иштини бажара олиши учун билиши керак ва ўзининг функционал вазифаларини тартибини ҳам билиши ке-рак. Касб дастури иккита моделдан иборат:

1. Ишчи модели (ишбилармонлик, шахсий ва касб сифатлари);

2. Мансаб модели (функционалар, вазифалар, ҳуқуқий жавобгарлик ва бошқалар).

Иккинчи босқич — ишчиларни ёллаш — бу инсон-нинг ҳуқуқий ишга олиниши билан боғлиқ. Меҳнат қонунилари ишловчиларнинг корхона билан муносаба-

тини бошқаради. Бу қонуни корхонанинг ҳамма турларига тегишли бўлади ва ишбилармонлик тузилма ҳам бошқаради.

Бундай ҳуқуқий ҳужжатларга меҳнат қонунилари тўғрисидаги кодекс ҳам кириб, у қуйидагиларни ўз ичига олади:

- меҳнат ва жамоа шартномалари;
- иш вақтини ва дам олиш вақтини ренгламентлаш (ишлаб чиқиш);
- кафолат ва меҳнат ахлоқи;
- меҳнатни муҳофаза қилиш;
- касба уюшмалари;
- меҳнат низомлари;
- иш ҳақи ҳақидаги умумий курсатмалар.

Меҳнат Кодексида белгиланган қонунлардан муҳими меҳнат шартномаси ҳисобланади.

Меҳнат шартномаси — бу корхона билан ишга олинадиган инсон ўртасидаги розилик бўлиб, бунда ишга олинган одам корхонанинг меҳнат тартибларига риоя қилган ҳолда ўз вазифаларини бажариши керак. Корхона эса унга меҳнат қонунига биноан иш ҳақи тўлайди ва меҳнат шароитини таъминлаб беради.

Меҳнат шартномаси орзак ва ёзма ҳолда тузилиши мумкин. Битим ва конкурс асосида ишга олинмишга қараб меҳнат шартномалари ҳам турли хил бўлади.

Иш кучини тақсимлашнинг *учинчи босқичи* — бу ишдан бўшатишдир. Бу меҳнат қонунлари ва корхонанинг ички шартларини ҳисобга олган ҳолда амалга оширилади.

Ишчини бушатиш унинг хоҳишига ёки маъмурий бошқарув курсатмасига биноан амалга оширилади.

Агар меҳнат шартномасида ишчи билан корхона ўртасида келишилган муддат тутаган бўлса, унда ишчи қонун асосида ишдан бўшатилади.

Узрли сабабларга қўра ишдан бўшатиш ўзига хос яқинлашувчи талаб қилади, бунда, маъмурий бошқарув аппарати ишчи ариза бермагунча, уни ишдан бўшатишга ҳақли эмас.

Меҳнат шартномасида шундай шартлар борки, агар, улар бажарилмаса, маъмурий бошқарув органи ишчини бўшатишга ҳақлидир.

Бу шартлар қуйидагича:

- корхонанинг ёпилиши;
- ишчининг ўз ишига ялоғийқлиги аниқланган бўлса;
- тез-тез ишга келмаслик;
- иш жойида ўқирлик қилиш ва ҳоказолар.

Агар корхонада касба уюшмаси бўлса, унда, маъмурий бошқарув органи кўрсатмасига биноан ишчининг ишдан бўшатилиши касба уюшмаси қўмитасининг розилиги билан амалга оширилади.

Ишчи кучининг тақсимланиш босқичларида фаол олиб борилган иш, корхонанинг мутахассисни тўғри танлаш масаласини ижобий ҳал қилади.

Иш потенциалини сақлаб қолиш, мутахассислар қўнимсизлигини камайтириш, ишчи кучи етишмовчилигининг олдини олишда муҳим омиллардан бири ҳисобланади. Бу масала, яъни тадқиқ, мутахассислар ишчининг *тўртинчи босқичида* кўриб чиқилади — у кейинги бўлимда баён этилган.

14.2. Вазифаларнинг мансабга қўра тақсимланиши

Фирмани ташкил қилишдан аввал менежерлар, ишчилар ва хизматчиларнинг иш фаолиятига тегишли бўлган вазифаларни қандай тақсимлашни уйлаб чиқиш зарур. Умумий фаолият юритувчи бўлимлар вазифаларни бўйича гуруҳларга бўлинади. Бунга қўра, ишлаб чиқариш, сотиш, пул билан таъминлаш ва бошқариш бўлимлари амалда бўлиши мумкин. Бу бўлимлар бир-бири билан узвий боғлиқ бўлиб улардаги ишчилар ҳамкорликда фаолият юритишади. Шунинг учун, мансабдор шахс вазифаларни аниқ бўлиб, тақсимлаш ва ким қандай масалаларни ҳал қилиши кераклигини билиши керак. Ишни аниқроқ ташкил этиш учун фирма ишчиларининг вазифаларини йўриқнома ҳолида ёзиб қўйиш керак. Лекин, вазифаларни тақсимлаб беришнинг ўзи етарли бўлмайди. Қандайдир вазифа тошширилган кишига уни амалга ошириш учун етарли яхши шароит яратиб бериш керак бўлади. Бунинг учун эса ишчи лаёқатли, ўқимли, тажрибали бўлиши керак. Агар, ишчининг ўзи масаланинг ечимини мустақил ҳал этолмаса, унга мансаб бўйича вазифалар юкланиши ва меҳнат натижалари ўлчаниши мумкин эмас. Бўлиб

берилаётган вазифалар ва қуқуқлар катта ҳажмда бўлмаслиги керак, чунки уларнинг бошқарувадаги ўрни вазифанинг бажарилишига ҳалақит беради ва мақсада мувофиқ бўлолмайди.

Раҳбар қўл остида ишлаши мумкин бўлган хизматчиларнинг аниқ сонини, хўжалик фаолиятининг барча омилларини текшириб чиққандан кейин аниқлайди. Вазиятга қараб, энг мақбул бўйсунувчилар сони 3 тадан 30 тагача бўлиши мумкин.

Бошқарув қўламини аниқлашда муҳим аҳамиятга эга бўлган бир неча омилларни ҳисобга олиш зарур бўлади. Менежер бажарадиган ишнинг мураккаблик даражаси ва иш тавсифидан ташқари унинг субъектив имкониятлари — жамоа билан биргаликда меҳнат қила олиш қобилиятини ҳам ҳисобга олиш керак. Менежер бошқарув ва назорат вақтларини қуйидагилар ҳисобига камайтириши мумкин:

- маълум вазифаларни бажаришда зарурий ваколатларни ишлаб чиқиш;
- аниқ ва қисқа режа тузиш;
- меҳнат жараёнининг ташкил этилиш самарадорлигини таъминлашнинг усул ва йўллари;
- назорат-текширув метрларини ишлатиш.

Вазифаларни тақсимлашнинг моҳияти шундаки, раҳбар ўз қўл остидагиларга баъзи бир масалаларни ечишда тўла ҳаракат эркинлигини бериб қўяди, яъни, ўзининг қуқуқ-мажбуриятининг бир қисmini уларга топширади, аммо тўла жавобгарлиқни раҳбарнинг ўзи олиб боради.

Вазифаларни тақсимлашнинг фойдали томони шундаки, у жамоада ижодий меҳнат вазиятини вужудга келтиради. Вазифанинг маълум қисmini олган ишловчи мустақил бир бўлим бўйича масъулятини ўзига олади ва раҳбар олдида унинг учун жавоб беради, бу эса, ўз-ўзидан, ходимларни меҳнатга ижодий ендашишга сафарбар қилувчи омилдир.

Ўз вазифасини бошқаларга топширишнинг ўзига хослиги шундан иборатки, уни амалга ошириш давомида қобилиятли менежерларни излаб топиш ва тайёрлаш мумкин. Вазифа ишониб топширилган ишловчи ўзининг раҳбарлик учун зарур бўлган мутахассислик ва ташкилотчилик қобилиятларини тўла-тўқис намоён

қилиш имконига эга бўлади. Қолаверса, иш давомида у маълум даражада билим ва тажриба орттиради. Ниҳоят вазифани ишониб топшириш ишловчиларни табиий ҳаракат эркинлиги бўлган талабларини қондиради, уларнинг ижодий қобилиятларини ошириш ва соғлиқларини мустаҳкамлашга имкон яратади. Ишонч ва ўзига жалб қилувчи меҳнат ижобий ҳис-туйғу уйғотади, чарчашни бартараф этади ва юқори унумли меҳнат қилишга шароит яратади.

Раҳбарнинг ўзига келсак, унинг вазифани ишониб топширишдаги ютуғи шундаки, у бир неча қўндалик мажбуриятлардан озод бўлади ва ўз куч-қувватини танҳо ўзи ечиши зарур бўлган масалаларга ва топшириқларнинг бажарилишини назорат қилишга жамлайди.

Вазифани ишониб топширишни билиш асосан субъектив тавсифдаги омилларга боғлиқ: Янги роҳларга қизиқиш ва қабул қила олиш қобилиятига эга бўлиш; баъзи бир масалалар ечимини қуйи бошқарув звеносига топширишга тайёрлиги, унга (раҳбарга) ҳар соатдаги ва қўндалик назорат ўринига умумий назоратни амалга ошириш ва бошқалар.

Ишчилар жамоаси унча катта бўлмаган ишбилармонлик шаклларида осон жинслашади, чунки, унда ҳар бир ишловчи бир-бирини яхши билади. Кичик бизнесдаги йирикрок, махсус ишлаб чиқаришга эга булган фирмаларда мажбуриятлар алоҳида ички бўлинмалар ўртасида тақсимланади. Бунда қуйилган савиядаги мувофиқлаштиришга эришиш учун қуйидаги масалаларни ечиш зарур:

- бирламчи бўлинмаларнинг турли хўжалик вазифаларини бажариш учун захираларни мувофиқлаштириш керак. Бу муаммо шу билан боғлиқ-ки, масалан, ишлаб чиқариш бўйича менежер материаллар захирасининг қўш бўлишини хоҳлайди, чунки истеъмолчиларнинг талабини тўла бажариш асосий мақсад ҳисобланади. Бухгалтер учун эса фирманинг капитали ҳаракатсиз қолмасдан, балки, айланишга тезроқ киришиши фойдалидир;
- бирламчи бўлинмалар учун қисқа муддатли фойда қўриш учун албатта, фирманинг узоқ муддатли манфаатларига зарар етказмаслик шарти билан шароит қратиш;

- бўлинмалар мақсулотига фирманинг кўпроқ ички нархларни ўрнатишни таъминлаш;
- корхонанинг бўлинмалар орасида тўхтовсиз ахборот алмашувига кўмаклашish;
- фирмада ҳар хил вазифалар бўйича фикр алмашишни мувофиқлаштириш.

14.3. Кадрлар қўнимсизлиги билан боғлиқ харажатларни камайтириш

Кадрлар қўнимсизлигини камайтириш усуллари.

Кадрлар қўнимсизлиги деб — маълум вақт оралиғида ўз хоҳишлари ва маъмурий ҳарори билан ишдан бўшаган ишчи-хизматчилар сонининг текширилаётган вақт оралиғида (бир ой, бир квартал, бир йил) корхонадаги ишловчиларнинг ўртача умумий сонига салмолига айтади. Кўпинча кадрлар қўнимсизлиги ишчи ва хизматчиларни, мутахассислиги бўйича ишдан бўшатиш билан боғлиқ бўлади. Бу эса ўз навбатида баъзи бир салбий оқибатларга олиб келади — жумладан, янги ишловчини қабул қилиш ва ўқитиш билан боғлиқ қўшимча харажатлар қилиш зарурати келиб чиқади, жамоада, фирма ҳаётида муҳим роль ўйнавчи ишчи ёки катта обрўга эга бўлган бошлигини кетиши бошқаларга руҳий таъсир кўрсатиши мумкин.

Кадрлар қўнимсизлиги муаммоси инсоннинг ўз меҳнатига қўниқishi билан боғлиқ бўлиб, у иккита масала ечилишини талаб қилади, биринчиси инсоннинг аниқ бир корхонадаги меҳнат шaroитига мослашishi, иккинчиси меҳнат шaroитининг инсон талабига мослашishi.

Биринчи масала янги ишловчини излаб топиш ва вазифага қўйиш вақтида ҳал этилади. Уни ушбу корхонадаги вазифалари ва, энг муҳими, меҳнат шaroитлари билан таништириш зарур. Бу ерда, янги ишловчининг унинг учун янги бўлган тартибларни қабул қилишида қийинчиликлар бўлмайди, чунки унинг хоҳиши ишнинг амалдаги ҳолатига мос келади. Бундай инсонда янги ишга ва жамоага қўниқishi ортиқсиз ўтади ва унча узок давом этмайди.

Хизматчиларда янги ишга қўнимчалар пайдо қилиш бўйича махсус дастурлар ишлаб чиқиш, уларда турли

шаклдаги моддий ва маънавий қўллаб-қувватлашни кўзда тутиш мақсадга мувофиқ бўлади. Бундан келиб чиқадиган қўшимча харажатлар янги хизматчини сақлаб қолиш эвазига узини оқлайди.

Меҳнат шaroитини инсонга мослаштириш ҳисоби-га кадрларни сақлаб қолиш масаласи — бу ўзига хос катта ҳажмдаги ва кенг қамровли масаладир. У шундай шaroитларни яратиш билан боғлиқ-ки, улар ҳисобига ишловчи ишдан қониқishi олиши ва ушбу корхонада ишлашни хоҳлаши лозим.

Инсон, одатда ўз ишдан қачонки, қилаётган иши узининг хизмат вазифаси (эгаллаган лавозими), оладиган маоши уни қаноатлантирса ва жамоада узини қулай сезсагина мамнун бўлади.

Ишлаб чиқаришнинг муваффақиятли тараққий топиши меҳнатнинг нақадар мақсадга мувофиқ ташкил қилишга ҳам боғлиқ. Бу эса уни ихтисослаштиришга ва катта миқдордаги техникани қиритишга боғлиқ. Аммо, ҳозирги вақтда бундай ишларнинг салбий оқибати сезилмоқда. Инсон меҳнати тобора оддийлашиб бормоқда. Иш бир хил, зериқарли бўлиб қолмоқда, ақлий меҳнат кам миқдорда талаб этилмоқда. Бу эса, ўз навбатида, ўз ишдан қониқмаслигини келтириб чиқариши, натижада, меҳнат унумдорлиги пасайиши, ишга чиқмаслик ҳолатлари ва ихёят, кадрлар қўнимсизлигини юзага келтирмоқда.

Ҳозирги замон меҳнат амалиётида кадрлар қўнимсизлигини камайтиришнинг усуллари қўлланилмоқда:

- ишчилар иш жойларини кенгайтириш;
- меҳнатни сифат жиҳатдан бойитиш;
- иш вақтини мослашувчан шаклда ташкил этиш;
- меҳнат гигиенасини яхшилаш;
- юқори сифатли ва унумли меҳнат учун меҳнатта ҳақ тўлашнинг илғор усуллари қўллаш ва бошқа раббатлантириш тадбирларини амалга ошириш;
- ишловчилар ўртасидаги меҳнат можароларини ҳал этишда оддий усуллардан фойдаланиш.

Фирманинг янги қувватлар, илғор технологияни қиритиш эвазига ишлаб чиқариш ҳажминини кенгайтириш ва маҳсулот турини кўвайтиришга интилиши, янги иш жойларини бунёд этиш ва ишчи-хизматчиларни ма-

лакалироқ лавозим ва вазифаларга кўтариш имконини беради.

Фаол ташаббускор кадрларни сақлаб қолишдаги қизиқиши корхона раҳбариятининг меҳнатни сифат билан бойитишга қаратади. Бу каби усулга қуйидагилар киради:

- ишловчи меҳнатига ҳар хил элементларни киритиш, масалан бир вақтда бир неча турдаги фаолиятга жавоб беришни юклаш;
- менежер ва мутахассислар учун қарор қабул қилишда эркинликни кенгайтириш;
- мажбурият, ҳуқуқ ва жавобгарлик ҳажминини кўпайтириш ва бошқалар.

Бунда хизматчиларда ўз қадар-қийматини ошириш сезгиси кўпаяди, ўз меҳнатининг маъносини сезиш кўпаяди ва шунинг эвазига меҳнатга ижобий ёндашиш пайдо бўлади. Корхона шулар ҳисобини ўз ишловчиларининг меҳнат унумдорлигини ошишига эришади ва кадрлар оқими билан боғлиқ харажатлар камаюди.

Бир неча солатларда ишловчини ишга киришига сабаб, уни қониқтирувчи восита бу иш вақтини мақсадга мувофиқ ташкил қилишдир. Иш вақти деб, ишловчи ишга олувчи олдада ишлаш соатлар сони даврида узининг иш кучини тақдирлаш учун кўрсатишини айтадилар. Корхоналарда, қонда бўйича меъерланган иш кучи ўрнатилади. Аммо куп одамлар учун жалб қилувчи сифатида шундай иш турлари ҳисобланадигани уларни бажариш даврида иш вақти эгилувчан шаклда ташкил этилади.

Шу каби шакллarga қуйидагилар киради.

- иш вақтининг динамика турлари, уларни давомийлигини хизматчилар ўзгартириш имконига эга бўлсалар;
- турли вақтларда бошланиб тутайдиган иш вақти.

Ишловчига ишини бошлангич ва тугаш вақтини танлаш имкони яратилади ва бошқалар. Иш вақтини эгилувчан шаклда қилиб ташкил қилишнинг устуворлиги шундаки, ишга қониқиш савиясини юқорилагич, чунки ишловчи катта ҳаракат эркинлигига эга бўлади ва жавобгарлик ҳиссининг кўтариш уни ўз вазифаларининг

самарали бажаришга ундайди. Иш вақтини эгилувчан қилиб ташкил қилиниши яхши ва малакали ишловчиларни жалб қилинишини ва уларни ушлаб турилишини енгиллаштиради.

Индустриал жамиятини иқтисодий, техник ва ижтимоий талабларини меҳнат шароитини инсон табиатига туғри қамашдақ омилини аҳамиятига эгаллиги билан иккинчи режага сиқиб чиқаради. Замонавий меҳнемент (ушбу муаммага) ўз аҳамиятини (қаратди) меҳнат гигиенаси муаммосига қаратади. Бунда, шундай шароитлар яратиш кўзда тутиладигани, унда ишловчи узини жисмонан яхши сезсин. Бундай шароитларнинг яратилишидан мақсад ишловчи меҳнатининг унинг қобилиятига ярашалиги ва ундан қониқданиладиган. Меҳнат гигиенаси чора-тадбирлари сифатида қуйидагиларни келтириш мумкин:

- атроф-муҳитнинг соғлиққа зарарли таъсирини бар-тараф этиш ёки улардан ҳимояланиш (иқлим, шовқин, буғлар ва бошқалар);
- инсонни оғир меҳнатдан ҳалос қилиш — робот, машина ва механизмлар ёрдамида жисмоний сарфни камайтириш;
- меҳнатни муҳофаза қилиш талабларига мос келувчи иш жойлари ташкил этиш;
- инсоннинг ишлаш қобилияти пасайиши муносабати билан унинг иш жойини сақлаш ёки бошқа аввалгисидан кам ҳақ туланмайдиган ишга ўтказиш.

Корхона раҳбариятининг инсон ҳақида қайғуриши кадрлар қўнимсизлигини камайтириш билан бир қаторда, пировард натижада, пул мавбаъларини тежаш имкониятини беради.

Инсоннинг ўз ишдан қониқишининг муҳим омили унинг қобилияти, тажрибаси ва масъулияти ҳисобига юқори маош билан таъминланишидир. Кадрлар барқарорлигини таъминлашда бошқа корхоналарга қараганда маъқудроқ хизмат ва имтиёзлар ўрнатилиши катта рол ўйнайди.

Кўп сонли тадқиқотчилар ишга чиқмаслик ва кадрлар қўнимсизлиги ишловчининг иш бўйича тақдирланиши билан бевосита боғлиқлигини аниқлайдилар. Маош таркибини ишлаб чиқиш кадрлар бўлимининг ишидир. У бир неча омилларнинг таҳлилани ташкил

қилиш билан аниқланади. жумладан ташкилотнинг сер-дармадлиги ва рентабеллиги, у ёки бу ихтисослик бўйича ишловчилар ва малакали мутахассислар меҳнатига ҳақ тўлаш қондалари амал қилиши ва бошқалар. Бозор иқтисодиёти тизимида меҳнат учун тақдирланиш меҳнатта бўлган қизиқишни англатади ва унга булган талаб ва тақлиф билан аниқланади.

Корхона ўзининг меҳнаткашлари учун маощдан ташқари қўшимча имтиёзлар ҳам беради. Уларни икки гуруҳга бўлиш мумкин:

- мукофот куринишидаги акция, қимматбаҳо қорозлар, қўшимча пулли тақдирланишлар, ойлик мукофотлар. Улар ўрниатилган маошининг баъзида катта қисмини ташкил этиши мумкин;
- ижтимоий режа асосидаги қўшимча имтиёзлар. Уларга кенг ассортиментда пулсиз хизмат кўрсатиш мажмуалари ёки жуда оз миқдорда ҳақ тўланадиган хизматлар ташкил қилиш. Бундан ижтимоий имтиёзлар сони ва тури, одатда, ташкилотнинг моддий имкони-ятларига боғлиқ. Уларнинг амалдаги турлари қуйи-дагилардир:
- ижтимоий таъминлаш хизматлари, меҳнатта яроқсизлик, меҳнатнинг саломатлигига зарарликлитига тўланадиган қўшимча тўловлар, суғурталаш, моддий ёрдам кўрсатиш;
- опционаларда овқатланишга ҳақ тўлаш;
- болаларни боғчаларда бўлишига пул тўлаш;
- жисмоний соғломлаштириш тадбирларига ҳақ тўлаш;
- транспорт харажатлари учун қўшимча тўловлар;
- уй-жой ажратиш ва бошқалар.

Тақдирлашлар, ҳар хил шаклларда ҳақ тўлаш корхонанинг харажатларини кўпайтириб юборади. Аммо, ишловчиларнинг самарали меҳнати ҳисобига келади-ган самара бундай харажатларни бир неча баробар қоплаши мумкин.

Кадрлар қўнимсизлигининг сабаби ички омиллар бўлиши ҳам мумкин. Улар жамоада одамларининг бир-бирига бўлган муносабати билан боғлиқдир. Масалан, раҳбар ва қўл остидаги хизматчи ўртасида-ги, ҳамкасблар орасидаги муносабатлар шу жумлага киради. Инсон ўзини, қачонки, уни сиқаштиришлар бўлмаса, унинг хизматида адолатли баҳо берилса, у раҳбарлар ва ҳамкасблар ҳурматида сазовор бўлсаги-

на эркин сезади. Агар корхонани керагидан ортиқ қатъий қонун-қондалар ўрнатувчи, ортиқча талаблар қўловчи авторитар (мансабпараст) инсон бошқарса корхонадаги кадрлар қўнимсизлиги демократик раҳбар-дагига нисбатан юқори бўлади.

Хизматчилар орасида тез-тез жанжал чиқиб тура-диган жамоаларда ўз қобилиятини намоён этиш қий-йин, шунинг учун бундай жамоанинг купчилик ходим-лари бошқа иш жойларини қидиришга мажбур бўла-дилар.

Шундай қилиб, корхона раҳбарларининг ишловчи-га эҳтиёткорлик билан муносабатда бўлишни талаб қилиши, жамоада яхши руҳий иқлим ўрнатиш ва меҳ-натадан манфаатдорликни ошириш кадрлар қўнимсиз-лигига қарши курашнинг усулларида деб қаралади.

15. ТАДБИРКОРЛАР АХЛОҚИЙ ҚОНДАЛАРИ

15.1. Бизнеснинг ахлоқ меъёрлари, тадбиркорлик этикаси

Тадбиркорлик этикаси — бу ишбилармонлик ту-зилмалари ва давлат, ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи, миждоз ва сотувчи, ишбилармонлар, рақобатчилар ҳамда корхона ичидаги ишловчилар орасидаги маънавийлик меъёрлари тизимидир.

Бизнес этикаси меъёрлари мамлакатдаги ишчанлик руҳи ва унинг хусусиятларини белгилайди.

Этика тушунчаси иккита жиҳатни ўз ичига олади:

- *этика* — бу, маълум жамият, кишилар гуруҳи, касб-корлар учун қўланадиган руҳий ва ахлоқий меъёрлар тизимидир;
- *этикавий* меъёрлар ҳуқуқ билан, яъни давлат томо-нидан белгиланган ёки санкцияланган умуммажбу-рий узини туттиш қондалари ва меъёрлари мажмуаси билан боғлиқдир.

Шундай қилиб, инсоннинг ҳар қандай фаолияти, шу жумладан ишбилармонлик ҳам, этика ва ҳуқуқий ўлчовлари билан баҳоланади. Амалдаги қонунчилик жамиятга ўз хоҳиш-иродасини бизнеснинг ахлоқий-ҳуқуқий ўлчовлари асосида ифодалаш учун имкон

яратади. Ишбилармон қонунни бузганлиги учун маълум жазо белгиланса, унинг бизнесда этика ва ахлоқий-ҳуқуқий меъёрларни бузганлиги учун у жамиятнинг қаҳр-ғазабига дучор бўлади. Бунинг учун, жамиятда юқори этикавий меъёрларига амал қилиши керак.

Ўз ишини қонун бўйича олиб бориш этик ва рухий-ахлоқий ўлчовларга риоя қилиш билан бир хил эмас. Бизнесда деярли тез-тез шундай вазиятлар яратиладики, унда, қонунни бузмай туриб этикавий меъёр ва қоидалардан оғиш кузатилади, бу эса бизнеснинг нафақат ўзи учун, балки жамият учун ҳам салбий натижалар келтириши мумкин.

Кейинги икки ўн йилликда Фарбда бизнес этикасига риоя қилиш муаммоси жамият ҳаётида энг оғриқ нуқталардан бирига айланди. Ҳозирги шароитларда бу масала бизнинг республикамизда ҳам муҳим бўлиб бормоқда. Хуффеа бизнес соҳасининг кенгайиши, коррупциянинг кучайиши, ноҳақ рақобат, ишлаб чиқаришда эҳтиёткорлик меъёрлари, маҳсулот сифати стандартлари билан ҳисоблашмаслик, атроф муҳитнинг ифлосланиши каби ҳолатлар ишбилармоннинг роли туғрисида жамиятда салбий фикр пайдо бўлишига сабабчи бўлади.

Ижтимоий тадқиқотлар натижаларига кўра бизнинг Ватанимиз ишбилармонларининг илмий савияси ривожланган мамлакатлардагига нисбатан паст эканлиги аниқланади. Бунда умуман, ҳамдустлик мамлакатларидаги, бизнеснинг ўзи фаолият соҳаси сифатида ижобий қабул қилинсада, унинг амалга оширилиш шакли ижобий баҳолаб бўлмайдиган даражада деб баҳоланади. Ўз навбатида, ишбилармонлар ҳақидаги жамиятнинг салбий фикрлари ҳам албатта, бизнеснинг нормал тараққиётига путур етказиши турган гап.

Бизнес этикасининг асосий қоидаларига қуйидагилар хиради: қонунни ҳурмат қилиш, тўғрилик, ўз сўзига ва тузилган шартномага жавоб бериш, ишонччилик, ишонч ва ижтимоий жавобгарлик, ҳеч қачон ва ҳеч қандай шароитда ўз хизматчиларини, буюртмачиларини, ҳиссасдорларини, раҳбарларини, мол етказиб берувчиларини, назорат қилувчи идораларни алдамаслик мажбуриятлари ва бошқалар.

Тараққий топган давлатларда, айниқса Япония ва АҚШда фирмаларнинг «этика кодекси» ва бизнесменларнинг алоҳида касб усталари туруқларининг «ишбилармонлар кодекси» кенг қўлланади. Уларни цех этикаси кодекси деб ҳам аташ мумкин. Ушбу кодексларга биноан у ёки бу тармоқ фирмалари бир хил этика ўлчовларини қўллайдилар. Бундай кодекслар рақобатчиларнинг этикага ҳилоф ҳуқуқларини аниқлаштириб осонлаштиради. Ишбилармон бизнес кодексининг асосий қисмларидан бири ишбилармон ва истеъмолчи ўртасидаги муносабатлар ҳисобланади.

Энг биринчи «Бизнесмен кодекси» америкаликлар томонидан 1913 йилда ишлаб чиқилган бўлиб, унда еттига иш юритиш қоидаси қабул қилинган. Бу қоидалар битта асосга жамланган бўлиб, бу бизнес соҳасидаги усул ва сиёсатни баҳолашда уларнинг ҳақиқат ва адолатчилик тушунчаларига мос келиши билан белгиланганидир.

Вақт ўтиши билан кодекс бир неча бор такомиллашди. Натижада, бу борада турли фирмалар ва компаниялар томонидан тўпланган, уларнинг тажрибасига асосланган, умумлашган Фарб ишбилармонлик дунёсида кенг маълум бўлган ишбилармонликнинг ўн насиҳати бунга асос бўлди. Бу насиҳатларга ҳар бир тадбиркор амал қилиши керак. Улар қуйидагилардан иборат:

Тағбиркорлик ишига оид яна топиш. Сиз бозорга қандай товар (мол), хизмат турларини таклиф қилаётганингиз ҳақида аниқ тасаввурга эга бўлишингиз керак. Аввал ўзингиз қила оладиган нарсадан нимани сотиш мумкинлигини ҳал қилиб, сўнгра ишлаб чиқариш керак. Янгиликни қидиринг. Рақобатдан қўрқманг. Бу — бозорда бор нарса, унга ўйланиб ўтириш ярамайди. Сизда рақобатчиларга қарши учта кучли қурол борлигини эсда тутинг: Улар сифат, нарх ва рекламадир.

Сифат — бу истеъмол хусусиятларининг (хоссаларининг) мажмуидир. Харидорга охир-оқибатда шунчаки буюмлар еки хизматлар керак эмас. Унга ўз муаммоларининг ечими керак. Айнан шу катта пул туради ва энг кўп фойда беради. Масалан: девор блокларини ишлаб чиқариш ва сотиш мумкин. Аммо бутун куч-қувватини жамлаб, харидорга тайёр уй таклиф қилиш анча фойдалироқдир.

Бизнес-режа тузинг. Унда: Нима сотиш керак? Уларни нимадан тайёрлаш керак? Бу қанча туради? Ким уни сотиб олади? Харидорлар товар ҳақида билишлари учун нима қилиш керак? Сотувни қандай қилиб кенгайтириш ва бошқа масалалар ифодаланиши зарур.

Нархни туширишдан хавфсизаманг, уни қўтаришдан қўрқинг. Фойда, иккита буюмни қиммат сотишда эмас, балки икки минг, икки миллион харидорга ўз товарингизни ёки хизматингизни уларга мос нархда сотишингиздир.

Ўз товарингизни реклама қилинг. Маҳаллий рўзномада ўз ишингиз ҳақида маълумот беринг. Харидор бўлиш эҳтимоли борларга хат юборинг. Эълонлар, плакатларга бузортма беринг ва жойларга ёпиштириб чиқинг. Сотмоқчи булган нарсангиз ҳақидаги маълумотларни қандай қилиб қисқа ва аниқ баён қилиш ҳақида ўйлаб кўринг.

Кредит олиш мумкин бўлса, уни олишдан қўрқманг. Сиз, ёки пул топиб кредитни қайтарасиз, ёки пул топмайсиз ва уни қайтармайсиз. Бор муаммо шу.

Юқоридати кредит миқдори — банк таваккали учун тўловдир. Омонат банкдан ўй қўрилиши учун кредит олинг, уни қўринг ва ишлаб чиқариш асоси сифатида ишлатинг. Хўжалик блокчини қўринг — бу сизнинг омонатхонангиз бўлади. Ўша жойдан яна кредит олинг — усиз иш қилиш қийин, ёки, машинани ҳайдовчиси билан ижарага олинг.

Хайрихоҳ бўлинг. Ахир, ҳар бир ишбилармон шерик, сизга бўйсунувчи ҳар бир ходим худди сиз қаби инсондир. Бундай одам билан бирга ишлаш шахсан сиз учун жуда ёқимлидир. Ўзингиз ҳам шундай бўлинг ва одамлардан бирданга кўп нарса талаб қилманг.

Бир ишингиз олдинга кетдими — дарров унга бошқасини қўшинг. Бирини бўлмаса иккинчиси қолади. Аввал машина ижараси ва прокатини, сўнгра — уларни таъмирлашни ташкил қилинг.

Бугун сизнинг асосий сармоянгиз ўзингиз эканлигингизни унутманг. Бу сармояни суткасига 24 соат самарали ишлашга мажбур қилинг. *Ичманг ва чекманг* — бу сизни хонавайрон қилади.

15.2. Тадбиркорнинг шахсий хусусиятларини шакллантириш

Тадбиркор шахсий сифатларининг структуравий моделини икки хил система кўринишида намоён қилиш мумкин. Биринчи моделда тадбиркорнинг умумий жамғирим сифатлари келтирилади. Иккинчи моделда эса касб сифатлари йиғиндисини келтирилган. Биринчи модель доимо муваффақиятга эришадиганларнинг шахсий таъсифини ажратишга кўрсатишга ёрдам беради, булар:

- доимо имконият қидириш ва ташаббускорлик;
- қўйилган мақсадларга эришишда сабот ва матонат;
- самарадорлик ва сифатга томон тинмай ҳаракат қилиш;
- мақсадга қараб интилиш, айнан, роҳларнинг доимий ривожланиб бориши ва қисқа муддатли масалалар ечимини олдиндан кўра билиш, нафақат ўз фаолияти соҳасида, балки, қўшни соҳаларда ҳам доимо мижозлар, мол етказиб берувчилар ҳақида маълумотларга эга бўлишга ҳаракат қилиш, бу мақсадларга шахсий ва иш юзасидан қилинадиган алоқалардан, шунингдек чегараланган ва оммавий ахборот воситаларидан фойдаланиш;
- тадбиркорлик фаолиятининг нафақат ўз бизнеси соҳасини, балки мумкин қадар бошқа соҳаларни ҳам ўзлуksиз таҳлил қилиш, кузатиш, режалаш ва олдиндан кўра билиш.

Тадбиркорлар мижозлари билан алоқа ўриатишда қуйидагиларни бажариши зарур:

- ишлантириш ва алоқа бўлаш қобилияти;
- мустақиллик ва ўзига ишонич;
- даров илаб олишлик ва аввал тўпланган билимларни янги ўзлаштирилгани билан бўлаш;
- фаолиятининг танланган соҳасида мураккаб ишни шахсан бажара олишликга тайёр бўлишлик

Шундай қилиб, тадбиркор бўлишга аҳд қилган киши, ўзининг имкониятлари, қобилиятлари, шу жумладан ўз изланувчилик қобилиятини аниқ ўлчай билиши керак. *Бизнес* — бу ишни чуқур билиш, қўндалик тинимсиз меҳнат, бир меъёردаги иқтисодий шароит-

даги юз берадиган доимий рақобат, унга фақат ўз ишининг устасигина туриб бера олади.

Тадбиркорнинг умумижтимой сифатларига: маънавий сифатлар, ижтимоий, руҳий ва табиий-генетик сифатлар киради.

Маънавий сифатлар — бу тадбиркорлик фаолиятида зарур бўлган сифатлардан бўлиб, унга тадбиркорнинг дунёқараши, тарбияси, эътиқоди қабила киради.

Ижтимоий-руҳий сифатлар — бу тадбиркорнинг жамиятта фойдали бўлишини таъминловчи, унга табиат томонидан берилган сифатлардир.

Тадбиркорнинг касб сифатларига қуйидагилар киради: ишни миридан-сиригача билиш, интеллектуал-иродавий, ташкилотчилик сифатлари.

Ишни миридан-сиригача билиш — бу кишини лавозимга сайлашда энг муҳим бўлган сифатдир.

Компетентлик — дегани тадбиркорнинг бирор масалани ечиш юзасидан ва тажрибанинг етариллиги ва ҳуқуқий жиҳатдан асосланиши, яъни масалани ҳал қилишга ҳаққи борлигини билдиради. Шунинг учун тадбиркор, ҳуқуқ, тадбиркорлик, менежмент, маркетинг асослари соҳасида махсус билимларга эга бўлиши керак.

Интеллектуал иродавий сифатлар — бу тадбиркорнинг ақли ифодаси, сабот ва матонати каби сифатларини ўз ичига олади. Ташкилотчилик сифатларига эса тадбиркорнинг фаолиятини уюштириш ва бошқариш, шу жумладан, ишчи хизматчиларни ишга ёндашиш уларни ишонтира олиш ва ялқомлантириш каби сифатлар киради.

Тадбиркорнинг шахсий сифатлари таркибини яна қуйидаги сифатлар билан тўлдириш мумкин: одамлар билан ишлай олиш тажрибаси, олий маълумот ҳажмидаги махсус билимлар, ижодий фаоллик, оималкорлик, вазиятга баҳо бера олиш, келажакни кўра олиш ва бошқалар. Аммо, юқорида қайда қилинган ҳамма сифатларга эга бўлган тўқис бир тадбиркорни топиш қийин, чунки, одатда, бир кишида бундай хислатларнинг ҳаммаси жамул-жам бўлиши мумкин эмас. Шундай бўлсада тадбиркорлар бундай хислатларга тўлиқ эга бўлишга интилишлари лозим.

15.3. Шериклар ўртасидаги ўзаро муносабатлар

Бизнесдаги муваффақият маълум даражада тадбиркорнинг шериклари билан алоқаси қанчалик тўғри тузилганлигига боғлиқ.

Шерик деб, бирор бир биргаликдаги фаолиятнинг иштирокчисига айтилади. Бир ёки бир неча тадбиркорлик лойиҳаларини ҳамкорликда амалга ошираётган корхона ва ташкилотлар ҳам шерик бўлишлари мумкин.

Тадбиркорнинг шериклари билан алоқаларини мустаҳкамлашда қуйидагилар катта аҳамиятга эга:

- умумий рояга қизиққан ва уларни амалга оширишга тайёр бўлган шериклар билан алоқа ўрнатиш. Шерикларни маънавий қўллаб-қувватлашлари учун эмас, балки, биргаликда унумли ишлаш учун таянлаш керак. Ҳар бир шерик фирма ривож учун ўз ҳиссасини, тажриба ва маълум малакаларини қўшниш керак.
 - қариндош ва дўстлар билан ҳамкорлик қилишга алоҳида эътибор бериш керак, чунки, бизнес тадбиркорлик хавф-хатар асосида қурилади;
 - бошлиқ билан тузилган келишув (контракт) шартларига қаттиқ риоя қилиниши керак. Бунда қайси шерикнинг фаолиятта қўшадиган ҳиссаси (пули, хом ашё, жиҳоз, меҳнат сарфи) албатта акс эттирилиши лозим;
 - агар шерик фирманинг меҳнат жамоасига қўшилмоқчи бўлса, у ҳолда унинг мажбуриятларини бажариш муддати, ишга кириш вақти ва иш қилиниши давомийлиги белгиланган берилиши керак:
 - ҳақ тўлаш шартлари;
 - ижтимоий имтиёзлар (берилган бўлса);
 - корхона бошқарилишидаги иштироки;
 - йил натижалари бўйича дивидентлар тўлаш шартлари;
 - ишдан ўз хоҳиши билан ёки турли ҳилдаги ноҳуқлиқлар оқибатида бўшагандан ўз улушини олиш ва ҳоказолар таъминланади.
- Контрактда томонлар хоҳиши билан бошқа масалалар ҳам кўрсатилиши мумкин. Контракт, одатда, маълум муддатта тузилади, томонлар унга қўл қўядилар ва биттадан нусхани олиб қоладилар.

Фирма ёки тадбиркор томонидан товар етказиб берувчи ва пудратчиларни тўғри таллаш муҳим маънога эга. Улар муносабатининг тавсифи буюртмачи фирмасининг тижорат муваффақиятига боғлиқдир. Кичик бизнесдаги тадбиркор структуралар ўзларининг муносабатларини қўйидагиларни ҳисобга олиб ўрнатиллари керак:

- томи-ашёларга сарфин, уларнинг сифати ва етказиб бериш муддатига зарар етказмасдан камайтириш;
- буюртмачи-корхоналар томонидан бир неча товар етказиб берувчилар билан узоқ муддатли муносабатларни йўлга солиш мақсадга мувофиқлиги;
- товар етказиб берувчиларга кафолатланган бозор, захиралар ёки буюртма ҳиссасини қайтадан тақсимлаш, сармодор субпудратчилар фойдасига ҳал бўладиган узоқ муддатли шартномалар тузилиши. Мол етказиб берувчилар билан янги муносабатларнинг моҳияти қўйидагича:
- маълумотларнинг эркин алмашишуви;
- турли йўналишларда, бошқарувнинг турли даражаларида кўп миқдорда алоқа ўрнатиш;
- умумий ишлаб чиқариш муаммоларини биргаликда ечишга, янги маҳсулот технологияларини ишлаб чиқишга субпудратчиларни жалб қилиш.

Бизнесга америкачасига ёндашишда: ишлаб чиқарувчи ва мол етказиб берувчилардан иборат гуруҳдан энг яхши команда чиқади. Ишбилармон шериклар ўртасидаги янги тизимни ўрнатади:

- буюртмачи фирмага хомашёни, яримтайёр ҳолдаги маҳсулотларни бир маромда етказиб бериш, ишлаб чиқаришни тезлаштириш, истеъмолчиларнинг ҳар бир талабининг ўзгаришига тезда жавоб бериш қобилиятини ривожлантириш, харажат даражасини камайтириш, унга етказиб бериладиган хомашё ва комплектловчи буюмлар сифатини кўтариш;
- мол етказиб берувчи фирмага ўз маҳсулотининг нисбатан узоқ муддатга сотув бозори кафолатланганлиги билан боғлиқ бўлган барча афзалликларни яратиб бериш.

Ҳарбда ўтказилган кузатувлар компаниялар ўзларининг асосий шериклари билан иш юзасидан муносабат-

ларида янги қонун қоидаларини қўлланиши қўйидаги ижобий натижалар беришини кўрсатади:

- ишлаб чиқариш майдонларига талаб 40—70% га камаяди;
- фирманинг қўшимча харажатлари 30—50% га камаяди;
- тўталланмаган қурилиш ва ишлаб чиқариш захиралари ҳажми 50—100 фоизга камаяди;
- ишлаб чиқаришнинг умумий сарф харажати 30—50 фоизга камаяди;
- яроқсиз маҳсулот даражаси 2 дан 0,01 фоизгача камаяди.

Ишбилармонлик муносабатларининг янги тартиб тарафдорлари, бу натижалар бир-бирига катта фирманинг кичигига ҳурмат билан муносабатда, ўз-ўзини бошқариш ва шериклар ўртасида ўзаро ишонч бўлмаганда, бу натижаларга эришиш мумкин эмас эди, деб ҳисоблайдилар.

15.4. Хизмат юзасидан муносабатлар

Бизнес ютуғи нафақат фирма ишини иқтисодий кўрсаткичларига, балки сезиларли даражада тадбиркорнинг ўз хизматчилари билан муносабати нақадар тўғри қурилганига боғлиқ. Юқори натижага эришадиган ишбилармонлар ўз ишида инсон омилига катта эътибор берадилар, яъни ўз хизматчилари билан муносабатларини ўзаро ҳурмат, тартиб, ҳаққўйлик, одиллик асосида қурадилар. Тадбиркор ва ишчиларнинг муносабатлари асосий иш битимида белгиланади. Қисман уларда қўйидагилар изоҳланади:

- Ишчи мажбуриятлари.
- Иш ҳақини тўлалиши ва муддати.
- Иш кунининг давомийлиги.
- Бевосита раҳбари.
- Малака ошириш, иш ҳақини ошириш шарти ва бошқа масалалар.
- Меҳнат таътилининг давомийлиги ва шарти, касаллик варақаси бўйича ҳақ тўлаш ва бошқа енгиллик ва ижтимоий имтиёзлар.
- Ишга олинаётган ҳар бир кишига уч ойдан олти ойгача синов муддати белгилаш маъқул. Шу давр

ичида янги ишчининг айнан бирор ишни мутахассислик даражасига ва малакасига, лавозим талабларини ҳисобга олган ҳолда ўрганиш мумкин.

Инсоннинг жамоа билан киришиб кетиш, спиртлик ичимликларга муносабати, интизомийлик ва унинг касб сифатига бевосита боғлиқ бўлмаган сифатлари кузатиш манбаи бўлиб хизмат қилиши мумкин эмас. Текшириш давомида кузатилаётган ишчиларнинг зарур билим ва амалий маҳорати аниқланади. Тадбиркор бошлиқлар, мутахассислар ва хизматчиларнинг мажбуриятлари ҳажми ҳақида қўшимча кўрсатма ва низомада кўрсатиб қисқартириш ёки купайтириш мумкин.

Бундай ҳолда ишчи маҳаллий шароитта нисбатан маълум кўрсатмаларда кўрсатилган вазифаларни бажара олишлиги бўйича синовдан ўтказилади.

Ишчини синаш фақат тадбиркор томонидан эмас, балки иккала томоннинг розилиги билан ўтказилади, чунки у меҳнат шартномасининг қўшимча шартларини ақс эттиради.

Агар меҳнат шартномаси тузилаётганда синов ўрнатилганлиги ҳақида томонларнинг розилиги бўйича билимлар бўлмаса, ишчи синовга бардош бермаганлигини сабаб қилиб уни ишдан бўшатиш мумкин эмас.

Синов шартлари ишга қабул қилиш ҳақидаги буйруқда албатта ўз аксини топиши керак. Ақс ҳолаа агар у аризасида ёки оғзаки ҳолда ишга қабул қилинганлигига рози бўлган бўлса, у синов шартисиз ишга қабул қилинган ҳисобланади.

Тадбиркор структураларида касб ва лавозимлар ўзаро боғлиқлиги бу тадбиркор жамоаларининг биргаликда ишлашга интилишини оширади, ишлаб чиқариш жараёнида ташкилотчилик ва бошқариш юзасидаги масалаларни ҳал қилишни енгиллаштиради, меҳнат жамоасининг ишчилар ўртасида у ёки бу ишчининг тақсимотини текширишни таъминлашга имкон беради. Тадбиркорнинг ўз хизматчилари билан муносабатни мустаҳкамлашда қуйидагилар катта аҳамиятга эга:

- Муаммоли ишга тааллуқли масалалар муҳокама қилинадиган суҳбат ва учрашувларни мунтазам ўтказиб туриш. Бунда тадбиркор муаммоларини яқкама-яқка,

хотуқларин эса бошқалар иштирокида муҳокама қилиш тартибини кенг қўллаши керак.

- Ишчи ва хизматчиларнинг фирма ишини муҳим масалаларини муҳокама қилиш ва ечишга кенгроқ жалб қилиш, фирма бўлинмаларининг бошлиқлари билан мунтазам равишда мулоқот қилиш.
- Ишчи ва хизматчилар орасида жавобгарликни ошириш мақсадида ва ишдаги бир оҳангликни йўқотиш муаммосини ҳал қилиш учун ишчи вақти-вақти билан тақсимлаб бериш. Масалан, конвейерда ишлаётган ишчига бирор бир машинани бутун бир қисмини йиришни, котибага директор ёрдамчиси вазифаларини бажаришни тошқиниш мумкин. Булар унинг шахсий қадрият ҳиссаларини оширади.
- Ўз ишчиларининг малакасини ошириш ҳақида қайғуриш, малакали ходим фирма ишчининг самарадорлигини оширади, янгиликларни фаолроқ тадбиқ этади.
- Иш ҳақини ишчининг касб маҳоратини ўсишига қараб ошириб бориш.
- Ўз хизматчиларининг фаровонлиги ҳақида доимо қайғуриш.

15.5. Мижозлар билан муносабатлар

Кичик бизнесда мижозлар билан муносабатта муҳим аҳамият бериш керак. Қишлоқ хўжалик маҳсулотларининг, яриштайёр маҳсулотларининг ва тайёр маҳсулотларнинг кўп турларини узоқ муддат сақлаш мумкин эмас, уларни тезлик билан тарқатиш керак. Шунинг учун тадбиркор тизимининг ҳар бир ишчиси ўзи ишлаб чиқараётган маҳсулотини сотувчига дахлдорлигини ҳис қилиши керак.

Алоҳида қишлоқ хўжалик корхонаси каби кичик бизнес мижоз сифатида, даллолилик идораси, биржа, тайёрлов ташкилоти қайта ишловчи корхона, шунингдек маҳсулотларнинг доимий буюртмаси ёки харидори бўлган айрим шахслар тавдаланиши мумкин.

Мижоз ким бўлишидан қатъий назар: ташкилотчи, корхонами, фирмами ёки яқка шахсми — аввало тадбиркор олдида ўз муаммолари билан мурожаат қилаётган инсон эканлигини эсда тутиши лозимдир.

Тадбиркорнинг вазифаси — мижозни ўз қўлига олиб уни ушлаб қолмоқ. Ҳар бир тадбиркор (яқка шахс

ёки корхона) шу мақсадда ўз ишини миқозга бариш-ламоғи керак.

Миқозлар истисно бўлиши мумкин эмас. Агар ҳисоб-китоб бўлимидаги қорозбоз, қупол котиба фирманинг раҳбари томонидан тартибга чақирилмаса, у ҳолда сотиш хизматини ва реклама компаниясини ташкил қилишга катта пул сарфлаши ва бутун ҳаракатлар бир пул бўлиб қолади. Шунинг учун ҳар бир ходимнинг ҳушмуомила, эътиборли, ишончли ва тартибли, ҳалол бўлиши учун тарбиялаш керак.

«Эски миқозлар»ни ўзида ушлаб қолиш, янгиларига хайрихоҳлик қилишдан тахминан беш баравар арзон эканлигини ҳеч қачон унутмаслик керак.

Бу мақсадга эришишда қуйидагиларни таъминлаш зарур:

- ҳар доим ўзини миқоз урнига қуйиши;
- қорозбозликка, агар у намоён бўлса, йўл қўймаслик ҳамма усуллар билан унга қарши ҳурашиш ва бар-тараф қилиш;
- миқозларни бевосита бошлиқ билан бўладиган мулоқоти учун шароит яратиш;
- харидорлар билан товар сотилгандан сўнг ҳам алоқани узмаслик;
- ҳар бир ривожланган мамлакатдаги тадбиркор аввал қуйидаги вазиятда келиб чиқади. Товар ва хом-ашёларга катта миқдорда пул сарфлайдиган тадбир-корлар истеъмолчиларсиз яшашлари мумкин эмас.

Масалан, АҚШда сўнгги йилларда айнан истеъмолчиларнинг кенг миқёсдаги сарфлари олимларнинг фикрига қарамай йирик иқтисодий инқирозлардан қутилишга ёрдам бермоқда. Истеъмолчилар алоҳида эътиборли ижтимоий кучга айланган ва ўзларининг талаблари билан тадбиркорлик тизимини амалда бошқармоқдалар.

Тадбиркор билан истеъмолчининг бундай тавси-фидаги муносабатлари бу муносабатларда истеъмолчининг устуворлигини таъминлайди. Бу ҳодиса *консьюмеризм* («истеъмолчи» сўзидан) деб аталади. Бу термин ҳукумат ва тадбиркорлар истеъмолчиларини товарларининг сифати ва уларнинг ўзига хос таъ-

риф билан таништириб бориш кераклигини билди-ради, тадбиркорлар манфаатини шулар ҳимоя қили-ши керак.

16. КИЧИК БИЗНЕС ҲАҚИДА МАЪЛУМОТЛАР

16.1. Ахборотларни тўплаш ва сақлаш

Тадбиркорликдаги энг асосий масалалардан бири — ахборот билан таъминлашдир. Ҳозирги шароитда иш-билармон кишида ҳар куни маълумотлар оқими йиғи-лади ва у ундан тўғри фойдаланишни шарт. Биринчи навбатда у қандай маълумот кераклиги; уни қаердан олиш мумкинлиги; қандай қилиб уни тўплаш, қайта ишлаш ва сақлаш кераклиги, қандай далиллар текши-рувга муҳтожлигини билиш керак. Бу масалаларни тад-биркор биринчи навбатда ечиши лозим. Мўлжаллаёт-ган шеритингизнинг ишончлик даражасини билиш учун *ассоциация ва консорциумларга* иштирок этиш мақ-садда мувофиқ. Одатда, мақсад ва вазифалари бир хил бўлган ташкилот ва бирлашмалар қўшиладилар, айрим фирмалар эса бир эмас, балки бир неча таш-килотга қўшилиши мумкин. *Ҳиссадорлик жамиятида* иштирок этиш энг тўла маълумот беради. Шунинг учун ҳиссадор ўз олдига қўйилган бошқа масала ва мақ-садлардан ташқари, маълумот йиғишни ҳам олдинга суради.

Ишбилармон, ўз ишига тааллуқли бўлган барча маъ-лумотларни йиғиши керак. Ҳар бир учрашуви нати-жаларини илҳаб олишга ўрганиш лозим.

Тадбиркорлик фаолиятининг дастлабки даврида му-лоқотлар унча кўп бўлмайди ва осонгина эсда қолади, лекин энг оддийлари унутилиши ҳам мумкин. Сўхбат пайтида сўхбатнинг энг муҳим жойларини ёзиб бо-риш учун қўлингизда қалам ва ҳимиз бўлгани яхши-дир.

Шубҳа йўқ-ки, ҳар қандай мулоқот ҳам ҳамкор-ликда ишлашга олиб келмайди. Бунга хотиржам, эъти-бор бермаслик мумкин. Аммо, бир оз вақтдан сўнг шерикларнинг бирортасида ҳамкорликда ишлаш учун янги таклиф пайдо бўлиши мумкин. Шунинг учун ҳар бир ёзувни таҳлил қилиб, келажак учун маълум хуло-

салар чиқариш керак. Агар биринчи кундан шу ҳолида қилсангиз, у ҳолда бизнесингиз кенгайишида купгина қўнғисизликлардан ҳалос бўласиз.

Агар тадбиркорда маълумот ва ёзувлар кўп бўлса, у ҳолда қулай бўлиши учун уларни олиш усуллари пайдо бўлиш муносабатлари, вақти ва бошқаларига қараб бўлимларга бўлиниши керак. Агар тадбиркорда шахсий компьютер бўлса, у ҳолда маълумотлар манбани яратиш мумкин.

Агар янги тадбиркорда ўз шахсий компютери бўлса, у вақт утиши билан керак бўладиган барча материалларини бир жилда солиб қўйиш лозим. Жилларни қуйидагича номлаш керак. «Ҳомаки молиявий ҳужжатлар», «реклама хабарлари», «мижозлар билан мулоқотлар», «истеъмолчилар билан муносабатлар» ва бошқалар.

Ёзувларни муқтазам равишда бажариш керак. Ўз маълумотларини вақти-вақти билан қайта қўриб чиқиши ва зиддиятларда керакли янги маълумотларни қолдириш ва эски маълумотларни янги жилдага қўчириш керак.

Маълумотларни танлаш ва сақлаш жараёнини шундай усулда олиб бориш керакки, зарур бўлган ҳолда ундан янги ходимлар ҳам фойдаланиши керак. Ҳар ҳужжатларини бир жилда ким ва қачон тайёрлагани ва унинг номи ҳақида қороз ёпиштириб қўйилади.

Тадбиркор тизимларининг давлат қорхоналаридан фарқи — уларда, асосан иш учун зарур бўлган ҳужжатлар сақланади.

Агар тадбиркор бошқа фирма намоёндалари билан музокаралар олиб бурса ва суҳбат давомида уларда ҳамкорликда ишлашга олиб келувчи умумий манфаатдорлик пайдо бўлса, албатта музокаралар тўғрисида қарор қабул қилиниши керак. Қарор шерикларнинг ҳар бири учун ёзма ҳужжат сифатида сақланади. Агар ўзаро ҳафачилик пайдо бўлса ёки музокаралар натижалари турлича тушунилган бўлса, у ўта муҳим томонлари айтилганига ишонч бериб, барча масалаларни яхшироқ билишга ёрдам беради ва кескинликни юмшатади. Агар музокаралар охиётида томонлар ҳамкорликда ишлашга келишган бўлсалар, у ҳолда қарорда умумий мақсадлар, вазифалар тақсироти ва бошқа саволлар кўрсатилади.

16.2 Иш юритиш асослари

Иш юритиш — бу тадбиркор тизимларда ҳужжатларни гузиш, расмийлаштириш, уларни қўпайтириш, қабул қилиш, жўнатиш ва қўйхатта олиш, уларнинг ба-жарилишини текшириш, шунингдек зарур ҳужжатларни изга солиш ва қайта ишланган ҳужжатларни айнан фирманинг ўзида сақлаш каби ишлар мажмуидир.

Иш юритиш тадбиркор вазифалари ичида муҳим ўрни эгаллайди.

Иш юритиш аҳволи оқибатида ҳар бир тадбиркор тизимининг иш услубини белгилашни гапириш мубо-лаға бўлмайди.

Иш юритиш вазифалари кичик бизнесда асосан қуйидагиларга бўланган:

- Фирма ёки унинг бошлиқлари томонидан жўнатиладиган ҳужжатларни алоҳида китобга қўйхатта олиш. Ҳужжатлар жўнатилаётганда уларнинг номерини ёзиб қўйиш керак, шу ҳужжатни осон топиш мақсадида фирма ҳужжатнинг кўни ва номерига суяниши ке-рак.
- Ҳар бир келган хатта жавоб қисқа вақт ичида тап-килот манзилига юборилади. Ҳар бир ҳужжатнинг мазмуни ва баъзи бир саволларини аниқлаш учун ва тезкорлик билан зарур маълумотни бериш учун алоҳа телефони, ҳужжатнинг жўнатиш ва тузилган кўни қўйилиши керак.
- Агар илова келтирилган бўлса, у ҳолда ҳужжат охи-рида шу қақда белги бўлиши керак. Масалан: *Илова: «Спринт» асбобининг таърифи 37-бетга*. Агар хат бир қатор махсус маълумотга эга бўлса ва бош-лиққа тўғридан-тўғри алоҳаси бўлса, у ҳолда хат бошида, бошлиқ бутун ҳужжатнинг моҳиятига бе-рилмасдан хатни малакачи ечими учун бирор бир мутахассисга юбориши мумкинлиги ҳақида қисқа маълумот берилади.

16.3. Бизнесменнинг ташриф қўюши ва шериклар қидириш

Ривожланган мамлакатларда, ишбилармонлик ама-лиёти ишлаб чиққан қатор муаммоларнинг қонун-қондалари мавжуд. Улардан асосийси илова бўлса ўзи

ҳақида доимо ёзма равишда маълумот беришдир. Дастлабки танишувада ўз ташриф қўюзини (визиткасини) бериш шартдир. Авваламбор тадбиркор ташриф қўюзинини ёзув машинасида ёки бошқа бирор бир усулда ёздириш керак. Сизни эса сақлаб қолишларига даражат қилинг, ўз ҳақингизда кўпроқ ёзма маълумот қолдиринг. Фирма фаолияти ҳақида реклама қўюзи бўлса жуда яхши. У ҳолда сизни унутмасликларини ва зарур бўлганда, фирма хизматига мурожаат қилишлари эҳти-моли кўпроқдир.

Агар сиз кичик доирадаги мажлисга тақлиф қилинган бўсангиз, у ҳолда ҳар бир иштирокчига олдиндан манфаатингиз ва мавқеингизни сақлаш учун маълумотнома топширишингиз керак. Агар мажлисда кўп сонли одамлар ва фирмалар иштирок этаётган бўлса, у ҳолда, иложи борида ҳар бир жойда фирмангиз ҳақида реклама варақларини қолдиринг.

Ишбилармоннинг вазифаси — фурсатдан фойдаланиб, янги муносабатлар ўрнатишга ёрдам берадиган хабарни тарқатишдир.

Тижоратчи кўпинча турли мулоқотларда бўлиши мумкин, шунинг учун ташриф қўюзи фирмаси фаолияти ҳақидаги маълумот янги шериклар топишга ёрдам бериши мумкинлигини унутмаслиги керак.

Бошқа ташрифларда, вақт утиши билан шерик бўлиши мумкин бўлган фирмалар ҳақида маълумот тўплаш лозимдир. Бундай фирмага аввало банклар, маслаҳат фирмалари, турли ҳилдаги ҳиссадорлик жамиятлари, ассоциациялар, бизнес марказлари ва бошқалар киради. Айнан шу ташкилотлар орқали энг кўп маълумотлар ўтади, шунинг учун кўпроқ айнан шуларга мурожаат қилишга тўғри келади. Масалан, сиз янги лойиҳанинг сотуви билан шуғулланмокчи бўлсангиз, у ҳолда янги турдаги фаолиятга мос келадиган шерик топиш осон иш эмас. Агар қарз оломокчи бўлсангиз банкка мурожаат қилишга тўғри келади. Банк хизматчиларининг ўзи сизга қайси корхонадан шерик топиш мумкинлиги ҳақида мас-лаҳат беришлари мумкин. Қатор маслаҳатчи фир-малари воситачилик вазифасини бажаришлари ту-файли уларда кўпгина ишга оид маълумотлар йиғи-лади. Ишга оид маълумотлардан ташқари яна бош-қа фирманинг ишончлилиги даражасини белгиловчи

маълумот ҳам талаб қилиниши мумкин. Шерикни жуда эҳтиёткорлик билан, кўпинча кичик ҳамкор-ликдаги ишлар билан бошлаб танлайдилар. Бу ҳолда айниқса бизнеснинг республикамызда маълум иш тажрибасига эга бўлган фирмалари кўп бўлган ва барқарорлиги ҳамда ҳақиқий имкониятларини аниқ-лаш қийин бўлган жойда мумкин. Янги фирмалар билан ҳамкорлик қилишдан қўрқмаслик керак. У шерикликка бўлган ишончини оширади. Баъзи бир чет эллик ишбилармонлар, бизда тижорат хатари-нинг даражаси юқори деб ҳисоблайдилар. Аммо бу ерлик тадбиркорларнинг чет элликка нисбатан маълум устуворликлари бор, чунки биз у урф-одатла-римиз ва имкониятларимизни ихшироқ биламиз. Бизнесда нафақат шерик олдидан, балки қонун олдидан ҳам ҳаққоний бўлиш керак. Маҳаллий одатта суяниб овоз бизнес билан шуғулланаётган тадбир-корлар билан яхши ишламаслик керак, улар биз-несдан иложи борида узоқроқ туриши керак. Ўз ёзувларингизда эса бундай бизнесменлар ҳақида зарур белгилар қилишингиз керак. Бундай маълумот-ларни ўз касбдошларингиз билан алмашишингиз мум-кин. Ҳар бир тадбиркор ким билан ҳамкорлик қилишни ўзи ҳал қилиши керак, лекин тўғри ҳуло-са чиқариш учун тасодифлардан сақланиш мақсади-да тўла маълумотга эга бўлиш лозим.

16.4. Махфий ахборотлар

Ҳар бир тижорат фирмасида овоза қилинмайдиган маълумотлар бор. Бундай маълумотларга қуйи-дагилар киради: конструкторлик, технологик, турли «ноу-хау», ихтиролар лойиҳалари, фирма намоёндалари, алоҳида шахслар билан бўлган музокаралар-нинг натижалари, тижорат битимларининг баъзи таф-силотлари. Табиийки, бундай маълумотларни рақо-батчилардан алоҳида қўриқланади ва жойларда сақ-лаб, сир туттиш керак. Фирма учун зарур бўлган маълумотларнинг йиғилишига қараб уларни ҳимоя қилишнинг турли усулларини қўллаш керак. Маълумот туркумига бўлмимагунча ва унинг ҳажми унча катта бўлмимагунча катта маънога эга бўлмаслиги мум-кин. Аммо вақти-вақти билан, маълум мавзу бўйича

маълумотлар йиғилиши бир маромда борса унинг қиймати ошади. Маълумотни бошқа кишига бериш ёки йўқотиш фирмага сезиларли таъсир кўрсатиши мумкин. Баъзи бир фирмаларда ҳоҳлаган ҳодим маълумотдан фойдаланиши мумкин. Натижада бу маълумот бозор нархида сотилмайди, аксинча тадбиркор кишилар орқали турли хил корхоналар ва фирмалар қўлига тушади. Ўта муҳим сирли маълумотларни пулни қўриқлагандек алоҳида эътибор билан қўриқлаш керак.

Шунинг учун ҳар бир фирмада маълумотларни ҳимоя қилиш тизимини ташкил қилиш керак. Кўп ҳолларда, маълумот сотувчи фирмалар уларда ҳимоя тизими қандай йўлга қўйилганлиги билан қизиқади-лар. Улар етарли даражада ишончли бўлмаса, фирма маълумотларни ҳимоя қилиш тизимини ташкил қилиш керак. У ишончли бўлмаганда фирма ўзига зарар етказмаслик учун ўз маълумотларини сотмайди. Агар маълумот бегона қўлга тушиб қолса ва ишлаб чиқарувчи фирма бу ҳақда билса, турли хил усулларни қўллаш керак. Масалан, оддий кўчиришнинг олдини олиш учун махсус дискетлар тайёрланади. Агар маълумот оқими харидор айбни билан амалга ошган бўлса фирма у билан ҳамкорлиқни узиши мумкин.

16.5. Азборотларни ҳимоя қилиш

Сирли маълумотлар оқимини йўқотиш учун уларни ҳимоя қилишнинг турли тизимлари яратилади. Ҳимоя воситасининг мураккаблиги мавжуд маълумотларнинг аниқ ҳийматига бориқ. Энг содда усуллардан бири маълумотлар сақланадиган шкафларни берки-тиш учун қулфлардан фойдаланиш. Энг ишончли усуллардан бири — маълумотларни сейфларга сақлаш. Компьютерларда жойлашган маълумотлар яширин сўз (пароль) ва шифрлар билан ҳимоя қилинади.

Яширин сўзларни қўллаш маълумотларни эгаллаш-ни чегаралайди. Шифрлаш ҳаттоки нусха кўчиришда ҳам маълумотларга кириб боришга йўл бермайди.

Программалаш йўли билан ҳимоя қилиш усуллари турли-тумандир. Тасодикий сонлар курсаттичи про-граммасини тузиш шарт. Яширин сўз сифатида кўрсат-

гичда пайдо бўлган бир нечта белги олинади. Агар улар клавиатура ёрдамида кўрсатилган белги билан мос келса маълумотларни шифрлашда, шунингдек та-содикий сонлар кўрсаттичи ишлатилади. Программа-ларни ишлатиш мураккаб бўлмаслигини ёдда тутиш керак. Бу билан математика соҳаларида шутулланиша-ди. Улар қодлаш назариясини, автоматлаштириш на-зариясини, кетма-кет чизикли машиналар назарияси-ни урганишади. Аммо фирмада ўта муҳим маълумот бўлса, у ҳолда маълумотлар ҳимоясини таъминлаш би-лан шутулланувчи фирмага мурожаат қилиш мақсадга мувофиқ эмас.

Фирмага программаловчиларни жалб қилиб тузил-ган программаларда кўпинча маълумотни етарли дара-жада ишончли ҳимоя қилишга йўл бермайдиган тасо-дий сонлар кўрсаттичи ишлатилади. Шунинг учун бизнес билан шутулланишнинг дастлабки даврида маълумотларни ҳимоя қилиш муаммоларини мустақил ҳал қилиш тавсия этилади. Ўта муҳим маълумотларни ҳимоя қилиш учун юқори малакали махсус мутахассислар хизматига мурожаат қилиш керак.

III бўлим

Тадбиркорликнинг молиявий жиҳатлари

17. КИЧИК БИЗНЕСНИ МОЛИЯЛАШ ВА КРЕДИТ БИЛАН ТАЪМИНЛАШ ХУСУСИЯТЛАРИ

17.1. Молиявий ресурслар ва молиявий капиталнинг моҳияти ва тузилиши

Бизнеснинг асосини, шунингдек унинг кичик қури-нишларини молиявий сармоялар ва молиявий захира-лар ташкил қилади. Хўжалик юритувчи субъектнинг молиявий захираларини унинг ихтиёрида бўлган пул воситалари ташкил қилади. Улар хўжалик фаолияти-нинг турли тармоқларига юборилади: воситачи ва молиявий хизматлар, савдо-сотиқ хизматлари, инвес-тиция ва инновация лойиҳалари. Нақд пулнинг етиш-мовчилиги кичик бизнес истиқболини, уни ҳаёт топиш эҳтимолини, унинг молиявий эпчиллигини па-сайтиради ва синишига олиб келади. Чунки етарли миқдорда нақд пулнинг бўлмаслиги банкларни қарз бермаслигига олиб келади. Хўжалик фаолиятини ривожлантириш учун ишлатиладиган молиявий захи-ралар (хомашё сотиб олиш, яримтайёр маҳсулотлар, меҳнат ускуналари, ишчи кучи) пул қўринишидаги сар-моядир. Шундай қилиб молиявий менежментда тав-сифланиши бўйича сармоя бу молиявий захиранинг бир қисмидир.

Сармоянинг умумий ифодаси:

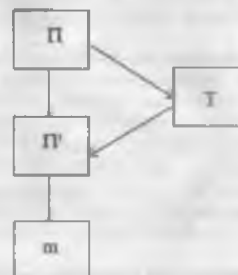
$$\begin{aligned} \Delta &\rightarrow T \rightarrow \Delta' \\ \Pi &\rightarrow T \rightarrow \Pi' \end{aligned}$$

бу ерда: Π — инвестор томонидан қарзга берилган пул маблағи.
 T — маҳсулот (тадбиркорлик фаолияти учун сотиб олинган ускуна, ишчи кучи ва хўжа-лик юритишни бошқа қисмлари).

178

Π' — инвестор томонидан хўжалик фаолиятини юритиш натижасида ва қўшимча маҳсулотни сотишдан олинган пул маблағи.
 $(\Pi' - \Pi)$ — инвесторнинг фойдаси ёки қўшимча маҳсулот.
 $(\Pi' - T)$ — маҳсулот сотувидан ёки хизмат кўрсатишдан тушган пул.
 $(\Pi - T)$ — инвесторни хўжалик ускуналар-ни сотиб олишга сарфланган харажати.

Молиявий сармояни ишлатишни юқорида келти-рилган жадвалда хўжалик тизимига қўйиладиган пул маблағлари тўла сарфланмайди, фақат қарзга берила-ди ва айланиб фойда билан инвесторга қайтиб келади. (Π) молиявий захиралар сармояси қўшимча фойда кел-тириши учун у кўпроқ айланиши керак.



бу ерда: m — инвесторнинг фойдаси.

Йилига сармоя қанча қўп айланса инвестор йиллик даромади шунча қўп бўлади.

Молиявий захиралар сармоясини тузилишига шу-нингдек асосий фондлар, айланма фондлар, муомила фондларига қўйилган пул маблағлари хиради. Асосий фондлар — меҳнат қуроллари йиғиндисининг қям-матли қўриниши. У молиявий қўринишини ўзгартмас-дан ишлаб чиқариш ва хўжалик корхона чегарасида фаолият кўрсатади ҳамда ўз қийматини қайтадан ира-тилган маҳсулот қийматига ўтказилади.

179

Айланма фондлар — корхона ишлаб чиқариш фондининг бир қисmini ташкил қилади. У бир ишлаб чиқариш даврида (циклада) ишлатилади ва ўз қийматини ишлаб чиқариладиган маҳсулотга тўлалигича ўтказилади. Муомила фондлари тайёр маҳсулотни истеъмолчиларга юборилгани, лекин тўланмагани, банк ва касса ҳисобидаги пул маблағини ўз ичига олади.

Номоддий активлар — ҳисоб-китоб тоифаси. Номоддий воситаларга физик хусусиятларга эга бўлмаган, ammo корхона активига қўшилган ва одатда унинг фойдаланиш муддати даврида амортизация тўловларини талаб қилади. Уларга қуйидагилар киради: Патентлар, лицензиялар, ноу-хоу, авторлик ҳуқуқлари ва бошқа интеллектуал мулк, шахсий мулкчиликка ва ердан, фойдали қазилмалардан ва савдо марказларидан, ЭҲМ программалар таъминотида ва бошқалардан узоқ давр фойдаланиш. Уларнинг бир қисми ўзининг дастлабки нархини йўқотади ва вақт ўтиш мобайнида фойда келтиради.

Номоддий воситаларни сотиб олишни товар ва маҳсулот сотишдан, иш бажариш ва хизматдан келган фойда ҳисобига ҳамда банк кредити, жисмоний юридик шахсларни қайтарилмайдиган бадаллари ҳисобига молия билан таъминланади. Оддий воситалар уларни сотиб олиш қийматлари билан ҳисобга олинадилар, уларга қўшимча (бевосита) харажатлар, баъзи бир объекتلарни тартибга келтириб хўжалик фаолиятига киритиш учун қилинган харажатлар қўшилади.

17.2. Кичик бизнеснинг молиявий ресурс манбалари

Унча кўп бўлмаган янги ишбилармонлар ўз ишларини ўзлари молия билан таъминлайдилар. Кўпчилик кишилар оз миқдорда бўлса ҳам ташқи манбаларга муқтож бўладилар.

Пул ресурсларининг 4 та тоифаси мавжуд:

1. *Савдо кредити*. Бу турдаги «Пул» тўғри маънода заём воситаси ҳисобланади. Ҳақиқатдан бу товарлар қиймати ҳисобланади. Уни сизнинг етказиб берувчиларингиз сизга пул тўламасдан қарз қилиб берадилар ва қарзни эслатишган муҳлатларда тўлаш шарти билан.

2. *Қисқа муддатли кредит*. Банклар ва бошқа кре-

дит берувчилар, бу каби кредитлар махсус мақсадлар — муддатли кредитлар эҳтиёт сифатида келгуси мавсумда сотиш учун берилади. Бу каби кредит учун қарз бир йилга етмасдан узилади.

3. *Узоқ муддатли кредит*. Бу заёмлар бир йилдан ортиқ муддатта корхонани кенгайтириш ёки тақомиллаштириш учун берилади.

4. *Акционерлик капиталда инвесторнинг қатнашиши*. Бу каби ресурслар қайтарилмайдилар. Сиз воситаларини оласиз ва фойданинг бир қисmini инвесторга берасиз. Бошқача қилиб айтганда, сиз ўз корхона-гизнинг бир қисmini сотасиз.

Пул маблағларини қардан олиш мумкин?

Молиявий таъминлашнинг имконли манбалари қуйидагилардир:

- тижорат банклари;
- молиявий компаниялар;
- инвестицион компаниялар;
- инвестицион фондлар;
- кредит идоралари;
- харидорлар;
- маҳсулот берувчилар;
- дўст ва танишлар.

Пуларни қардан олиш мумкин?

Молиявий таъминнинг имконли манбалари қуйидагилардир:

- тижорат банки;
- молиявий компаниялар;
- инвестицион компаниялар;
- инвестицион фондлар;
- кредит идоралари;
- харидорлар;
- маҳсулот берувчилар;
- дўст ва танишлар;
- хайрия ташкилотлари;
- транс компаниялар ва банкларнинг траст бўлима-лари;
- давлат, халқаро ва жамият ташкилоти ва идоралар, кичик бизнесни қўллаб-қувватлаш дастурида ишти-рок этувчилар (уларнинг марказий ва маҳаллий идо-ралари);

- ишловчилар;
- дастгоҳ ишлаб чиқарувчилар;
- суғурта компаниялари;
- нафақа фондлар;
- хусусий инвесторлар;
- молиявий маслаҳатчилар.

Кимга ва қарерга мурожаат қилиш керак?

Кенг тарқалган молиявий манбалар:

Банклар — банклардан ссуда олиш ниҳоятда содда. Сизга пул савдо операцияси ўтказиш учун бемалол аммо янги корхона бунёд этиш учун бемалол эмас. Демак, сизга банкни ишонтириш керак, сиз ҳаммасини яхши ўйлагансиз ва ўз ишингизни ташкил қилишга астойдил ҳаракатга тушасиз. Бу ишда сизга ишлаб чиқарилган бизнес режангиз қўл келади.

Қуйидаги масалаларга алоҳида диққат-этибор қилишингиз керак.

- Олинган воситалар қандай ишлатилади?
- Қарз қандай қилиб тўлаб берилади?
- Кредит олиш учун қандай таъминот тақлиф этилиши керак.
- Ўзингиз танлаган фаолият учун зарур тажриба ва тайёргарликка эгасизми?
- Бошқарув ходимларининг ва етакчи мутахассислар ишли қандай?
- Ушбу бизнес соҳасининг узоқ муддатли келажак тараққиёти қандай?

Инвестицион фондлар ҳиссдорлик юқори ўсиш потенциалига эга, кичик корхоналар капиталга бадаллар тўлаш мумкин. Кўплари аниқ тэрмоқ, жустрофик ноҳия, технологиялар бўйича ёки маълум ҳажм учун инвестиция лойиҳасига ихтисослашадилар. Улар билан келишув пайтида қуйидагиларни эсда тутиш зарур: инвестицион фондини бир кунда кўриб чиқиш учун 30 дан ортиқ буюртмани ва бизнес-режани қабул қилиш мумкин, улардан 10 % гина ўқиб чиқилади. Ўқиб чиқилганлардан фақат бир нечасигина яна давом этиб ўқиш учун жўнатилади ва жуда озлари молия олиши мумкин.

Демак:

- Сизнинг бизнес-режангиз ҳар томонлама касбий

устуликка эга бўлиши учун ҳамма нарсани қилиш, у аниқ тушунарли ёзилган бўлиши керак.

- Корхонани тутатиш режасини тайёрлашда «таваккалчи» инвестор сизни бизнесдан қандай чиқишини-гизни аниқ билиши керак. Кўпчилик инвестицион фондлар «Етук» даражага эришган пайтда пулни юқори ўсиш потенциалига эга корхоналарга жойлаш одатига эга.

Давлат ва жамият ташкилотлари. Бугунги кунда кичик бизнесни қўллашни ўзларининг асосий вазифаси деб ҳисоблайдиган давлат ва жамият ташкилотларининг сони кўпаймоқда. Улар фақат молиявий ёрдам қилмасдан балки (қонда бўйича имтиёзли кредит шаклида) хоналар қидириб топишади, ходимларни ўқитиш ва бошқа ишларда ёрдам беради.

Бу каби ташкилотларга қўллаш учун мурожаат қилишдан олдин уларни ўзига қос талабларини билиш керак, кўплари улар учун керакли соҳалардаги кичик корхоналарга ёки алоҳида ижтимоий гуруҳларга захирага бўшатишган ҳарбийларга ёрдам курсатади.

Капитални жалб қилишнинг бошқа имкониятлари ҳам бор. Масалан, ихтирочи инвесторлар гуруҳидан молия олиш мумкин, бунинг учун у агар иши юришмай қолганда ўзининг ишлаб чиққан технологиясига эгаллик ҳуқуқини уларга топшириши керак. Хорижий молия манбалари мавжуд. Масалан, хорижий фирма-лар, улар бошқа давлатларга инвестиция қилиш имкониятларини фаол ўрганмоқдалар.

17.3. Капитал инвестицияси ва унинг турлари

Кичик бизнеснинг ишбилармонлик тизимлари томонидан молия ресурслари кундалик харажатларини ва инвестицияни молия билан таъминлашда ишлатилади.

Инвестиция — бу молиявий ресурсларни турли фаолият, асосан ишлаб чиқаришни ривожлантириш учун узоқ муддатли капитал киритиш шаклида бевосита корхонани кўшимча фойда олиш ёки корхона, компания ишига таъсир курсатиш ниятида қимматбаҳо қорозларни сотиб олишда ишлатилади. Инвестициялар молиявий (қимматбаҳо қорозлар билан бозалиқ операциялар),

ҳақиқий (маблағларни узоқ муддатга моддий ишлаб чиқаришга киритиш), ақлий (интеллектуал), (ноу-хоу, илмий ишлар) бўлишлари мумкин. Бундан ташқари инвестициялар таваккаллик (венчурли), тўғри, портфелли, аннуитет турларига бўлинади ва шу жиҳатдан фарқланади.

Венчурли капитал — бу таваккалчилик капитал киритишни белгилаш учун ишлатилади, у ўзини янги акциялар чиқарувчи инвестиция шаклида кўрсатади. Булар янги акциялар чиқарувчи инвестиция шаклида ўзини кўрсатади. Бу ерда дивертификация кенг меъёрада ишлатилади.

Тўғри инвестициялар — бу ҳўжалик юритувчи субъектнинг низоом капиталига киритилган маблағдир ёки янгидан бунёд этилаётган корхона учун фойда кўриш инъиятида ва ушбу ишбилармонлик тизими бошқарувини бошқаришда қатнашиш ҳуқуқини қўлга киритиш учун ишлатилади.

Портфел инвестицияси — бу фойда олиш мақсадида саноат, кишлоқ ҳўжалик, транспорт, кредит ва бошқа корхоналарга узоқ муддатли капитал маблағини киритишдир.

Аннуитет — омонатчига вақт-вақти билан тўланадиган пул маблағидир (бадал, рента ёки фойда). Унинг қўйидаги турлари мавжуд: аннуитет инвестицион режа билан — суғурта рентасини капитал маблағ билан қимматбаҳо қороз сотиб олишга сарфлаганда ҳосил бўлади. Бу ерда суғурта қилинган шахс ҳар йилги белгиланган фойдани ҳамда қимматбаҳо қороздан келган фойдани олади.

Ҳар йилги аннуитетлар — суғурталанганларга йиллик бадалларни тўлаш.

Бўлинувчи аннуитет — суғурталанган шахсни вақтидан кейин меросхўрлар орасида тақсимланувчи даромад.

Кечиктирилмайдиган аннуитет (рента) — суғурта шартномаси тузилгандан кейинги тўланиши бошланган йиллик даромад.

Кечиктирилган аннуитет — (рентаси) — суғурта шартномаси тузилгандан сўнг маълум муҳлат ўтгандан кейин тўланадиган йиллик даромад.

Гуруҳли аннуитет — даромад ягона суғурта шартномаси асосида бир неча физик ва юридик шахсларга

тўланадиган даромад бўлиб сўнг улар орасида тақсимлавади.

Кичик бизнесда инвестицияни юридик ёки жисмоний шахслар, таваккалчилик даражасига нисбатан инвесторларга, янги бизнес ташкилотчиларига, олибсатарларга ва ўйинчиларга бўлиниб амалга оширилади.

Инвестор — бу қарор қабул қилувчи ва ўзининг шахсий, қарзга олинган маблағларини ва бошқа жалб қилинган мулкый ва маданий бойликларини инвестицион лойиҳага киритувчи жисмоний ва юридик шахсдир. У омонатчи ва қарз берувчи ролида чиқиши мумкин бўлиб амалга оширувчи инвестицияларнинг йўналишини, самарасини эркин ҳолда аниқлайди. Инвестор қарори билан инвестицияларга эгалик қилиш, ишлатиш, фойдаланиш ҳуқуқи ва уларнинг натижалари билан жисмоний ва юридик шахсларга қонунда қўрилган тартибда бериши мумкин.

Янги бизнес ташкил эловчи — бу ўзининг хусусий капиталини маълум таваккалчилик билан ишга жалб қилувчи ишбилармондир.

Савдогар — бу олдиндан ҳисобланган маълум таваккалчиликка боришга тайёр шахсдир. Инвестордан фарқли равишда савдогар ўз пулларини бирор ишга қисқа муддатда киритади.

Янги бизнес муваффақиятли тараққиёт топса у ўз пулларини киритишни янги йўналиш вариантларини белгилайди. Шу билан бирга янги бизнес ташкилотчилари ва савдогарлар, қонда бўйича шартнома ва қимматбаҳо қорозларни олиб сотувчилар бир-бирисиз кун кўра олмайди. Чунки иккинчилари биринчилари фаолиятини молия билан таъминлайди.

Ўйинчи-тажовузли инвестор У ўзининг инвестицион фаолиятини у қатта таваккалчиликка юз тутди ва асосан акцияларни, қамроқ облигацияларни сотиб олади.

17.4. Инвестиция ва даромадларни дисконтлаштириш

Кичик бизнесда унинг молия ресурслари ичида қатта ҳажмда нақд пуллар бўлиши мумкин. Шунинг учун пул масаласини сотиб олиш қобилиятини аниқлашда муҳими вақт омилани ҳисобга олишдир. Пул восита-

лари бир хил номинал қийматга эга бўла туриб ҳозирги вақтда ва маълум вақт ўтганда ҳар хил сотиб олиш қобилиятига эга бўлади. Масалан: уртача йиллик инфляция миқдори 15 фоиз бўлганда, йил бошидаги пул массаси 10 миллион сўм бўлса уни сотиб олиш қобилияти 8 млн. 500 минг сўм бўлади. Шунинг учун ишбилармон иложи борица нақд пулни камроқ ушлаб туриши, уларни айланишга киритиши керак. Пуллар иложи борица тезроқ янги пул маблағларини келтириши муҳимдир.

Пулларни ишлатиш усуллариининг энг соддаси — уларни банкда сақлашдир, бунинг учун омонатчи мuddатли ва мuddатсиз омонатлари учун фоиз олади. Товар ишлаш, хизмат кўрсатиш, янги маҳсулот яратиш, қимматбаҳо қорозлар сотиб олиш ва бошқалар учун инвестицияни ишлатиш, фақат банкда сақлангандан юқори дисконт ставкаси бўйича тоза (соликлари тулагандан сўнг) фойда олиш мумкин бўлганда афзалроқдир.

Дисконтлаштириш — бу ҳар хил йиллардаги иқтисодий курсаткичларни вақт бўйича солиштириш турига келтиришдир. Ушбу операция шунга асосланганки, ҳар қандай келажақда олинадиган пул маблағи айланишга киритилиб, фойда келтиришга мажбур қилинса, унда уч йилдан сўнг пул миқдори фақатгина сақланиб қолмасдан балки кўпайиши ҳам мумкин. Инвестициялардан келадиган даромадни дисконтлаштириш — бу келажақда олинадиган умумий пул қийматини ҳозирги пул қийматига нисбатан аниқлашдир.

Ўстирилган пулни аниқлаш ва дисконтни ҳисобга олиб қўшимча даромадни аниқлашда қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$Fc = Pc(1 + i)n$$

Бу ерда: Fc — келажақдаги пул маблағи (кутилган қиймати), сўмда.

Pc — пулнинг бошланғич (ҳозирги, жорий) қиймати, сўмда.

$(1+i)$ — дисконт коэффициенти, яъни даромадли меъёри ёки фоиз қийматининг биринчи бўлаги.

n — даромадни жамиярилишидаги йиллар сони ёки капитал айланишлари сони.

$$D = Pc(1 + i)n - Pc$$

бу ерда: D — қўшимча даромад, сўм

Мисол. Иккита вариантдаги инвестициялаш фараз қилинади. Биринчи вариант бўйича агар 100 млн. сўм маблағ киритилиб, ҳар йили 10 фоиздан фойда олинса, режалаштирилган даромад: 100 млн. сўм $\times$ $(100\% + 10\%)^1$ ёки шу 100 млн. сўм $\times$ $(1 + 0,1) = 110$ млн. сўм. Икки йилдан сўнг 100 млн. $\times$ $(1 + 0,1)^2 = 121$ млн. сўм ва ҳоказо.

Иккинчи вариант бўйича 100 млн. сўм киритилса, даромад 3 ойдан сўнг 2,5 фоизга тенг бўлади. Иккинчи вариант фойдалироқдир, чунки 3 ойдан кейинги даромадни олиб яна айланишга киритилса қўшимча даромад келтириши мумкин.

Бир йилда тўрт мартаба айланса 100 млн. сўм $\times$ $(1 + 0,025) = 110,38$ млн. сўм даромад олинади. Икки йилдан сўнг — 100 млн. сўм $\times$ $(1 + 0,025)^2 = 121,64$ млн. сўм.

Биринчи ҳолатдаги қўшимча даромад биринчи йилда 100 млн. сўм $\times$ $(1 + 0,1) - 100$ млн. сўм = 10 млн. сўмга. Иккинчи йилда 100 млн. $\times$ $(1 + 0,1) - 100$ млн. сўм = 21 млн. сўм. Иккинчи вариантда юқоридаги миқдорлар 10,38 млн. сўм ва 21,64 млн. сўмга тенг.

Мураккаб фоизлар формуласи аввалги бошланғич миқдорини ҳисоблашга Pc ни фоиз қийматини аниқлашга имкон яратади. Шундай қилиб:

$$Pc = Fc / Pc(1 + i)n;$$

$$i = Fc / Pc - 1$$

Мисол. Уч йилдан сўнг 100 млн. сўмга эга бўлишни хоҳлаган инвестор банкка маълум миқдордаги пул маблағини 150 фоиз йиллик даромад билан қўйди.

Ушбу маблағнинг миқдори қанча бўлмоғи керак?

$$Pc = 100 \text{ млн. сўм} / (1 + 1,5) = 6,4 \text{ млн. сўм.}$$

Демак дастлаб қўйилган маблағ 6,4 млн. сўмга тенг бўлиши керак.

Бошқа инвестор 300 млн. сўмга эга. У бу миқдорни икки йилдан сўнг 6 марта кўпайтириш ниятида, шунинг учун қандай йиллик даромад фоизи билан ўз молиявий ресурсларини қўйиши керак.

$i = (1800 \text{ минг сўм} / 300 \text{ минг сўм}) - 1 = 1,45$ ёки 145%

Шундай қилиб қўйилган масалани ечиш учун капитални банкка ёки компанияга йиллик даромади 145 фоиздан кам бўлмаган улчамда қўйиш зарур.

17.5. Кичик бизнесни кредит билан таъминлаш шакллари

Кичик бизнеснинг ишбилармонлик таркибларини кредит билан таъминлаш — бу уларга молиявий пул ёки товар шаклидаги воситаларни маълум муддатга хўжалик фаолиятини амалга ошириш учун беришдир. Кредит билан таъминлашни қуйидаги турлари мавжуд:

- Хўжалик юритувчи субъектларга пул ссудаларини ёки товарни капитал ўрнида тўғридан-тўғри бериш шакли.
- Ҳисоб-китоб турларидан бири сифатида кредит билан таъминлаш, яъни тўлов муҳлати узайтирилганлиги ҳисоби билан.

Бу ерда «Кредит» тушунчаси кенг маънога эга. Биринчидан: Кредит тўлаш ва фоиз тўлаш шарти билан ссуда қўринишида пул ёки товар шаклида бўлиши мумкин. Юридик ёки жисмоний шахслар қарзга восита берувчилар — кредиторлар, олувчилар — заёмчилар деб аталади. Кредитнинг асосий вазифаси пул воситаларини қайтариб бериш шарти билан корхоналар, ташкилотлар, тармоқлар ва ноҳиялар орасида тақсимлаш ва вақтинча бўш пул маблағларини самарали ишлатишдан иборатдир. Кредитни бошқа вазифаси бу ҳақиқий пулларни кредит пулларига (банкнотлар) ва кредит операцияларига (нақд пулсиз ҳисоб-китобга) алмаштиришдан иборат.

Иккинчидан: Кредит ўзини ссуда капитали ҳаракати шаклида намоён этади. Пул ёки товар шаклидаги ссуда қайтарилиши ва тўловли шарти билан кредитор ва заёмчи орасидаги иқтисодий муносабатни акс эттиради. Кичик бизнесда кредит билан таъминлаш кенг шаклларда тасаввур этилади бу ерда қуйидаги кредитлар ишлатилади: тижорат, банк, давлат, истеъмолчи, халқаро. Уларнинг ҳаммаси кредит берилиш муддати-га қараб қисқа муддатли (бир йилгача), ўрта муддатли

(бир йилдан уч йилгача) ва узоқ муддатли (уч йилдан ортиқ) бўлиши мумкин.

Тижорат кредити — товар шаклида (берилувчи) сотувчилар томонидан харидорларга берилувчи кредит бўлиб сотилган товарни қийматини орқароқ суришдан иборатдир. Натижада ҳисоб-китоблар вексель ёки очиқ ҳисоб билан амалга оширилади. Биринчи ҳолатда харидор товар ҳужжатларини олганидан сўнг ўтказилиш сотувчи томонидан қўйилган вексельни (траттани) талаффуз этади ёки оддий вексель расмийлаштиради. Иккинчи ҳолатда сотувчи харидорнинг қарз мажбуриятларини олмайди ва қарз бўйича ҳисоб очади. Қарзни узиш даврий тўловлар сифатида қисқа муддатларда (1—2 ой) амалга оширилади.

Тижорат кредитига бўлган зарурат капитални ишлатиш ва муомила вақтини бир-бирига тўғри келмаслиги натижасида хелиб чиқади. Бу ерда товарни кредитга сотиш ишлаб чиқариш жараёнининг узуксизлигига ёрдамлашади, капитални айланишининг тезлашинини ва фойдани купайишини таъминлайди. Ушбу шаклдаги кредит одатда қисқа муддатли бўлади.

Банк кредити ишбилармон ва корхоналарга пул ссудаси қўринишида берилади.

Банк ссудаси — бу корхона, ташкилотларнинг алоҳида фуқароларнинг вақтинча бўш воситалари бўлиб банк томонидан шартнома асосида, уларнинг розилиги билан жалб қилинади ва ссуда фонди ташкил бўлади. Кредит олиш учун кредит олувчи ва заёмчи томонидан кредит шартномаси тузилади, у ўз ичига қуйидагиларни олади. Кредит туря, миқдори, унинг берилиш тартиби ва муддати, кредит бериш шарты, фоиз тўловининг миқдори, қар иккала томон жаавобгарлиги, кредитор ва заёмчилар тўғрисидаги маълумотлар.

Кичик бизнес тараққиёти учун Давлат кредити давлат бюджетидан энг муҳими замонавий ишбилармонлик лойиҳаларини амалга ошириш бўйича тасдиқланган дастурлар асосида берилади.

Истеъмолчи кредити — бу кредит шаклида қарз олувчи сифатида юридик шахс, қарз берувчи сифатида кредит идораси, корхона ва ташкилот чиқиши мумкин. Бу кредит шакли халқнинг истеъмол талабинини

қондириш воситаси сифатида хизмат қилади ва пул ёки товар шаклида бўлиши мумкин.

Халқаро кредит — бу халқаро иқтисодий муносабатлар соҳаси бўлиб, у турли давлатлар кредиторлар ва қарз олувчилари орасида ссуда бериш, ишлатиш ва уни узатиш бўйича фоиз тўлаш билан амалга оширилади. Бу турадаги кредит кичик бизнесни тараққий тоштириш учун давлатлараро банклар ва фирмалар томонидан халқаро ёрдам шаклида берилади. Халқаро кредит ўлчами ва уни бериш шарти кредит берувчи ва олувчилар ўртасидаги кредит шартномасида ўз аксини топади. Фирманинг нуқтан назарида бериш ва таъминлашда қуйидаги кредитлар бўлиши мумкин: Товар, валюта, таъминланган (товар, тижорат ҳужжатлари билан ва бошқа қийматлар билан) ва таъмин этилмаган (банк) кредитлар. Қарз олувчилари бўйича кредитлар шахсий, давлат ва молиявий бўлиши мумкин. Кредитнинг асосий шартли ҳисоб-китоб тури бўлиб (тўлаш мuddати узайтирилган ҳисоб) фирма кредити, вексель (ҳисобли) ва факторинг ҳисобланади.

Фирма кредити — бу кредит бериш шаклида мол берувчи ва сотувчи тўлаш мuddати узайтирилган кредитни харидорга беради. Бу каби кредит шаклининг бирдан-бир мисоли маҳсулотни истеъмолчига аванс беришдир, аванс берувчига шартномага қўл қўйилгандан сўнг ўтказилади. Вексель кредити — бу вексели банк томонидан сотиб олиш, (ҳисобли) вексель эгасидан тўлаш мuddати келмасдан сотиб олишдир, яъни вексел эгаси банкдан мuddатидан илгари векселда кўрсатилган пул миқдорини, тижорат тўловларини, ҳисоб тўловини ва бошқа харажатларни айиргандан кейингисини олади.

Факторинг — бу айланувчи воситаларни кредит билан таъминлашда ўртада турувчининг фаолияти туридир. Ўртада турувчи компания (банк) маълум тўлов эвазига ишбилармонлар таркибидан харидорлардан унинг ҳисобига олинмаган пул маблағини олиш ҳуқуқига эга бўлади (дебиторлик қарзини инкассого қўшиш ҳуқуқи). Шу билан бирга ўртада турувчи мижозни айланувчи воситасини кредит билан таъминлайди ва унинг кредит ва валюта таваккалчилигини ўз зиммасига олади. Ўртада турувчи товар сотувчининг

ўзaro муносабатлари факторинг бўйича шартнома билан тартибга солинади.

Очиқ ҳисоб бўйича кредит билан таъминлаш — бу сотувчини доимий харидорига таъмин этмасдан ва тез фоиз тўламасдан тўлов мuddати узайтирилган шаклдаги кредитидир. Сотувчи харидорга товарни унинг манзилгоҳига товар тақсимлаш ҳужжатлари билан қарз миқдорини харидор номига очилган дебет ҳисобига ўтказди. Харидор шартномада қўрилган мuddатларда ўз қарзини очиқ ҳисоб бўйича узиб боради.

Овердрафт — қисқа мuddатли кредитлаш шакли бўлиб банклар амалиётида ишлатилади. У Англияда пайдо бўлади. Овердрафтининг маъмуни шундан иборатки, оdatда банкнинг ишончли мижозига маълум чегарада чеклар билан қарз тўлаш ҳуқуқи берилади. Бу каби операция натижасида манфий баланс бунёд бўлади, яъни дебиторлик сальдоси — (мижозни банкка қарзи). Банк ва мижоз ўзaro шартнома тузиб унда овердрафтининг энг катта миқдори, кредит бериш шарти, уни қайтариш тартиби ва овердрафт учун фоиз миқдори белгиланади.

18. КИЧИК БИЗНЕСДА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИНГ ЛОЙИХАВИЙ ТАҲЛИЛИ

18.1. Инвестицион лойиҳалар таҳлилининг ўзига хос жиҳатлари

Жаҳон банки усули бўйича лойиҳа таҳлили вазифасига лойиҳа қийматини белгилаш киради. Лойиҳанинг қиймати унинг ижобий натижалари қиймати ва салбий натижалар айирмасига, яъни лойиҳа қиймати «фойда — харажат»га тенг.

Лойиҳа қийматини аниқлаш учун уни барча натижаларини баҳолаш ва лойиҳадан олинмаган фойдани уни амалга ошириш харажатларидан устун эканлигини баҳолаш керак бўлади, чунки кўпдан-кўп иморат ва иншоотлар келажақда узоқ даврлар ўтгандан кейин уларни ҳозирги вақтда лойиҳа бўйича зарурий харажатлари билан тақдослаш бутунлай мумкин бўлмай қолиши мумкин. Баъзи бир хара-

жатларни ва лойиҳа натижаларини, масалан, қуриш-монтаж ишларини осон ўлчаш, қийматлаш мумкин бўлади, бошқаларини осон ўлчаш ва қийматлаш етарли даражада қийиндир. Баъзи ходимларни ўқитиш сон ва сифат жиҳатидан ўлчаш мумкин, аммо саноат ишлаб чиқариш ёки қишлоқ хўжалик фаолиятида талаб даражасида ҳақиқий натижаларига баҳо бериш асло мумкин эмас. Ниҳоят баъзи бир лойиҳаларнинг натижаларини, масалан, лойиҳаларини маълум турдаги фаолиятларга таъсирини ўлчаш ҳам, баҳолаш ҳам қийиндир.

Лойиҳа харажат ва натижалари ҳар хил бўлганликларни учун уларни ҳар хил нуқтан назардан қараши керак. Лойиҳа техник асосланганми? Тижорат бўйича яшовчанми? У ўзини-ўзи оқлай оладими? У иқтисодий асосланганми? Лойиҳа атроф муҳитга қандай таъсир кўрсатади? Лойиҳа маҳаллий ижтимоий ва маданий хусусиятларни ҳисобга олганми? Лойиҳани амалга оширишда ташкилий имкониятлар мавжудми? Шу билан бирга пировард натижада ижобий натижалар жамғарма харажатлардан ортадами ёки йўқми? Каби-ларни аниқлаш керак. Шунинг учун фойда ва харажатларни таҳлил қилиш учун қуйидаги саволларга жавоб олиш зарур:

- Лойиҳанинг керакли натижаси қандай?
- Турли харажатларни қим тўлайди ва лойиҳанинг ижобий натижаси қимга тегади?
- Лойиҳанинг ижобий натижаси қандай ва қачон намоён бўлади?
- Ҳар хил турдаги фойда ва йўқотишларни лойиҳага алоқадор бўлган ҳар хил гуруҳдаги юридик ва жисмоний шахслар учун жамлариш ва ниҳоят лойиҳани жамғарма қиймати тузисига тушунчага эга бўлиш мумкин бўладими?
- Ушбу лойиҳанинг натижаси бошқа ухшаш ёки мумкин бўлган лойиҳаларга қараганда қандай бўлади?

Лойиҳа таҳлили лойиҳани таъсир қилиши ва ролини ҳар хил нуқтан назардан қайтадан, уларни ишлаб чиқариш даврида куриш имконини беради. Қуйидаги берилган саволлар рўйхатига лойиҳани таҳлил даврида жавоб берилиши талаб этилади.

Лойиҳа таҳлилининг етти бўлими.

Лойиҳа фойдаси ва харажатлари қуйидаги тўртан ўринлари билан баҳоланадилар:

1. **Техниканый таҳлил:** лойиҳа техника жиҳатидан асосланганми?
2. **Бозор таҳлили:** лойиҳа мақсулотига талаб борми?
3. **Молия:** лойиҳа молия нуқтан назардан яшовчанми? Лойиҳа учун қилинган харажатлар истеъмолчи ҳисобига қайтариладими?
4. **Экология:** лойиҳа атроф муҳитга қандай таъсир кўрсатади?
5. **Институционал тараққиёт:** лойиҳа учун жавоб берадиган ташкилот лойиҳани амалга ошириш ва уни ишлатишда раҳбарлик қила оладими?
6. **Лойиҳани ижтимоий ва маданий муносабатларда ишлатилиши.** Лойиҳа маҳаллий шаронларни акс эттирадими? Лойиҳа баъзи бир гуруҳ одамларга салбий таъсир кўрсатадими?
7. **Иқтисод:** лойиҳанинг ижобий натижалари уни амалга оширишдаги ва ишлатишдаги харажатлардан устун келадики? Лойиҳа қандай таваккалчилик билан боғлиқ?

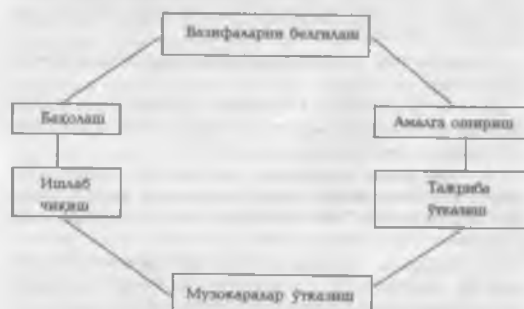
Ҳар қандай янги ахборотни қайта баҳолашда агар у фойдадан холи бўлмаса лойиҳани тайёрлаш даврида қабул қилинган қарорни ўзгартириш учун туртки бўлади. Лойиҳанинг таҳлилини ҳар хил бўлими-лари доирасидаги изланишлар лойиҳа вазифаларини ўзаро келишиб бирлашишни ҳисобга олиб борилиши зарур.

Бу вазифалар алоҳида тармиларни тараққиёт топ-тириш дастурини, маҳаллий шароитни ва минтақада лойиҳани амалга ошириши таъсирини ҳисоблаб акс эттирилади.

Ушбу вазифаларнинг тавсифига қуйидагилар ҳам боғлиқдир: биринчидан, тадбирлар ўтказилишида давлат ва шахсий манфаатларининг инобат ролини жамият танлови фойдасига (шахсан лойиҳани амалга оширилиши қимга топширилиши) ва иккинчидан давлат лойиҳалари олдига қуйилган мақсадга жамият гуруҳларини ўзаро келишувга эришилиши.

18.2 Инвестицион лойиҳа цикллари

«Лойиҳа цикли» тушунчасига лойиҳани ишлаб чиқариш ва амалга ошириш босқичлари киради. Жаҳон банки лойиҳалари учун муҳим аҳамиятга эга бўлганлар, 18.1-чизмада олтита босқич кўрсатилган. Вазифаларни белгилашга қўйиладиганлар киради: ишлаб чиқиш, тажриба ўтказиш, музокараларни амалга ошириш, уларни баҳолаш ва бошқалар.



18.1-чизма. Лойиҳа цикли.

Вазифаларни белгилаш.

Циклнинг биринчи босқичи тараққиёт топтиришнинг муҳим масалаларини бажарилишини таъминлаб, асосий белгилловчи рояларни танлашда тегишлидир. Лойиҳанинг шу каби роялари сонига қўрилиш лойиҳаси, кредит билан таъминлаш дастури ва бошқа ишбилармонликни тараққий топтириш, сиёсатни ўзгариш, бошқарувни ўзгариши ва бошқа қўйилган тараққиёт топиш вазифасига эришишни таъминловчи тадбирлар киради. Бу босқичда барча мумкин бўлган иқтисоднинг тараққиёт мақсадини бажарилишини таъмин этувчи рояларнинг рўйхатини тузиш керак бўлади. Лойиҳа циклининг сўнгги босқичларида ушбу роялар аниқлаштирилади ва зарурий қаттиққўллик билан таҳлил қилишга берилади.

Биринчи фазада келтирилган фикрлар албатта тўлиқ ва кенг маънога эга бўлиб, даромадни тақсимлашда

лойиҳа унинг мавжуд нархини оширади. Шундай қилиб, лойиҳанинг биринчи циклида иқтисодни ривожлантиришнинг аниқ мақсад шакли шаклланган, шу тариқада иқтисодий сиёсатда Жаҳон банки билан кўприкча ҳосил бўлади, лойиҳа бўйича Жаҳон банки бир томондан кредит тақдим этади.

Иқтисодий сиёсат таҳлили иқтисодни ривожлантириш дастуридаги мақсадларни баркамоллаштиришда бир қатор лойиҳаларга эга бўлиб, бу лойиҳаларни амалга ошириш учун сиёсат ва бошқарувда бир қатор ўзгаришлар киритиш лозимлиги ўқтириб ўтилган.

Лойиҳа таҳлили бу лойиҳаларни баҳолашда муқобил ишлаб чиқаришдаги таққослаш йули билан ёки сиёсатга ўзгартириш киритиб бошқа қулай йўдини танлаш билан бу лойиҳаларни амалга оширади.

Ишлаб чиқиш.

Лойиҳа рояси аниқланган лойиҳанинг биринчи этапдан сўнг (яъни вазифа аниқланган) рояни кўриб чиқиш давом эттирилиши зарурчи деган саволга жавоб топиш мақсадида қарор қабул қилиниши зарур. Бунинг учун лойиҳани барча параметрлари (яъни ҳар томонлама) узлуксиз аниқлаб кўриб чиқилади, яъни лойиҳани техник характеристикаси, унинг атроф-муҳитга таъсири, самарадорлиги иқтисодий ва молиявий бажарилиши мумкинлиги, махсус ва маданий жиҳатидан маъқуллиги ҳамда ташкилий чоралар бўйича маъқуллиги.

Лойиҳага ишлов бериш жараёнига қўйиладиган қиёради: бошланғич босқичда тавсия этилган рояларни янада аниқроқ ўрганиб чиқиб, бир неча хил текширишлар ўтказилиши мумкин, шулар жумласидан: лойиҳалаш, тузиш, иқтисодий ва молиявий жиҳатларини кўриб чиқиш, маъмурий бошқаришни ўрганиб чиқиш. Буларнинг ҳаммаси лойиҳани бажарилишига, кейинчалик ундан унумли фойдаланишга атроф муҳитни муҳофаза бўйича муқобил вариантини топиш, лойиҳани маҳаллий аҳолига таъсири ва ҳоказо. Биз лойиҳани қанчалик ҳар томонлама кўриб чiqсак, маъқул бўлмаган лойиҳалардан қўтилиб энг зарур ва маъқул лойиҳа устида тўхташимиз мумкин бўлади.

Текшириб чиқиш.

Мутахассислар ҳулосаси.

Текшириб чиқиш — лойиҳага молиявий пул ажратишдан олдин ўтказиладиган охириги баҳо ҳисоблаш

ди. Лойиҳани кўриб чиқишининг ҳулосасида ушбу лойиҳанинг мақсади мувофиқлиги, ҳаётга тадбиқ этиш мумкинлиги, ҳамда ундан келажақда кўп фойда келтириши мумкинлиги аниқлаб чиқилади. Текшириб чиқиш вақтида асосий эътибор энг яхши вариантга ҳамда унинг иқтисодий самара, ажратиладиган харажатлар, бошқаришдаги ўзгаришлар ва ҳоказо, ҳуллас лойиҳани амалга оширишдаги ишлар кўриб чиқилади.

Келишув жараёни.

Маслаҳатлашиш жараёнида банк ва қарз олувчи лойиҳа бажарилишини таъминлашга алоқадор чора-тадбирларни кўриб чиқади. Ҳазор маслаҳатлашиш натижасида бир қарорга келишгач, ушбу қарор юридик мажбурият кучига кирилади ва у кредит олишда ҳужжат ҳисобланади. Маслаҳатлашиш тутагач, текшириб кўриш акти (далолтаномаси) ва тайёрланган ҳужжат Банк бошқарувчисининг маърузаси билан бирга кредитларни тақсимловчи директорларга кўриб чиқишга юборилади.

Амалга ошириш.

Бу босқичда лойиҳа керакли ташкилотларга тарқатилади. Амалга ошириш этапида барча кўринишдаги ишлар кузатиб борилади ва назоратга олинади, ҳамда ишлар қайси мамлакатда бажариладиган бўлса, шу ердаги маъмурий орган ва инспекторлар томонидан кузатиб борилади. Текшириш тартиблари маслаҳатлашиш стадиясида келишиб олиниши керак.

Баҳолаш.

Баҳолаш этапида қуйидагилар аниқланади: кейинги лойиҳалардан фойдаланиш учун, лойиҳа мақсади аниқланганлик даражаси баҳоланади ва тажриба ҳулосалари аниқланади. Бу этап давомида лойиҳани бажаришдаги ҳақиқий натижалар яъни режалаштирилган бўлса шундай бажарилаяпти. Мустақил молиявий муассасалар, масалан Жаҳон банки ўзларига лойиҳаларни баҳолашни қоида қилиб олганлар.

18.3. Инвестицион лойиҳа менежменти

Инсонлар лойиҳа мақсадига эришиш учун аниқ мақсад билан ишламасалар ҳеч қайси лойиҳа самарали бўлмайди. Қачонки лойиҳа менежери купчилик ишловчиларга раҳбарлик ва ташкилотчилик қилиб, зарур

томонга йўналтира олса, ушбу лойиҳа муваффақият ҳозирлади. Менежерлар ишловчилар билан ўзаро бор-лиқ муносабатда бўлиб, ишловчиларни лойиҳа натижаси билан қизиқтира олса, шундай лойиҳа кутилган натижалари бериши мумкин.

Менежерлар лойиҳа асосида қурилган, масалан қорхона ишга туширилиши учун унинг ташкилий тузилиш структураларини, токи лойиҳа кўзда тутилган фойдани келтира олса, ишлаб чиқишлари лозим. Менежерлар учун турли масалаларнинг аҳамияти лойиҳанинг типини аниқлашда, унинг қайси минтақа ёки мамлакатда фойдаланилиши катта аҳамиятга эга. Менежерлар учун баъзи масалалар илгаридан маълум ҳисобланади, чунки бундай масалалар билан аввалги лойиҳаларда дуч келишган.

Баъзи қийинчиликларга менежерлар илк бор дуч келиши мумкин, шунинг учун менежерга иш режасини тузишда ёрдам керак. Шу сабабли лойиҳа менежерлари лойиҳа қандай шароитларда амалга оширилаяпти ёки ишга туширилаяпти каби масалаларга яқиндан ёндашадилар. Менежментта тажриба ва маълум иш қобилиятига эга бўлишлик асосий аҳамиятга эга.

Лойиҳа мақсадини аниқлаш, уни режалаштириш, ишга раҳбарлик ва иш бажариш жараёнида ёрдам бериш менежер учун асосий вазифа ҳисобланади. Иш жараёнини назорат қилиш, бюджетни кузатиб бориш, ишлаб чиқариш ҳажми ва лойиҳа ресурсларини кузатиш менежернинг асосий бажарадиган вазифаси бўлиб қолади.

Менежментнинг тажрибаси, бажарадиган фаолияти ва контексти. Контекст деганда лойиҳа бажарилаётган ташқи ва ички муҳит, режаси ёки режалаштирилаётган бизнес тушунилади. Ташқи муҳит ўз ичига қуйидаги омилларни олади:

1. Физикавий омиллар: танлаган жой, иқлим, жутрофик тузилишнинг хусусиятлари ва ҳоказо.
2. Иқтисодий омиллар: ички ва халқаро.
3. Маданий, ижтимоий ва сиёсий омиллар.
4. Технологик омиллар: имконият ва ўзгаришлар ички муҳитга асосан қатнашувчилар, маблағ ҳўювчилар ва миждонинг ўзаро қуйидаги алоқалари.
5. Лойиҳа эгаси — давлат ёки директорлар кенгаши, акционерлар ёки хусусий шахс.

6. Фойдаланувчи, бозор, харидор, миқоз, фойда олувчи шахс ва ҳоказолар ана шуларнинг талаб ва истакларини эътиборга олиш керак.

7. Иш жараёнига жавобгар бўлган бош ташкилот, вазирлик ёки корпорация.

8. Лойиҳани бошқарувчи команда ёки бизнес шта-тидаги ходимлар ва маслаҳатчилар.

9. Жиҳозларни етказувчи ёки хизмат кўрсатувчи ижарачилар, чакана савдо фирмалар ва ҳоказолар.

Уильям Смит ҳокимликнинг 3 йўналишини кўрса-тади: назорат, таъсир ўтказиш ва эътироф этиш. Таж-рибада ишга бундай ёндашиш фойдали бўлди, бу йўл-йўриқ Африка учун қишлоқ хўжалигида ишловчи ме-нежерларни тайёрлашда дастурий асос бўлди. Жералд Эгеп менежерлар тайёрлашда марказий уринин ми-қознинг хоҳиши ва талабига қаратди. Менежмент ти-зими яқин ва узоқдаги муҳит билан чегараланади. Ж. Эгепнинг «мақсадга мувофиқ» деб ҳисобланган омиллари ишчи муҳитга тегишли. Бу таассуротлар ме-нежментнинг самарадорлигига ижобий ва салбий таъ-сир этиши мумкин. Ж. Эгепнинг иррационал омилла-рига қўйидагилар киради:

1. Ижтимоий омиллари: мукофотлар ва ҳаёт сифати

2. Сиёсий омиллари: ҳокимият, ресурслар ва маъна-вият.

3. Мукофотга, ҳокимиятга ва ҳаёт тарзига индивидуал таъсир бериш.

Мақдоналд Бейжамин бўйича: лойиҳа бошқаруви ўтказилаётган муҳит қўйидаги 3 гуруҳ омилларида иборат:

1. Ички муҳит: стратегия, сиёсат ва вазифалар.

2. Яқин муҳит: партномачилар ва мол етказиб бе-рувчилар, лойиҳа бажарилишидан манфаатдорлар.

3. Ташқи муҳит: давлатнинг ташқи иқтисодий сиё-сати, давлат бўлимининг бошқарув тизими, ижтимоий-иқтисодий тизим, сиёсий муҳит ва бошқалар (инфля-ция, бозор ва ҳоказолар).

Ф. У. Грег менежерлар тайёрлашда 4 та гуруҳ омил-ларини ажратишни таклиф этди:

1. Сиёсий ва ижтимоий таъсир.

2. Иқтисодий омиллари.

3. Ҳуқуқий.

4. Технологик ўзгаришлар.

Менежментнинг вазифаси ва бажарадиган иши.

Баъзан менежментнинг усталиги ва бажарадиган ишидаги фарқни аниқлаш жуда мураккаб бўлади.

Менежментнинг 6 хил вазифалари мавжуд:

1-вазифа: **Раҳбарлик.** Менежерлар командасига ба-жариладиган мақсад ва вазифани аниқ ва тушунарли қилиб бера олиши:

а) миқоз ва унга жавоб берувчи хим ҳисоблана-ди — лойиҳа эгалари менежер фаолияти натижасида ютишлари ҳам, ютказишлари ҳам мумкин;

б) миқоз бозорни аниқлайди ва лойиҳа маҳсулоти-дан манфаатдор. Миқоз билан муносабатни қандай олиб бориш керак? Вазифа қандай?

2-вазифа: **Режалаштириш.** Режалаштириш 2 хил бўлади:

а) стратегик режа — мақсад ва миқоз уртасидаги ижтимоий иқтисодий муҳит;

б) ҳаракат режаси — бу ишлаб чиқариладиган маҳ-сулот сифати, унинг иқтисодий самарадорлиги ва ба-жариладиган иш ҳажминини белгилайди. Ташкилотчи-лик элементлари ва менежмент.

3-вазифа: **Ишга раҳбарлик қилиш ва ёрдам бериш.**

1. Меҳнатни бўлиниши, моддий ва молиявий ре-сурсларни тақсимлаш.

2. Иш программасини, иш кузини билиб бажариш.

4-вазифа: **Мувофиқлаштириш.**

1. Ташқи муносабат ва ахборот.

2. Ички муносабатлар.

5-вазифа: **Бажаришни назорат қилиш.**

1. Ҳар бир соҳани, материални, молиявий томони-ни, бухгалтерия ҳисоботларини ва ижтимоий омилла-рининг назорати.

2. Вақти-вақти билан иш бажарилишини назорат қилиш.

6-вазифа: **Натижага мулжал.** Мукофотлаш тизи-минини қўллаш. Ёлланган профессионал бошқарувчи-ларни таклиф этиш ва бошқалар.

Менежернинг билими — моҳирлиги.

Моҳирликнинг ривожланиши менежментнинг қўйи-даги асосий вазифаларидан иборат:

а) меҳнат ресурсларини режалаштириш:

1. Ишни нимадан иборатлигини ёзиб чиқиш ва ишловчилар штатини жамлаш режаси.

2. Шахсий ишловчилар тўпламини бутлаш.

3. Лойиҳани шакллантириш.

4. Штатдаги ходимларга ва маслаҳатчиларга раҳбарлик қилиш.

5. Штатдаги ходимларни ўқитиш ҳамда юқори хизмат поровасига кўтариш.

б) ишга олишадиган кадрларнинг миқдор жиҳатидан самарадорлиги:

1. Билим.

2. Асосламоқ.

3. Мажбурият.

4. Мос келишлик.

в) ходимлар орасидаги алоқалар:

1. Штатдаги ходимлар ва бўлимлар ўртасидаги мажбурият ва жавобгарликни тақсимлаш.

2. Айрим ходимлар ишини режалаштириш ва уни баҳолаш усули.

3. Эътибор билан тинглаш маҳорати.

4. Ишни тўғри ташкил этишни ўргатиш.

5. Сўхбат ва маслаҳат ташкил этиш.

6. Мажлис ўтказиш.

7. Муаммоларни ажратиш ва уни ечиш.

8. Ўзининг иш вақтини режалаштириш.

г) амалга ошириш:

1. Лойиҳа ва режа дастурини асослаш.

2. Режалаштириш йўллари ва уни амалга оширишни назорат қилиш.

3. Тизимлар ва усуллар.

4. Таклифлар, контрактлар, хизмат кўрсатиш ва материал сотиб олиш.

5. Ишлаб чиқариш ва маҳсулот молларини бошқариш.

6. Маркетингни бошқариш.

д) молиявий режалаштириш ва менежмент:

1. Харажатларни ҳисоблаб чиқиш ва баҳолаш.

2. Иқтисодий ва статистик усуллар.

3. Жамғарма фондини бошқариш.

4. Молиявий назорат ва тафтиш.

е) ахборот тизимларини бошқариш:

1. Ахборот тизимлари.

2. Сифат ва миқдорни кузатиш.

3. Иш графигини текшириш.

4. Иш ҳолатини ҳисоботи ва назорати.

18.4. Инвестицион лойиҳаларнинг устуворлиги

Бу боб лойиҳанинг аҳамияти ва ўзоқда чидамийлиги, ундаги қуйидаги масалаларнинг, яъни ундан фойдаланиш, техник томондан хизмат кўрсатишга, жорий таъмирлаш ва лойиҳани бошқаришга, ундан иқтисодий самара олишга қаратилган. Давлат ва халқаро ваколатхоналар: режалаштиришни тараққий эттириш биринчи гада лойиҳани ишлаб чиқиш, уни таҳлил қилиш ва қайта ишлашга қуйидаги масалалар бўйича ишлатиш, техник хизмат кўрсатиш ва жорий таъмирлаш лойиҳа ўзоқда чидамийлигига (устуворлигига) эътибор берадилар.

Лойиҳани амалга оширишни кузётувчи назоратнинг мураккаб тизими ва режалаштирилган ҳамда ишлаб чиқариш ва молиявий фаолиятини таққослашни фақат баъзи-бир мамлакатларгина, масалан жаҳон банки аъзоларигина донмо лойиҳани ишга тушириш ва техник хизмат кўрсатиш бўйича, ҳамда ушбу лойиҳа режадаги иқтисодий самарадорлигига ета оладими, йўқми, шу ҳақида ҳисобот олиб берадилар. Захирадаги ресурслар камая боргани, инвестиция дастурининг бажарилиши ҳақида ахборот йўқлиги сабабли, инвестиция ҳақида ўйлашни мажбур этади, бу эса донини назоратта талабни оширади, ҳамда лойиҳанинг устуворлиги ортиб боради.

Кейинги йилларда кўтарилган масала бўйича қизиқиш ортганига қарамай, ҳозирги даврда лойиҳа устуворлиги ҳақида ахборотлар ниҳоятда кам. Оз миқдордаги ахборот лойиҳа чидамийлиги қониқарли бўлмаганлигини кўрсатади. Жаҳон банки лойиҳаларини (фойдаланишни) баҳолаш бўлимининг (ОЕД) маърузасига биноан 557 лойиҳа 1986—1988 йилларда уларнинг кўрсаткичи баҳоланганда 52% бўлиши мумкин деб баҳолаган, 15% лойиҳанинг устуворлиги шубҳа остида.

33% лойиҳанинг устуворлиги аниқ эмас деб топилган. Буларнинг асосий сабаблари:

- техник хизмат кўрсатишга бўлган харажатларнинг ортиши, жорий таъмирлашнинг қимматланиши ва инфраструктура бузилишининг тезлашиши;
- лойиҳа самарадорлигининг пасайиши;
- сервис (хизмат) сифатининг пасайиши;
- баъзи фойдаланувчилар учун лойиҳа натижаларини билишнинг мураккаблиги, атроф-муҳитга ёмон таъсир кўрсатиши ва бошқалар.

Лойиҳанинг устуворлигини яхшилаш.

Кўп иқтисодчилар ва халқаро ваколатхоналар лойиҳа узоққа чидамлилигини тараққий эттиришда шуни аниқладиларки, лойиҳанинг давомийлик қobiliяти унинг иқтисодий самарадорлигини таъминлашга борлиқ эканлигини топади. Жаҳон банкнинг иқтисодий ривожлантириш институти (ЖБ ИРИ) лойиҳа устуворлигини қуйидагича аниқлайди: Агар лойиҳа бир нечта йил ишлагандан сўнг олинган фойда олдиндан кўзлаган фойдага тенг ёки кўп бўлса, унда лойиҳа чидамли деб ҳисобланади.

Лойиҳанинг устуворлиги кўпинча унинг миқдорий кўрсаткичларида кўрсатилса ҳам унинг сифат кўрсаткичи асосий ҳисобланади. Ишлаб чиқариш тармоқларидаги лойиҳалар учун, масалан, sanoatда, унинг фаолиятидаги ишлаб чиқариш ҳажмидаги фойдаланиш коэффициенти билан аниқланади. Аммо Жаҳон банки молия ажратаётган лойиҳаларда бошқа мақсад кўзда тутилади, масалан: субсектордаги сиёсат, технологияни бериш ёки қурилишини ташкил этиш, бу сифатли деб баҳоланади.

ЖБ ИРИ таъкидлаши бўйича устуворлиқни аниқлаш меҳнат ресурсларини тараққий эттиришда ҳам миқдор кўрсаткичига эътибор бериш керак. Лойиҳа устуворлиги нисбий тушунча, у куп кўрсаткичлар билан баҳоланиши керак — бу кўрсаткичлар лойиҳанинг сифати ва миқдор жиҳатидан фаолиятини бирлаштирилади. Асосий роля — унинг умрбоқийлигини аниқлаш. Бу қуйидагилардан иборат: ҳар қандай лойиҳа, у қишлоқ хўжалигига тегишлими, шаҳар, sanoatта, транспортта ёки энергетика соҳасидаги — у узлуksиз маҳсулот чиқиш учун тузилганми? Ушбу са-

волларга жавоб бериш керак. Баъзи лойиҳалар учун (масалан: уй-жой ёки йўл қурилиши) белгиланган муддат 30 йилга хизмат қилишини ташкил этади.

Лойиҳа муваффақиятини баҳолаш.

Лойиҳа муваффақиятини баҳолашда унинг фойдали натижалари давом этишини маълум муддатда ҳисобга олади. Бамбергер ва Чема лойиҳа устуворлигини аниқлашда альтернатив ёндошлишни таклиф этадилар. ОЕД фойдаланадиган ёндошга чидамлилик капитал ажратишнинг фойдаси ҳисобланади. Агар лойиҳани бир неча йил ишлатилгандан сўнг ундан олинган фойда уни ишга туширишдан олдинги кўзлаган фойдадан куп бўлса, бундай лойиҳа узоққа чидамли ҳисобланади. Агар бошқа томондан ҳисобланган фойда кам чиқса, лойиҳа чидамли эмас деб ҳисобланади. Иккинчи ёндошида лойиҳанинг чидамлилиги қатор кўрсаткичлари асосида аниқланади, уларда лойиҳани пуктамлиги унинг асосий кўрсаткичлари бўйича ҳисобланади.

Лойиҳани чидамлилигига қатор омиллар таъсир кўрсатади. ЖБ ИРИ 4 та асосий омилларни фарқлайди: иқтисодий ёки молиявий, техник, ташкилий ва стратегик. Бамбергер ва Чема ўз томонларидан таассуротларнинг кенг турларини эътиборга олади, масалан: лойиҳа тайёрланган ва амалга оширилган, лойиҳа ташкил этилган, унга ташкилий омиллар маҳаллий (милий ва халқаро сифатида), бунда режалаштирувчи органлар ва лойиҳа менежерлари лойиҳани охириги омилига сезиларли таъсир кўрсата олмайдилар.

18.5. «Олма» кўжалиги инвестицион лойиҳасининг тижорат таҳлили

Барча лойиҳаларни тайёрлашда таржибий қисми бўлиб, бу лойиҳани тижорат таҳлили ҳисобланади, натижада лойиҳанинг тижорат ҳаёт қobiliяти аниқланади ва ишлаб чиқарадиган маҳсулотнинг асосий тавсифи, қутиладиган сотув ҳажми ва унинг баҳоси, ҳамда уни сотиш усуллари аниқланади.

Аниқ лойиҳанинг тижорат таҳлилининг ўтказганда асосий эътибор лойиҳа маҳсулотига бўлган келажакдаги талабга қаратилади, ҳамда келажакдаги нарх-

наво кузда тутилади. Қуйида Тошкент вилояти Юқори Чирчиқ туманидаги «Олга» хўжалигининг аниқ лойиҳаси кўриб чиқилади. Бу хўжалиқда тижорат таҳлили ўтказилган. Тижорат таҳлили ўтказишнинг асосий мақсади қуйидагилардир:

1) тайёр ишлаб чиқариш маҳсулот ҳажми ҳисобида тайёр маҳсулотнинг бозор нарҳини тушириш таҳлили;

2) хўжалиқдаги бор имкониятларни текшириш — бўлар хўжалиқ молларини Тошкент ва Чирчиқ шаҳарларида маълум ўрин эгаллашини кўрсатиш;

3) хўжалиқда чиқариладиган маҳсулотта бўладиган талабни ўрганиш;

4) хўжалиқдаги рақобат қила оладиган соҳани текшириш;

5) маҳсулотни сақлаш, ташиш, юклаш ва тайёр маҳсулотни сотиш ва юзага келган ҳолатни текшириш.

«Олга» хўжалигининг умумий майдони 2733 гектар, шулардан қишлоқ хўжалиқ экинлари 2515 гектарга экилади. Хўжалиқнинг асосий майдонида дон маҳсулотлари етиштирилади — улар 870 гектар. Дон маҳсулотлари қор-ёғир ёнадиган жойларда экилади. Сурориладиган ерларга сабзавот маҳсулотлари, картошка поляз экинлари ва кўпйиллик ўтлар ўстирилади.

Ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар, дондан ташқари, Тошкент ва Чирчиқ шаҳарларида сотилади, бир қисми туман тайёрлов идораларига (шартнома асосида) сотилади ва умумий овқатланиш пунктларига сотилади. Хўжалиқ тижорат штатига эга эмас.

Етиштириладиган қишлоқ хўжалиқ маҳсулотлари «Дала-бозор» принципида тарқатилади, чунки хўжалиқ тайёр маҳсулот сақлайдиган омборлари ва қайта ишлайдиган корхонага эга эмас. Шу сабабли хўжалиқ ўзи етиштирган маҳсулотларни сарф этилган пулдан ҳам кам баҳога сотишга мажбур.

Асосий ўринни буғдой ташкил этади, 1996 йил 610 тонна эди, шундан 50% давлат буюртмаси, 10 фоизи — уруғликка қолдирилади.

Жадвалдан кўриниб турибдики, буғдойга бўлган талаб ўзгарувчан. Бундан маълум бўладики, буғдой ишлатилишда биринчи ўринда туради.

Буғдойдан энг керакли озиқ-овқат тайёрланади, бунга нон ва нон маҳсулотлари қиради. Аниқланган нарх

«Олга» хўжалигининг 1996 йил маҳарга сотган дон маҳсулотлари сисмаси

Буғдой (610 т)			Арпа (260 т)		
давлат буюртмаси	уруғлик	хўжалиқ учун	давлат буюртмаси	уруғлик	хўжалиқ учун
50% 30,5	10% 61	40% 224	30% 130	10% 26	40% 104

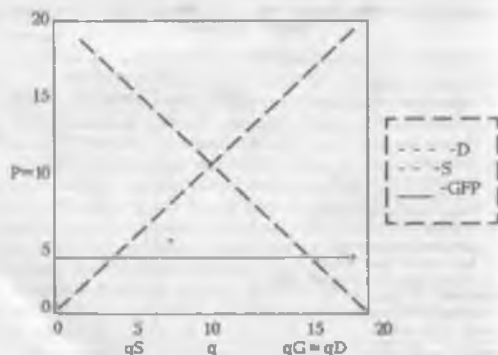
ва ҳажм жойлашишга тўғри келади. Аҳолини ижтимоий муҳофаза қилиш учун давлат нархларни рС га тенг ҳолатда аниқлайди. Шу нархда ишлаб чиқарувчилар (хўжалиқлар) маҳсулотни qS ҳажмида ишлаб чиқаришга тайёр. Шу пайтда истеъмолчилар шу нархда qD-qP-qS-фарқи камёбни ташкил қилади шу камёбни йўқотиш учун давлат ишлаб чиқариш ҳажминини ва бутдой экиш майдонларини qC да сақлаб туради.

Дон экинларининг бозор учун зарур бўлган 10 та кўрсаткич таҳлил қилинган

Бозор таъсифи (қўзғатилган белгилари)	Баҳо шкаласи								
	қонидарсиз			қонидарли			қопин		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Иш феолиги.		x							
2. Баҳо даражаси.		x							
3. Бозорнинг турмалиги					x				
4. Маҳсулот сифати					x				
5. Товар ассортимент		x							
6. Рақобат.					x				
7. Ахборот алоқалари.					x				
8. Аҳолининг қайт тарзи						x			
9. Иқтисоднинг ҳуқуқий тирек қиетини солаш						x			
10. Маданий ва ималый одатларнинг ўхшашлиги									x
Уртача баҳо									
Бозорга чиқилишнинг мақсадага мувофиқлик баҳоси		Уринсиз		Катта таваккалчилик			Муваффақият		

Ўзбекистон бозорида донга бўлган талаб ва таклифни кўриб чиқамиз (Тошкент шаҳри, 18.2-чизма).

Келажакда агар давлат томонидан буғдойга буюртма бекор қилинмаса бозорда буғдойни эркин нархда сотиш тўхтайди. Ҳозирги шароитда бир тонна буғдойнинг таънарихи 5—6 минг сўмга яқин. Давлат уни бир тоннасини уш икки минг сўмдан оламоқда. 1996 йилда хўжаликда етиштирилган қарам ҳажми 46,8 тонна бўлиб унинг сотилиши шундай бўлган: 10% (4,7 Тн.) аҳолининг истеъмолчига қолдирилган бир қисми туман тайёрлов корхоналарига жўнатиш, қолгани Тошкент бозорларига олиб келинган. Хўжалик шундай қилишга мажбур бўлиб қолди, чунки хўжаликнинг омиборхоналари бунга мос келмайди. Бундан хўжалик анча зарар кўради. Бу зарар маҳсулотни арзон нархда сотиш натижасида келиб чиқади. 80% дан ортиқ етиштирилган сабзини хўжаликнинг ўзи Тошкент бозорларида сотди. Картошка бозор нархида талаб ва таклифлар асосида сотилмоқда. Умумий ҳажмдан 10% аҳолига сарф қилинган, бу 30 тонна 60% бозорларда сотилган (184 Тн.) 29% (90 Тн.) омиборхоналарга уруғликка олиб қўйилган.



18.2-чизма. Ўзбекистонда давлат буюртмаларининг бозорда буғдойга бўлган талабларга таъсир қилиши.

206

Бу ерда: GFP — Давлат томонидан белгиланган нарх

D — Талаб.

S — Таклиф.

P — Бир мувозанатдаги нарх.

q — Бир мувозанатдаги ҳажм.

qS — Давлат томонидан белгиланган нархларнинг «ҳақиқий» ҳажми.

18.3-жадвал

«Олма» хўжалиги маҳсулотининг бозордаги ҳолати, 1996 йил

Маҳсулотни сотиш жойи	Қарам		Сабз		Ўза мева	
	тонна	%	тонна	%	тонна	%
Маҳаллий истеъмол	4,7	10	1,45	5	7,7	10
Тошкент бозорларида сотилган	—	—	23,2	80	10	13
Чирчиқ бозорларида сотилган	—	—	4,35	15	59,3	77
Туман тайёрлов идораларига сотилган	42,1	90	—	—	—	—
Жами	16,8	100	29	100	77	100

18.4-жадвал

Картошка

Маҳаллий истеъмол	Тошкент шаҳрида сотиш	Уруғлик учун омиборхонада сақлаш
10%	61%	29%
30 Тн	184 Тн	90 Тн

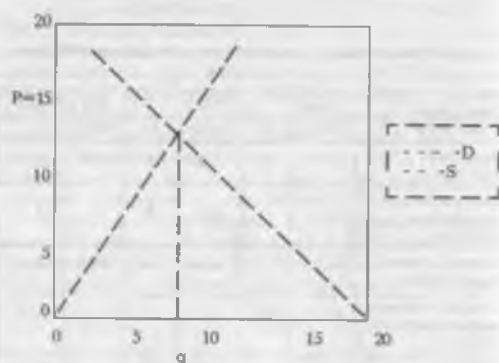
18.5-жадвал

Томатлар

Маҳаллий истеъмол	Туман тайёрлов идораси	Тошкент шаҳри консерва заводи
10%	10%	80%
36,7	36,7 Тн	293,6 Тн

207

18.2-жадвални текширув таҳлилдан маълум бўлдики томат билан буғдой орасида анча фарқ бўлиб, томатнинг талаби буғдойга нисбатан дастроҳлиги аниқланган ва аниқланган нарх p ва q га тўғри келади. Бозорлар томат билан тўлдирилганлиги сабабли, бошқа бозорларни ўзлаштириш ва чиқарилаётган маҳсулот турларини ўзгартириш зарур.



18.3-чизма. Ўзбекистон бозорларидаги томатга бўлган талаб ва тақлифларнинг эгри чизиқлари.

бу ерда: p — нарх
 q — ҳажм

«Ола» хўжалиги томонидан тақлиф этилувчи эмас, чунки ихтисослашган сақлаш омборлари йўқ, дастлаб ишлаб чиқилган маҳсулотнинг бир қисми мажбурий равишда туғридан-туғри далада тортилган нархда сотилади. Томатларни Тошкент ва Чирчиқ бозорларига олиб бориш йўл алоқасининг мураккаблиги (махсус транспортнинг йўқлиги эвазига қатта миқдордаги маҳсулот яроқсиз қолга келади) қатта транспорт талаб қилади. Бу аҳволдан чиқишнинг бирдан-бир йўли сақлаш омборларини қайта қуриш ёки уни қайта ишловчи кичик заводни қуришдир.

Иқлим шароитлари хўжалиқда томат етиштириш учун қатта харажатлар талаб қилмайди. Етказилган ҳосиланинг асосий қисми Тошкент шаҳри бозорларида сотилади, бу эса маҳсулотнинг умумий ҳажмининг

80%ни, маҳаллий истеъмол 10%ни, ноҳия тайёрлов ташкилотлари 10%ни ташкил этади.

Лойиҳада қўзда тутилган кичик ишлов берувчи заводни ишга тушириш хўжалиқ учун томат маҳсулоти бозорини кенгайтириш имконини очиб беради. Уша вақтда «Ола» хўжалиги маҳсулот етказиш учун зарур бўлган ресурсларни (ўғит, химёвий воситалар) шартномавий нарх билан олган. Шахсан, аммофосни, калий хлоридни Қўйлик районлараро бирлашмасидан шартномавий нарх билан, заҳарли химёвий воситаларни район қишлоқ хўжалиқимёдан (олтингутурт, қарате, дечис, дроз, омайд, гербицидлар) шартномавий нархда олган.

Бозор нархида «Ўзаясабзавотурув»дан уруғлик экиш материалларини олади. Шунинг таъқидлаш зарурки, хўжалиқ ўзининг ўзи таъминлаш шароитига алоҳида уруғлик материаллар бўйича, қисман пиёз уруғи, люцерна уруғи, кенаф ва бошқа ўсимликлари бўйича ўтди. Маълум даврдан кейин уларни экишда ишлатиш мақсадида қишлоқ хўжалиқ маҳсулоти ишлаб чиқаришдан фойда топиш истаги билан, уруғлик экиш материаллари билан хўжалиқ уларни хўжалиқлараро уруғчилик омборларига топшира бошлади. «Ола» хўжалигининг ишлаб чиқарган маҳсулоти учун қуйидаги сотиш бозорлари шакллантирилган: (18.6-жадвал).

— район савиясидаги тайёрлов ташкилотлари Тошкент ва Чирчиқ шаҳарларида;

— давлат сектори тайёрлов ташкилотларида;

— хўжалиқ бозори савиясидаги кичик кўтара бозорларида;

— хўжалиқнинг ўзининг ва қўшни хўжалиқлар аҳолиси учун.

Бозор шароитларидан келиб чиқиб «Ола» хўжалиги ўз маҳсулотини давлатга ва бошқа истеъмолчиларга шартнома асосида ёки хўжалиқ бозорларида талаб ва тақлиф асосида сотиш имконига эга. Давлат асосан бошқоқли дон маҳсулотини буюртмага асосан сотиб олади, у асосий ишлаб чиқариш ҳажмидан 50%ни ташкил этади.

Сабзавотчилик маҳсулоти хўжалиқ томонидан Тошкент ва Чирчиқ бозорларида ҳамда хўжалиқ бозорларида сотилади. Сабзавотчилик маҳсулотининг асосий турлари аввалдан тузилган шартнома асосида жўнатилади.

Қишлоқ хўжалик маҳсулотининг 1995 йилда ишлаб чиқарилиши ва ун бозорга сотилиши.
(«Ола» хўжалиги бўйича)

Курсат- кичлар	Каноп	Дон	Кар- тошка	Сабза- вот жам	Мева- лар	Гушт тирик валда	Пил- ла	Жув
Тонна	8	741	660	2200	86	10	115	1.2
Сотув бозори	Давлат	Д-т	Тошкент шаҳри бозорлари					Давлат
Буюрт- мачи- лар (шарт- нома буйича)	Тайер- лов ташки- лоти	За- вод ККЗ	(РПС)	Тошкент шаҳри консер- ва заводи		Тайёрлов ташкилотлари		
Истеъ- молчи етказиб бериш	Хўжалик ҳисобидан		Даладан ва омбордан буюртмачи ҳисобига		Буюрт- мачи ҳисо- бига	Хўжа- лик ҳисо- бига	Буюртмачи ҳисобига	

18.7-жадвал

«Ола» хўжалигида етиштирилган маҳсулотни Тошкент бозорига 1994 йилда олиб борилган ҳажми

Курсат-кичлар	Картошка	Саб-зи	Пияз	Бод-рийн	Томат	Боп-қалар	Мева-лар
Иш ла б-чиқилган тонна	493	200	760	40	30	1430	10
Рақо-батчи-лар	Қолхоз Соҳибкор Жамбул хўжали-ги Қуйи-Чирчиқ райони	Жам-бул хўжа-лиги Қуйи-Чирчиқ райони	Со-ҳиб-кор хў-жа-лиги Пар-кент райони	Нам-донак хўжа-лиги	Соҳибкор хўжалиги	Аван-гард хўжа-лиги	
Рақо-батчи-ларнинг устуни-лиги	Бозорга яқин жой-лашган и транспорт харажатла-рини ҳа-майтиради	- -	- -	Бозор-ин яқин жой-лашти-ради	Маҳсулот-ни истеъ-мол қи-лувчи-лар билан тур-рун муно-сабатда бўлиш.		

Хўжалик сабзавотчилик маҳсулотини етиштириш бўйича шартнома тузган. Шунга асосан маҳсулотни Тошкентдаги янги консерва заводининг кичик корхонаси «Фирдавсий»га беради.

«Ола»да етиштирилган маҳсулотнинг Тошкент бо-зорига 1994 йилда олиб келинган ҳажми:

- картошка — 498 тн;
- сабзи — 200 тн;
- пияз — 760 тн;
- томатлар — 30 тн;
- бошқа сабзавотлар — 1430 тн.

Сабзавотчилик маҳсулотининг бозордаги асосий ра-қобатлари, булар «Соҳибкор» ва «Жамбул» хўжалик-лари Юқори Чирчиқ райони (картошка), «Соҳибкор» хўжалиги (сабзи), «Жамбул» (пияз), Паркент райони, «Намданақ» хўжалиги (томатлар), Урта Чирчиқ райо-ни, «Авангард» хўжалиги (мевалар).

Хўжаликнинг бозордаги рақобатчиларини аниқлаш ўзининг имконлариши назорат қилишга, рақобатчиларни устуналик томонларини ҳисобга олишга ва тижорат ҳаракатидаги камчиликларни бартараф этиш чора тад-бирларни ишлаб чиқишга имкон яратади.

Бутдой бозорига қараганда томат бозори ўзига кўпроқ жалб этади. (5.8 балл 18.8-жадвал). Бу бозорда биринчи навбатда яқка ҳокимликнинг йўқлиги, юқори ишчанлик фаолиги ва эркин ўрнатиладиган нархлар билан тушунтирилади. Шу билан бир қаторда бозорни томат билан тўйилганлиги унчалик катта эмас. Бу эса бир неча сабаблар билан тушунтирилади:

— томат ташишда махсус транспортнинг йўқлиги, шу сабабли тайёр маҳсулотни бозорга етказишда кат-та йўқотишларга йўл қўйилади;

— хўжаликда маҳсулотга бирламчи ишлов берувчи цехнинг йўқлиги;

— бир турдаги маҳсулотни рақобат савиясини кат-талиги, шунинг учун ишлаб чиқариладиган маҳсулот ассортиментини кенгайтириш лозим.

Юқорида айтилганидек, ҳозирги даврда қишлоқ хўжалик маҳсулотини эркин сотилиш тизимида тўла-қонли бозор шаклланимаган. Этаплар билан лойиҳа-лашни ишланга киритишда ва бозор муносабатлари-нинг шаклланишида бозорни мажмуа изланишининг зарурати пайдо бўлади.

Шундай қилиб, қуйидаги тадбирларни ўтказиш тав-

сия этилади. Бозорнинг амалий-услубий изланишида тула тижорат таҳлили ишлаб чиқилиши ва ундаги мажбур камчиликлар бартараф қилиниши зарур.

10.8-жадвал

Томатни бозорда сотишнинг баҳолаш

Бозор тавсифи (кузатиладиган белгилар)	Баҳолаш шкаласи								
	Қониқарсиз			Қониқарли			Яхши		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Ишдаги фаолият							x		
2. Нарз савияси						x			
3. Бозорни тўқдирилганлиги								x	
4. Маҳсулот сифати						x			
5. Товар ассортименти					x				
6. Рақобат								x	
7. Алоқа йўллари тараққиёти			x						
8. Халқнинг ҳаёт савияси				x					
9. Иқтисодни ҳуқуқий йўлга солиш тараққиёти					x				
10. Мадалий ва иккитий ақт-аваларнинг бир-бирига тўғри келиши								x	
Ўртача баҳо			3	4	5	2	3	7	8
Бозорга чиқишнинг мақсадга мувофиқлиги баҳо	Мақбул эмас			Катта таваккал-чмал			Муваф-федият мумкин-лиги		

Бозорга жалб қилиниши ўртача хўрсаткичи $3 + 4 + 10 + 12 + 21 + 8 = 58/10 = 5,8$ — маркетинг масаласи бўйича махсус штат бунёд этиш, унинг вазифасига бозор аҳволини хўжалик маҳсулоти учун умумий кўри-нишда, қисман ўрганиш киради.

а) иқтисослашиш масаласини ўрганиш, яъни бошқа турдаги маҳсулот ишлаб чиқарилишига ўтиш, у катта муваффақият билан қишлоқ хўжалиги маҳсулоти бозо-рида рақобатта бардош бериш қобилиятига эга бўлиши;

б) савзавотчиликнинг аниқ маҳсулоти учун бозор танааш, у ерда томатни хўжалик катта фойда билан рақобатчилардан ўтиб сотиш мумкин бўлсин;

212

в) давлат ҳиссасини бошқали дон ишлаб чиқариш-да камайтириш сиёсатини олиб бориш;

г) янги технологияни меҳнат ҳажминини камайтириш учун сотиб олишни иқтисод нўқтан назаридан асос-лаш масаласини ўрганиш;

д) ҳосилдорликни ошириш ҳисобига маҳсулот ҳаж-минини кўпайтириш муаммоси бўйича изланиш олиб бо-риш, бу эса унинг таннархини пасайишига имкон бе-ради, шунинг ҳисобига рақобатчиларга нисбатан ар-зонроқ маҳсулотга эга бўлишади;

е) ишлаб чиқариладиган маҳсулот ассортименти кўриб чиқиш, бу эса маҳсулотни бошқаларга нисбатан рақобатбардошлигини мустаҳкамлайди.

10. КИЧИК БИЗНЕСНИ ЮРИТИШДА ФРАНЧАЙЗИНГ ТИЗИМИ

10.1. Франчайзингнинг моҳияти

Баъзида маълум билимга, тажрибага, қобилиятга эга бўлган ишбилармонга ўзининг шахсий бизнесининг ташкилий шаклини танлаб олиш учун адаллик, мард-лик хусусияти етишмайди, шу сабабли у ўзига ишла-тиш учун тайёр корхонани имтиёзли шарт билан бошқа давлатдан ёки Ўзбекистондан, йирик фирмдан ёки уларнинг технологиясидан, товар маркаси (белгиси)-дан фойдаланиш қўқўқига эга бўлади, яъни франчай-зинг олади.

Франчайзинг — бу ўзаро манфаатли битимга асос-ланган бизнес олиб бориш усулядир. Бу битим йирик компания ҳамда майда фирма ёки алоҳида ишбилар-монлар ўртасида тузилади. Бу битимнинг моҳияти ки-чик бизнесга ўз ишини махсус танланган жойда ва маълум вақт давомийлигида олиб бориш имконини бе-ришдан иборат.

Дунёнинг кўп давлатларида франчайзинг ўзининг яшаш қобилиятига эгаллигини исбот қилди. Ишбилар-монлиқнинг франчайзинг тизими АҚШда, Канадада, Японияда, Ғарбий Европада муваффақият билан та-раққиёт тошмоқда. Кўплаб маълум ва машҳур хори-жий давлатлар корпорациялари, яъни «Макдональдс», «Адиас», «Кока-Кола» ва юзлаб бошқалари булар франчайзингли компаниялардир. Масалан, франчай-

213

зинг «Дока-пицца» дастгоҳ ва технологияларни етказиб беради, ҳар хил турдаги материал ва жиҳозлар билан таъминлайди (наклейкалар, реклама плакатлари, буклетлар, услубий тавсияномалар), ўқитишни ташкил қилиш, оригинал фирма кўрсатмаларини бериш ва бошқа ўз иштини йўлга қўйиш учун зарур бўлган нарсаларини етказиб беради.

Ҳамкорлик давлатлари орасида биринчи франчайзингли тизимлар пайдо бўлиб, Россия Федерациясидаги «Интерконгресс-Силлинг» (Санкт-Петербург) фирмаси фаолият кўрсатишда.

19.2. Франчайзингнинг асосий турлари ва қондалари

Тадбиркорлик фаолиятидаги франчайзинг тизими франчайзинг битимига асосланади. Шу битимга асосан йирик фирма бошқа фирма ёки ишбилармонларга ходимларни тайёрлашда, дастгоҳларни солашда, технологияни ўзлаштиришда, ташкилий масалаларда, рекламада, таъминотда, маҳсулот сотишда ёрдам кўрсатиш мажбуриятини ўз зиммасига олади.

Бу хизматлар учун кичик фирма уларга вақти-вақти билан тўловлар тўлаб туради ҳамда ўз капиталининг бир қисmini инвестиция қилиш ва маркетинг, менежмент бўйича хизмат кўрсатиш мажбуриятини ўз зиммасига олади.

Франчайзингнинг асосий принциплари: франчайзернинг «ноу-хау»сини франчайзат капитали билан бирлаштириш. Франчайз — лицензия асосида бизнес олиб бориш учун маълум белгиланган миқдордаги бадал.

Франчайзинг тизими ўзининг афзаллик томони ва камчилигига эга. Агар уни франчайзер кичик фирма нуқтаи назаридан қаралганда, унда ушбу тизимнинг фойдали томони қуйидагилардан иборат: франчайзернинг сотиб олиш учун тўлаган тўлови зарурий капитални таъминлайди ва келажакдаги молия билан таъминлаш ташқи заёмларсиз амалга оширилади, шу билан биргаликда бу тизим қандайдир янгиликни амалиётда кичик таваккалчилик билан текшириш имконига эга бўлади.

Камчилик қуйидагилардан иборат: франчайзер ўз даромадини ушбу тизим қатнашчилари билан бўлиша-

ди, бу эса унинг ўзининг бўлиналарига тўла эга бўлган фирмаларга қараганда даромад савиясини пасайтиради.

Франчайзер фойдали томони франчайзата (кичик фирма) нуқтаи назаридан шундан иборатки, кичик шаклдаги бизнеслар ташкил этиш учун кам капитал харажат талаб қилади, бу эса эркин ишбилармон бўлиш учун қўшимча имконият яратади.

Харидорлар учун кенг маълум бўлган фирманинг ва унинг маҳсулотининг номи франчайзатга қўшимча харажатларсиз аввал бунёд этилган товарнинг «имидж»ини ва олдиндан текшириб кўрилган шакллари ишлатишга имкон яратади. Ундан ташқари бош фирма келажакда янги киритилаётган техник воситалар, технологиялар ва реклама қийматини бир қисmini қоплаш мажбуриятини ўз зиммасига олади ва барча зарурий хизматлар кўрсатади.

Франчайзингнинг иккита асосий тури мавжуд: товарли ва ишбилармонли. Товарли франчайзинг франчайзатга ҳар хил товар туруҳларига тегишли бир туплам товарни сотиш билан боғлиқ туланадиган ҳақ франчайзатлардан маълум шароитларда ундириб олинади. Баъзи бир ҳолатларда ушбу тўловлар кафолатли хизматга ҳақ тўлаш билан ва биргаликдаги реклама харажатлари билан боғлиқдир.

Товар франчайзингининг муҳим элементлари — бу франчайзатлардир. Улар иккита вазифани бажарадилар: савдо корхоналарини барпо этиш учун капитал етказиб бериш ва уларга раҳбарлик қилиш.

Ишбилармонга (ишчан) франчайзинг ҳар хил турдаги ва шаклдаги хизмат кўрсатиш бўйича келишувлар тузиш йўли билан ва бизнесни берилган ҳуқуқ, имтиёз ҳамда тавсия қилинган шаклда маълум вақт даврида аниқ жойда бажарилиши билан амалга оширилади. Хорижий давлатларда шахсий корхоналарга давлат томонидан махсус имтиёзлар берилди. Масалан, бюджетдан шахар транспортининг ишини ташкил қилиш ва уни ҳаракат составини тўлдириш учун маблағ ажратади (янги транспорт воситалари билан). Шахсий корхоналар имтиёз ёки ҳуқуқдан фойдаланганлари эвазига солиқ тўлайдилар.

Ишчанлик франчайзенги ҳақидаги келишув франчайзер ва франчайзатлар орасидаги муносабатларни охиригисига (франчайзатларга) қуйидаги хизматлар

кўрсатилишини акс эттириш мумкин, хизматчиларни ўқитиш, мутахассислар томонидан корхонанинг ҳурилиши учун майдон танлаш, асосий фондларни ижарага топшириш ёки тайёр корхонани эксплуатация қилиш, ҳужалик фаолияти соҳасидаги билим ва тажрибалар билан таъминлаб бериш.

Франчайзинг хусусийлаштиришнинг бирдан бир истиқлол шаклларида ҳисобланади. У мулкни давлатдан маълум шартлар эъзига сотиб олишни ва қандайдир товарларни ёки хизматларни кўрсатиш ишлаб чиқарилиши шарти билан берилади.

19.3. Кичик ва катта бизнес корхоналари ўртасидаги шартномавий муносабатларда франчайзинг тизими

Ҳар қандай франчайзинг тизимининг асосий вазифаси франчайзинг шартномаси ҳисобланади. У франчайзинг ва франчайзиатларнинг қонун ва вазифаларини ўз ичига олади. Шу билан бирга қабул қилинган келишувга биноан ҳеч қайси бир томон бошқа томоннинг солиқ ва қарзига жавоб беришга мажбур эмас. Шунинг учун шартнома имзоланишдан аввал франчайзинг, франчайзер ва франчайзиатларнинг асосий вазиятларини чуқур қўриб чиқиши керак ва уни имзолашдан аввал омилкор мутахассис билан маслаҳатлашиш зарур.

Шартноманинг шу ёки бошқа бўлимларининг зарурлиги, франчайзер ёки франчайзиатларнинг келишилган шартлар асосида мажбуриятларни бажаришлари бўйича аниқланади. Шартнома тузишда қуйидагилар аниқланиши шарт:

— Маҳсулот сотиш учун франчайзиатда техник, франчайзерда эса хизмат кўрсатиш имкониятлари борми?

— Рақобатчи маҳсулоти билан солиштириб сотиш учун таклиф қилган франчайзернинг маҳсулоти ноёбми?

— Франчайзиат учун маҳсулот тайёрлаб берувчи ва аниқ бир ёрдам кўрсатувчи, франчайз унинг олдида қайси даражада жавобгар бўлади?

— Корхонанинг (франчайзернинг) молиявий аҳволи қайси ҳолда, франчайзиат кимнинг маҳсулоти билан савдо қиломқчи?

— Шу асосда ишловчи бошқа корхона эгаларининг асосий фаолияти ва иш услуби қандай?

— Франчайзингда ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлган ва ҳар доим ўзгариб турувчи технология, имконият ва ресурслар борми?

— Франчайзинг шартномасининг давомийлиги қандай?

— Шартномани ўзгартиришга қандай шартлар ва харажатлар керак?

— Маҳсулотни чет элдан келтириш қандай муаддатда амалга оширилади, узиллиш хавфи йўқми, чет эл валютасида йўқотиш мумкинми?

— Маҳсулот нархига таъсир кўрсатиш билан боғланган ҳолда импорт учун бож қўйиладими ва қандайдир қоида борми?

— Франчайзга келадиган, франчайзиатнинг корхонага (франчайзерга) тулаши керак бўлган лицензия тулови пул миқдори қанча? (агарда у қўйилган бўлса). Бу пул миқдори қоидага кўра корхонанинг рекламаси учун доимий харажатга, маҳсулотни олаётган сижиллиши учун тадбирлар уюштиришга сарфланади.

Франчайзинг шартномасини тугатишдан аввал қуйидаги саволларни ҳал қилиб олишлари шарт: ўз иштини қариндошларига мерос қилиш имконияти; корхона турар жойини ўзгартиришнинг мақсадга мувофиқлиги; тадбиркорлик фаолиятини кенгайтиришнинг мақсадга мувофиқлиги.

19.4. Франчайзда даромадлар ва молиявий муносабатлар

Франчайзинг капитални сафарбар қилиш воситасидир. Берилган тизим франчайзерга кўпгина инвесторлар маблағларини жалб қилишда, ўзининг хусусий ишнинг эгалари бўлишга интилувчилар учун имкониятлар беради. Бунда сарфланган маблағлар йиғиндиси қоидага кўра, акционернинг ёки жалб этилган маблағидан, одатдаги инвестиция маблағлари ҳисобига таъминлаши мумкин бўлган, ўша биргаликдаги ҳаракатни бир оз оширади.

Франчайзернинг даромадига биринчи галдаги унга туланадиган бир маротабалик мукофот (АҚШда, масалан 25 дан 100 минг долларгача) ва ҳар доим ажратиладиган маблағлар (3 дан 12 фоизгача) қўшилади.

Франчайзингта кўчмас мулкни, жияхозларни, мулкни ижарага бериш, маҳсулот сотиш ва хизмат кўрсатиш ҳамда франчайзингнинг турли савдо корхоналарини сотиб олиш ва қайта сотиш франчайзер даромаднинг манбалари ҳисобланади.

Франчайзинглар фойдаланган, молиявийлаштириш услуби, уларнинг хусусий молиявий маблағи ва банк кредитлари бирикмаларидан ҳамда мол-мулкни гаровга қўйишдан иборат. Бошқа ҳолларда керакли маблағ кўпинча кичик тадбиркорларнинг маблағларини оширади.

Одатда мавжуд бўлмаган молия манбаларини топиш учун дастур ишлаб чиқаришда франчайзер иштирак этсагина, улар ўз ишларини ташкил қила оладилар ва уни керакли даражада ривожлантирадилар.

Чет эл мамлакатларида бундай маблағ қўйиш манбалари қуйидаги фаолият натижасида ташкил қилиниши мумкин:

1. Франчайзер ер майдонларини сотиб олади ва омонатчиларга уни қайтадан сотади. Франчайзер шартли ва режаси бўйича омонатчи майдонда ободончиликни амалга оширади. Кейин франчайзер ободонлаштирилган майдонни ўзининг турли корхоналарига ижарага олиб, уни франчайзингта қайтадан ижарага беради.

2. «Кичик бизнес учун капитал қўйилма компанияси» ташкил этилади. Бундай компаниялар кичик корхоналарга ссуда бериши мумкин ва ўз маблағини унга акция ҳолда қўяди. Бу компанияларни жалб этиш учун франчайзер кафилик қилади, франчайзингнинг ссудасига аниқ чекланиш қўйилади (масалан, ссуда учун фонд олинади ва буни франчайзинг франчайзорнинг маҳсулотини сотиб олиш ва хизмати учун ишлатилиши мумкин).

3. Франчайзингларга ижарага бериладиган, савдо корхоналарини қуриш учун, жавобгарлиги чекланган шерикчиликни ташкил этиш ҳақида оммавий таклифлар қилинади.

4. Кўчмас мулк бошқаруви ташкил этилади ва франчайзинг орқали тугатилган иш давом этади. Кўчмас мулк орқали молия тазминланади (бино ва ер майдонлари).

5. Биргаликдаги реклама ташкил қилинади.

6. Бошланғич ва кейинги ўқитиш франчайзер ердами орқали ташкил қилинади.

7. Уқишга қандайдир бизнес орқали лицензияларнинг турли хил солиштирма паст нархда сотиб олинади.

8. Қўйилган маблағнинг бир қисмидан молиявийлаштириш имкониятидан фойдаланилади. АҚШда 1990 йилнинг охирларида франчайзинг хелишувлари орқали 533 минг кичик фирмаларни ўз ичига қамраб олган. Уларнинг айланма маблағи 716 млрд. долларни ташкил этган. Франчайзинг тизими орқали 30 фонддан ошди турли савдо ташкил этилади, бу 1813 млрд. долларни ташкил этади. Бу сумманинг катта қисми автомобилларни сотишга ва бошқа товарлардан маҳсулот (370 млрд. доллардан ортиқ) ва автомобилларга ёқилли қўйиш манбаларига (115 млрд. доллар) тўғри келади.

20. КИЧИК БИЗНЕСНИНГ ҲАЁТИЙ ЦИКЛАРИ

20.1. Кичик бизнеснинг ҳаётӣ циклининг дескриптив модели

Корхонанинг ҳаётӣ цикли — бу унинг ишлаб чиқариш фаолияти даври ҳисобланади. Корхонанинг ҳаётӣ циклининг тўртта босқичи мавжуд: бунёд этиш, ўсиш, дифференциациялаш, жипслаштириш.

Биринчи босқич корхонани бозорда пайдо бўлиши билан тавсифланади, иккинчиси — корхонани тараққиёт этиш суръати, унинг бозорда тутган ўрнини мустаҳкамлаш билан, учинчиси — ҳўжалик фаолиятини дифференциация қилиш, яъни бозорларга суқилиб кириш, тўрттинчиси — янгилик кириштиш, стратегияни қайта кўриб чиқиш билан ёки банкрот бўлиш билан изоҳланади. АҚШ изланувчилари тадбиркорлик ташкилотини қуйидаги ҳаётӣ циклини ажратиб кўрсатдилар (ҳудди гирик жондек):

1. Туғилиш даври.

2. Болалик даври.

3. Успиринлик даври.

4. Дастлабки етуклик даври.

5. Ўрта етуклик даври.

6. Охириги етуклик даври.

7. Қариш даври.

8. Тикланиш даври (фаолиятини тўхтатиш, банкрот бўлиш пайти).

1. *Тутилиш даври* янги хариддорнинг талабини қондириш, бош бозор майдонини янги сегментини эгаллаш. Асосий мақсад рақобатта бардош бериш, шунинг учун барча ишларда ташаббускорлик, муваффақиятга эришиш, чексиз меҳнатсеварлик ҳукм суради. Ташкилотни тавсифли белгиси бўлиб жанговарлик, иложи борида кўпроқ фойда олишга интилишлик ҳисобланади.

2. *Болалик даври* — бу ҳаёт циклидаги энг хавфли босқич ҳисобланади. Бу босқичда асосий мақсад қисқа мuddатли муваффақият ҳисобланади, тавсифли белгиси бу мақсад сари интилиш, рақобатчи ташкилотларга асосий аҳамият бериш. Бу босқичда 90% корхоналар банкрот бўладилар. Бунда режалаштириш усули «ологанингни юлиб қол» шiori остида бўлади.

3. *Успиринлик даври* — бу босқич ташкилотни барқарорлик жараёнининг шаклланишини бошланишидир. Фаҳм-фаросатли таваккалчилик ўрнига илмий ҳисоб-китоблар ишлатилади. Ташкилот бозорда ўз майдонини эгаллаб даромад оляшини барқарорлигини режалаштиришни амалга оширади.

4., 5., 6. *Дастлабки етуклик даври* — бу ташкилотни янги фаолият соҳаларига аста-секин кириб бориши, дифференциацияни ва диверсификацияни кучайиши, фаолият кўламлигини кенгайтириш босқичидир. Бунда ташкилот қўйидаги жараёнларни утади: миллий, мультимиллатли, Жаҳон аҳамиятига эгалик. Бу босқичда бошқарув усули марказлаштирмаган бўлиши зарур.

7. *Қариш даври* — ўсишининг сусайиши ва катта қийинчиликларни мавжудлиги. Бундай қийинчиликларга корхона бардош беролмаслиги мумкин. Бунда бош вазифа ташкилотни сақлаб қолиш, барча воситалар билан жамоа мақомини қўллаб-қувватлаш. Бунда ташкилотнинг модели бюрократия, раҳбарлик тури эса маъмурий бўлиб қолади.

8. *Тикланиш даври* — фаолият тараққийинининг жонланishi корхонага тула мажмуавий ўзгаришларни ўтказиш зарур. Бошқарув усули — уйғутувчанлик бераҳмсизлик белгилари билан ажралиб туради, агар раҳбарлик сусайса банкротлик содир бўлиши мумкин.

Кичик бизнес корхоналарини у ёки бу ҳаёт цикли босқични босиб ўтиш сезиларли равишда бозорда пайдо бўлаётган шароитга ҳамда давлатнинг олиб бораётган иқтисодий сиёсатига боғлиқдир.

Корхоналар ишининг самарадорлиги кўпинча уларнинг ташкилий таркибига ҳамда раҳбарлик усулига боғлиқ, уларнинг турлича бириктириш ходимларни ишга бўлган қизиқишини ошириб қолмасдан балки ташкилот турига хос ички чекланишлар ҳисобига қизиқиш камайиб кетиши ҳам мумкин.

20.2. Кичик бизнес корхоналарининг ҳаётий циклини бошқаришни самаралли ташкил этиш усуллари

Бозор иқтисодидаги ўтиш бошқарув масалаларига бошқача муносабатни талаб қилади. Яъни, уларни ҳўжалик юритувчи субъектини ичкарисидан эмас ташқарисидан, очик истиқлолга қараши керак. Фақат пундай йўл билан тадбиркорлик фаолиятининг мақсадини корхоналарни ҳаёт циклини ҳар қандай эстапда ошириш мумкин.

Биринчи икки босқичда «ҳўжалик юритувчи субъектни турилиши» ва «болалик даври» хусусий бизнесни ташкил қилиш билан боғлиқ муаммоларнинг мавжудлиги билан тавсифлидир. Бунга сабаб Ғарбий мутахассислар ҳисоби бўйича банкротликни деярли 60% корхонани бошқара олмаслиқда ва тадбиркорлик фаолиятини самарасиз режалаштирилиши сабаб деб билладилар.

Кичик ва ўрта корхоналар бошқаруви меҳнатни паст савияда тақсимланиши билан тавсифланади. Бу эса баъзи бир тадбиркорни ҳаддан ташқари иш билан бандлиги сабаби ҳисобланади ва шунинг учун бошқарув меҳнатни тўғри тақсимлаш, тадбирларни мақсадга мувофиқ ўтказиш ва ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш муҳим аҳамиятга эга.

Кичик бизнес бўйича мутахассислар бошқарувни мақбул шакллариини излаб топишда қўйидаги фикр мулоҳазаларга аҳамият берадилар: ҳар қандай бошқарув усули маълум вазифа ва мақсад билан боғлиқ бўлмоғи керак.

Раҳбарининг ҳулки ҳар хил мақсадларга эришишга имкон яратади. Шунинг учун ҳар хил турдаги бошқарув ҳулкига тўғри келадиган, вазият учун тўғри келадиган бошқарув усулини топишга ҳаракат қиладилар. Бу эса қарорларни излаш, қабул қилиш ва бажарили-

шини ҳамда улар оқибатини назорат қилишни тақазо қилади.

Кичик бизнес корхоналарида раҳбарлиқни ишта ва одамга мўлжалланган такомиллаштирилган усули кенг тараққиёт топмоқда. Корхона раҳбарлари ишловчилар меҳнатини тўғри ташкил қилишни таъминлаш эмас, балки корхонани молиявий, маъмурий, тижорат ва моддий бойликларини тўғри ишлатиш масаласини ҳал қилиши ҳам керак.

Шунинг учун бошқарувни доимий такомиллаштирилиши фирмани тез ўзгарувчи ташқи муҳитга кўникмиш қобилиятига бовариқ, яъни табиий ташкилий жараёнлар аралашмиш таъсирини пасайтириш ўрнига кўпайтириш зарур. Ўз ишнинг устаси ҳисобланган тадбиркорлар учун ўз ташкилотида вақтида янгиланиш ўз онги билан тушуниш муҳим ҳисобланади. Ме-нежернинг бирдан-бир асосий вазифаси — корхона тараққиётининг истиқлолини қуратишдир.

Корхонанинг ишини яхшилаш учун раҳбарлар тартиб интизомини яхшилаш ишловчилар орасида вазиятларни, инзоларни бартараф этиши унинг натижасида жамоада психологик муносабатларни соғломлаштириш зарур.

Улар кўпинча бундай вазиятларни сезишлари, бевозта бўлишлари ва уларни бартараф қилишлари зарур. Фирманинг раҳбари ўз вақтида одамлар онгидаги бу каби қарама-қаршиликларга тушуниб етиши, ишловчиларни барча куч, билим ва тажрибаларини корхона фаолиятини яхшилашга сафарбар қилиши лозим.

20.3. Кичик бизнес корхоналарида молиявий мослашувчанлигини таъминлаш

Фирманинг ҳаёт циклини ҳар қандай босқичида, унинг молиявий мослашувчанлигини зарурий савияда ўз вақтида баҳолаш ва қўлаб-қувватлаш муҳим ҳисобланади.

Корхонанинг молиявий мослашувчанлиги — бу кўрсаткичлар мажмуаси бўлиб, унинг активлари қанчалик ликвидлигини, кўшимча молиявий воситалар олиш имконияти қандайлигини, ишга киритилмаган капиталнинг фойзи қанчалигини ва корхона ўзининг инвестицион ва ишлаб чиқариш фаолиятини ўзгартириш қобилиятига қай даражада эга эканлигини аниқлайди.

222

Корхонанинг молиявий мослашувчанлигини аниқлаш учун қуйидаги баҳолаш тизими ишлатилади:

- активларни юқори ликвидлиги;
- активларни сифат тузулиши ва уларни нарх тавсифи;
- активларни ўзини ўзи сақлаш даврининг давомчилиги;
- корхонанинг ўзи сиёсатини ташқи муҳит ўзгаришларига бовариқ ўзгартири олиш қобилияти.

Активларнинг ликвидлиги — бу моддий бойликларни сотиб нақд пулга айлантиришдаги енгилликдир. Корхонанинг баъзи бир активлари ўзаро шундай боғланган бўлишлари мумкинки, биттасини йўқотиш бошқасини самарали ишлатилишига сезиларли таъсир кўрсатиши мумкин.

Корхона ўз материал активларини бошқа активларни келтирадиган даромадга салбий таъсир кўрсатмасдан сота олиши унга молиявий устулик келтиради. Масалан, «Холдинг» компаниясининг активларини сотиш бошқа тез сотилувчи қимматбаҳо қовозларни, облигацияларни сотишда салбий таъсир кўрсатади.

Корхоналарда ўзгармас бозор нархига эга активларини бўлиш, уларни етарли ликвидлигини тавсифлайди, чунки нархни кучли ўзгариши фирманинг активларини сотишнинг бартараф этади. Ўзоқ муддатли активлар қисқа муддатлиликка қараганда таваккалчиликка эга, чунки биринчисида озод бўлиш анча қийинроқдир.

Активларни ўзини-ўзи қоплаш даври уларни иқтисодий рентабеллиги савиясини аниқлайди, яъни корхона учун ҳаётини муҳим кўрсаткичдир. У қуйидаги ифода билан аниқланади:

$$P_n = \frac{HNEI}{A - MT} \times 100$$

Бу ерда: P_n — активларини иқтисодий рентабеллиги;

$HNEI$ — нетто-натижа, инвестицияни ишлатиш натижалари (баланс даромад қ қарзлар бўйича молиявий харажатлар), сўмда;

MT — муддати узайтирилган туловлар (кредиторлик қарзлар) сўмда;

A — активлар, сўмда.

Агар иқтисодий рентабеллик формуласини бошқа-

223

ча қилиб ўзгартириб айланмани (айланма 1) кўпайтирсак, бу каби операциядан активлар рентабиллиги миқдори ўзгармайди, аммо иккита муҳим кўрсаткичга эга бўлиш мумкин.

Тижорат маржаси (тм) ва трансформация коэффициенти (тк) қуйидагича бўлади.

$$\text{Тм} = \frac{\text{ННЭИ}}{\text{А—МТ}} \times \frac{\text{айланма}}{\text{айланма}} = \frac{\text{ННЭИ}}{\text{айланма}} \times \frac{\text{айланма}}{\text{А—МТ}}$$

Тижорат маржаси — 100 сўм активлар айланмаси қандай ишлатиш натижасига олиб келишини кўрсатади. Улар одатда фоизда берилади. Юқори савиядаги даромадга эга корхоналарда тижорат маржаси 2 ва 30% дан ошади, бошқаларда эса 3—5% га зўрға етади.

Трансформация коэффициенти активларнинг ҳар бир сўми эвазига қанча сўм айланма олиншини кўрсатади, яъни активларнинг ҳар бир сўми қандай айланмага трансформация қилинади. Тижорат маржасини активларни айланивчанлиги деса ҳам бўлади.

Активларни сезиларли айланмасига эришишни корхоналарини анча муваффақиятга эришганлигидан дарак беради. Аммо бу муваффақиятга эришиш учун қанча меҳнат сарф бўлганини баҳолаш фақат тижорат маржаси ва трансформация коэффициенти ёрдамида эришилади.

Масалан, агар 105 млн. сўм баланс даромади 150 млн. сўм молия ишлатиш харажатлари ҳисобига олинганда, унда тижорат маржасининг савияси етарли даражада юқори $105/150 = 7\%$ ўз аҳамиятини юқори трансформация коэффициенти ҳисобига йўқотади (150/(180+120)). Бундан келиб чиқадиги, ойинга 2 сўмдан актив киритиш керак бўлади. Бу каби корхонанинг иқтисодий рентабиллиги атиги 3,5 га ($7\% \times 0,5$) тенг бўлади.

Иқтисодий рентабиллигини йўлга солиш, унинг иккита қисмига таъсир кўрсатиш ҳисобига амалга оширилади: тижорат маржаси ва трансформация коэффициенти.

Амалиётда бу каби кўрсаткичларни юқори савиясини таъминлаш анча қийин, чунки активлар айланмасини кўпайтирсак трансформация коэффициенти ошади, тижорат маржа эса пасаяди, агар бир вақтда активларни ишлатилиш самараси ошмаса.

Тижорат маржасига нарх сиёсати, харажатлар ҳажми ва таркиби таъсир кўрсатади. Трансформация коэффициентига корхонанинг фаолияти тармоқланган шароитлари, ҳамда унинг иқтисодий стратегияси таъсир кўрсатади.

Активларни ўзини-ўзи қоплаш даври сезиларли равишда корхонанинг молиявий турғунлигига таъсир кўрсатади, масалан, корхонанинг қимматбаҳо қорозларини иккита йўналиш бўйича ишлатишга имкони бор.

Биринчиси бўйича 100 млн. сўмга акцияларни киритишда бир йилдан сўнг даромад 100 млн. сўм бўлади ёки 100%, иккинчи вариант бўйича кўрсатилган акцияларни киритишда ўн ойдан сўнг, даромад 25 млн. сўмга, яъни 25% тенг бўлади.

Бу ерда қимматбаҳо қорозларни ишлатилишининг иккинчи йўналиши корхонани катта молиявий эгилувчанлигини таъминлайди, чунки активларни айланиш даври қисқаради.

Уч ойдан кейин олинган пул маблағлари миқдори яна айланишга киритилса, қўшимча даромад келтиради. Бир йилда акциялар тўрт марта айланса қўшимча даромад 144 млн. сўмга тенг бўлади, яъни биринчи йўналишдаги қимматбаҳо қорозларни ишлатилишига қараганда 44 млн. сўмга тенг бўлади.

1 та айланма $125\% \times 100 = 125$ млн. сўм.

2 та айланма $125\% \times 125 = 156,2$ млн. сўм.

3 та айланма $125\% \times 156,2 = 195,2$ млн. сўм.

4 та айланма $125\% \times 195,2 = 244,0$ млн. сўм.

$244\% \times 100 = 144$ млн. сўм.

Юқорида келтирилган миқдордан кўринадиги, активлар айланишини берилган миқдорига эришиш учун қанча маблағ ишлатилган бўлса, корхона фаолиятини қайта қуриш ҳолатини конвертация қилиш учун шунча куч сарф қилиш керак бўлади.

Корхонанинг молиявий эгилувчанлиги сезиларли даражада унинг ўз фаолиятини йўналишини ташқи муҳитга қараб ўзгартира олиш қobiliятига боғлиқ. Фирма тараққиёт топиши учун молиявий ресурсларга кириш имконига эга бўлиши керак.

Кира олиш қobiliятини ва молия билан таъминлаш миқдори назорат қилиниши қийин бўлган омиллар таъсир кўрсатади. (Масалан, банк билан бўладиган муносабат). Шунинг учун корхона раҳбарини ўз диққатини ўзининг бировдан қарзга олинмаган маб-

ларига ва қоникарли фоиизга эга кредит олишга қаратилиши керак.

20.4. Кичик бизнес корхоналари ҳаёт циклининг муҳим босқичларида қимматбаҳо қорозлар портфели

Кичик бизнесда кўпчилик тадбиркорлик таркибларининг қисқа ҳаётий даври корхоналарда бозор иқтисоди шароитида ҳулқий билимларни ўзлаштиришга сабаб бўлувчи заруриятдир.

Бу тараққиёт топган давлағларни кўп йиллик тажрибаси асосида қимматбаҳо қорозлар портфели билан ишлашни ўрганишдан иборатдир.

Қимматбаҳо қорозлар портфели — бу бутун бир танҳо бошқариладиган қимматбаҳо қорозларга киригилган маблағлар йиғиндисидир.

Қимматбаҳо қорозлар портфелини бошқариш — портфел таркибини таҳлил қилиш, тартибга солиш ва режалаштириш, уни шаклланиш фаолиятини амалга ошириш ва қўйилган мақсадларга эришиш учун унинг зарурий ликвидли савиясини, у билан бовлиқ бўлган харажатларни камайтишини сақлаб қолишдир.

Портфел қуйидаги мақсадлар учун бунёд этилади: фоииз олиш, капитални сақлаб қолиш ва капитал учун ўсишни таъминлаш (қимматбаҳо қорозларни курс қийматини ошиши ҳисобига). Ушбу мақсадлар мақбул бўлишлари ва турли турдаги қимматбаҳо қорозлар портфелига тўғри келиши керак.

Қимматбаҳо қорозлар портфелининг тури — бу портфелнинг умумийлаштирилган тавсифидир унинг мақсадли вазифалари ёки унга кирадиган қимматбаҳо қорозлардир.

Ёш тадбиркор таркиблари учун кўпроқ қуйидаги турдаги қимматбаҳо қорозлар тавсифидир: ўсиш портфели, даромад портфели, таввакалчилик капитал портфели.

Ўсиш портфели бозорда курс қиймати бўйича тез ўсувчан акцияларга мўлжалланган. Портфел эгаларига дивидентлар унча катта бўлмаган ўлчамда тўлавиши ёки бутунлай тўланмаслиги мумкин.

Даромад портфели юқори кундалик даромад олинишига йўналтирилган. Бир текис тўланиб турган фоииз ва бу каби портфелга кирувчи қимматбаҳо қороз-

ларнинг курс қийматига нисбати уртача бозориникидан юқоридир. Уларни курс қиймати анча секин ўсиб боради.

Таввакалчилик капиталининг портфели «Ташаббускор» туридаги корхоналарнинг қимматбаҳо қорозларидан ташкил топган. Бу корхоналар ҳар томонлама янги технология ва янги маҳсулот чиқариш асосида тез кенгайиш стратегиясини танлаб олганлар.

Етуқ корхоналар ўзларининг хўжалик фаолиятларида (юқорида келтирилган қимматбаҳо қорозлар портфеллари билан бир қаторда) кенг мувозанатлаштирилган ихтисослашган портфелларга кенг меъёردа мўлжалланган.

Балансировка қилинган портфеллар қисман курс қиймати тез ўсувчи қимматбаҳо қорозлардан, қисман эса юқори даромадли қимматбаҳо қорозлардан ташкил топган. Шундай қилиб капитални ўстиришдан ва юқори даромад олишдан мақсад шук, умумий таввакалчиликлар балансировка қилинганлигидир.

Ихтисослаштирилган портфеллар қимматбаҳо қорозларни умумий мақсад бўйича бирлаштирмай, балки алоҳида ўлчамлар билан бирлаштиради, масалан:

— Ўзгармас капитал ва даромад портфели депозит сертификатларини ўз ичига олади.

— Қисқа муддатли фоиизлар портфели қисқа муддатли қимматбаҳо қорозлардан ташкил топган.

— Ўрта узоқ муддатли фондлар портфели белгиланган даромад билан, қонда бўйича, облигациялар ҳисобига шаклланади.

Камёб инфляция иқтисоди ва ишлаб чиқариш ҳажмини пасайиши, мулк таркибини ўзгариш жараёнини чуқурлашуви шароитида портфелни шаклланиши ўз қурунишини ўзгарттириб туриши мумкин. Бу тизим ўз ичига қуйидаги мақсадларни олиши мумкин:

1. Капитални сақлаш ва купайтириш.
2. Қимматбаҳо қорозлар сотиб олиш.
3. Камёб мол-мулкни қимматбаҳо қорозлар ёрдамида қўлга киритиш.
4. Таъсир соҳасини кенгайтириш ва мулкни қайта тақсимлаш, «холдинг» қимматбаҳо қорозларининг таркибларини бунёд этиш.
5. Қимматбаҳо қорозлар бозорининг нотўғрилиги шароитида курсни ўзгарувчанлигидаги олиб-сотарлик ўйини.

6. Ҳосил мақсадлари (бозорни хабарлаш, ортиқча бозорлардан суғурталаиш).

Қимматбаҳо қорозлар портфелини корхонанинг ҳар қандай тараққиёт имкониятида бошқариш портфелини энг юқори даромадга эришишга йўналтирилган бўлмоғи зарур, яъни қимматбаҳо қорозлар инвестициялардан келадиган даромад пул маблағларини жалб этиш харажатларидан ортиқ бўлиши лозим.

Қимматбаҳо қорозлар портфелини ноликвидлигини икки ҳолатда қўриш мумкин:

— кредитлар олдида ўз мажбуриятини вақтда узиш қобилияти, улардан қарзга олинган, улар ҳисобига қимматбаҳо қорозлар портфели ёки унинг бир қисми шаклланди пул ресурсларини қайтариш;

— қимматбаҳо қорозларнинг барча портфелларини ёки уларнинг бир қисминини пул воситасига унча қўп бўлмаган курс қийматидаги йўқотишлар ҳисобига айланттириш қобилияти.

21. КИЧИК БИЗНЕСДА БАНКРОТЛИК

21.1. Банкротлик — рақобат курашининг объектив ҳадисасидир

Банкротлик — бу ҳўжалик юритувчи субъектнинг иқтисодий қашшоқлиги, уни қарз мажбуриятлари бўйича тўловга қобилиятсизлиги, ҳўжалик судининг қарори билан ошқора эълон қилинганлигидир. Ўз ишининг маъноси билан банкротлик — бу бозор иқтисодидаги оддий ҳолат, рақобат курашидаги табиий жараёндир, унда ночор тадбиркор таркиби ўзининг ҳўжалик фаолиятини тўхтатишидир. Рақобат курашининг натижаси — бу ишлаб чиқариш тараққиётини ишдаги ташаббусни рағбатлантиришдан иборатдир.

Бозор муносабатлари шароитида тадбиркор ва корхоналар талаб бўлмаган ёки қимматбаҳо маҳсулот чиқарувчилар ёки уни ишлаб чиқарилишидан воз кечиши ёки тугатилиши керак. Тугатилган корхонада меҳнат ишлаб чиқариш ва молиявий ресурслар янги фирмалар бунёд этилишида асос ҳисобланадилар.

Ҳўжалик юритувчи субъектларини банкрот бўлиш моҳияти барча кредиторлар талабини қондиришдан иборат, яъни улар манфаатини қондиришидир. Банк-

ротликга учраган тадбиркор ёки корхона мулкани сотишдан асосий мақсад кредиторларга қарзни қайтаришдан иборатдир. Шу билан бирга кўпчилик давлатлар қонунияти шу жумладан бизнинг республикамизда ҳам оғир молиявий аҳволга тушган, ҳўжалик юритувчи субъектга ёрдам кўрсатишга аввалги турғуланикни тиклашга ва яна тўлаш қобилиятига эга бўлишига йўналтирилган.

Банкрот — бу жисмоний ёки юридик шахс (ҳўжалик юритувчи субъект), ҳўжалик суди қарори билан ошқора иқтисодий қобилиятсиз қарздор деб аталишидир. Аммо банкротлик балки ҳўжалик юритувчи субъектнинг ҳаддан ташқари қарздорни билан борлиқ бўлиши мумкин. Бу иккинчи вариант амалиётда тадбиркорлик таркибини соғомлаштириш (санация) усули сифатида ишлатилиши мумкин.

Жаҳон амалиётида — Санация (лотинча *sanatio* — даволаш, соғомлаштириш) маъносини билдиради, бу — сановат, савдо корхоналарини, банкларни ва бошқаларни банкротликдан сақлаб қолиш учун йирик банклар ва давлат томонидан ўтказиладиган тадбирлар тизимидир.

«Иқтисодий қашшоқлик ва банкротлик ҳақидаги» қонуни банкротлик жараёнини фавқулоддаги воқеа деб қарайди. Корхонанинг фуқаровий ҳуқуқий мажбуриятларини бажармаслиги, қарзларини активлардан ортиқлиги субъектни банкрот деб билишга асос бўлолмайди.

Батъи бир ҳолларда кредиторлар судга муурожаат қилиб қарздорларни банкрот деб билишнинг талаб қилмоқдалар, бунинг ўрнига улар оддий йўл билан ўз ҳақларини ҳуқуқ ва шартномага асосан ундириб берилишини талаб қилганлари маъқул бўлар эди. Тўлай олмаслик қобилияти узоқ муддатли бўлиши, айрим сабабларга кура ўзгарувчан бўлиши ҳам мумкин.

Банкротликни янги маросимини киритилишида қарздор ва кредиторлар орасида қарзларни тўлаш тўғрисида тинчлик йўли билан келишиш имкони кўзда тутилади. Тинчлик йўли билан келишувнинг қарорини кредиторларнинг умумий мажлисида қабул қилинади ва ҳўжалик суди тасдиқлайди.

Банкротлик замини — бу маълум ҳақиқий ҳолат бўлиб, уни аниқ шароитни ҳисобга олиб баҳолаш зарур. Ҳар қандай тўхтатилган тўловни банкротлик за-

мини деб ҳисобламаслик керак. Агар тўловларни тўхта-тилиши ёмон ният натижаси бўлса, унда у жиноят жараёни сабаби ҳисобланади. Шунинг учун ёмон ният ва ҳалбаки банкротлик муаммосини қўшимча равишда қайта кўриб чиқиш талаб этилади.

21.2. Кичик бизнес корхоналари шидирозга уграшнинг асосий сабаблари

Тадбиркорлик таркибининг фаолиятини иқтисодий натижалари сезиларли тебранишларга мойилдир ва улар кўп омилларга боғлиқ. Бу эса кўпчилик ҳўжалик юритувчи субъектлар кўтарилиш ва пасайиш босқичларини босиб ўтади, кўплари банкротликга яқинлашсалар, бошқалари банкротликга учрайдилар.

Чет давлатлардаги кўп йиллик корхоналарнинг оёқда туриши ва тараққиётига оид тажрибалардан келиб чиқадики, фирмани молиявий кризиси ва банкротлигининг сабаблари — бу талабни қисқариши, ишлаб чиқариш ҳажмини пасайиши, уни издан чиқиши ва маълум бошқарув тизимининг йўқлигидир.

Тараққиёт топган турғун иқтисодий ва сиёсий тизимга эга давлатларда банкротликка 1/3 қисмига ташқи омиллар ва 2/3 қисмига ички омиллар сабабчи бўлар экан.

Бизнес амалиётида банкротликни олдиндан айтиб бериш учун Е. Альмашнинг «Z-ҳисоби» ишлатилади.

$$Z\text{-ҳисоб} = \frac{(1,2 \text{ ОК} + 1,4 \times \text{ДТ} + 3,3 \times \text{АФД} + \text{СХ})}{\text{А} + 0,6 \times \text{ОАБК} / \text{П}}$$

Бу ерда: ДТ — даромадди қайта тақсимлаш;

СХ — сотиш ҳажми;

А — барча активлар;

ОАБК — оддий ва имтиёзли акцияларнинг бозор қиймати;

П — барча пассивлар.

Z-ҳисоб	банкротлик эҳтимоли
1,8 ва ундан кам	жуда юқори
1,81 дан 2,7 гача	юқори
2,8 дан 2,9 гача	мумкин
3,0 ва юқори	жуда паст

Ҳўжалик юритувчи субъектнинг банкрот бўлиш имконини баҳолашда қуйидаги кўрсаткичлар нисбатини таҳлил қилиш зарур:

- барча активларга оборот капитални нисбати;
- қарзларни акционерлик капиталга нисбати;
- барча пассивларни барча активларга нисбати;
- асосий капитални акционерлик капиталига нисбати;
- соф фойдани барча активларга, операциялардан келиб тушадиган вақд пулларни барча пассивларга нисбати;
- соф фойда плюс кредит бўйича фонзни кредит бўйича фонзларга нисбати.

21.3. Тадбиркорларнинг ўзига хос хато ва камчиликлари

Кичик шаклдаги ҳўжалик юритувчи субъектларнинг молиявий қашшоқлиги ва банкрот бўлиши тадбиркорлар, раҳбарлар, фирманинг менежерлари томонидан йўл қўйиладиган бир қатор камчиликларга боғлиқ.

Умумий хатолар ва камчиликлар ичидан иш бошловчи тадбиркорларнинг, кичик фирма раҳбарларининг, етук ёшдаги корхона менежерларининг ўзига хос хатоларини ажратиш кўрсатиш мумкин.

Иш бошловчи тадбиркорларни ва етук фирмаларининг менежментларини хато ва камчиликларини турқумлаш шунинг кўрсатадики, бизнесни ташкил этишда имкониятларни, ресурсларни ва таваккалликларни ҳаётини циклини барча босқичларида пухта таҳлил қилиш керак бўлади.

21.4. Кичик бизнесда ҳўжалик юритувчи субъектларни тугатиш ва қайта ташкил этиш шарт-шароитлари

«Банкротлик» ҳақидаги қонун давлат ҳўаудида ҳўжалик юритувчи субъектлари билан биргаликда уларнинг мулк шаклидан қатъий назар юридик ва жисмоний шахсларнинг мулкний муносабатларига таъсир кўрсатади.

Банкротлик институтининг мақсади ўз ҳўжалик фаолиятини давом эттираётган субъектларини ва уларнинг кредиторлари орасидаги ўзаро муносабатларни

тартибга солишдан иборатдир. Бу каби фаолиятини мумкин эмаслиги ёки йўқлигига, асос бўлмаганда кредиторларни талабини имкон борича қондириш, юридик шахс банкротни йўқотиш, жисмоний шахсни қарзлардан озод қилишдир.

Қарздорга (банкротга) нисбатан ҳўжалик суди томонидан қуйидаги чоралар кўрилиши мумкин: сана-ция, тутатиш, тинчлик келишуви.

Бу ерда санация деганда таркибини қайта тузиш тартиби, мулк ҳуқуқини ўзгариши, қарздорни мулк томонидан, ёки шаклат берилган идора, ёки бошқа шахслар томонидан ушбу қарздорни ва унинг меҳнат жамоасини сақлаб қолиш ниятида молиявий қўллаб-қувватлаш тушунилади. Агар ҳўжалик суди қарздорни мулк банкротлик иши бўйича олиб бориладиган ишлар харажатига етмаслигини аниқласа, унда суд қарздорни банкрот деб эълон қилади ва банкротлик ишини тутади деб ҳисоблайди.

Банкротликни эълон қилгандан кейин ҳўжалик суди томонидан тайинланган бошқарувчи кредиторларни ва қарздорни ҳуқуқ манфаатларини ҳимоя қилади ва банкротлик тўғрисидаги ишни ниҳоясига етказишга қўмақ-лашади.

У қарздорни мулкни бошқаради, унинг сақлани-шини ташкил этади, кредиторлар талабини банкрот бўлгани мулк ҳисобига қондиради, қарздорга юридик шахсга нисбатан уларни ҳўжалик фаолиятини ташкил қилади.

Қарздорни ҳўжалик фаолиятини ташкил қилишда бошқарувчи шартнома тузиш ва кредит олиш ҳуқуқига фақат кредиторлар розилиги билан эга бўлади. Кре-диторларни умумий мажлисини қарори чўқмагунча бошқарувчига юридик шахсни тутатиш ман этилади. Юридик шахсни тутатилиши банкротлик ишини тута-тилганидан кечикмай амалга оширилади.

Агар банкротлик тинчлик келишуви тузиш билан тўғаса ёки банкротлик ишини ҳўжалик суди тўхтатса, ёки қарздорда ўз фаолиятини давом эттириш учун бар-ча шикоятлардан сўнг етарли мулк қолса унда юри-дик шахс тутатилмайди.

Тинчлик келишуви — бу қарздор ва кредиторлар орасидаги қарзларни тўлаш тўғрисидаги келишув бўлиб, унда қарзларни қамайтириш ёки уларни тўлаш муда-

ти узайтириш ва бошқа томонларни келишуви билан амалга ошириладиган шартномалар кўзда тутилади.

Тинчлик келишуви тузилган деб қуйидаги ҳолат-ларда ҳисобланади:

1. Қарздор қарзларни ярмидан оз қисмини тўлаш-ни таклиф этганда унга рози бўлиб 2/3 дан кам бўлма-ган мажлис кредиторлари урида бўлган қатнашчилар-ни овоз берса, агар уларнинг талаблари 2/3 дан кам бўлмаган имтиёзсиз қиймат талабларни ташкил қилса.

2. Қарздор қарзларини ярмидан кам қисмини тўлашни таклиф қилса, агар бунга барча қатнамаётган кредиторларнинг 3/4 қисми рози бўлиб овоз берса, агар уларнинг талаблари 3/4 қисмидан кам бўлмаса.

Тинчлик келишуви барча имтиёзсиз кредиторлар учун, уларни овоз берншда қатнашганлигидан қатъий назар тўғри деб топилади. Уни таъсир қилиш муҳлати кредиторларнинг умумий мажлисида қарздорнинг так-лифи асосида белгиланади. Ҳўжалик суди бошқарув-чининг ёки кредиторнинг таклифи билан тинчлик ке-лишувини қуйидаги ҳолларда тутади, агар:

1. Қарздор атайин ёки қалбаки банкротликни амалга оширса.

2. Қарздор тинчлик келишувида кўзда тутилган мажбуриятларини бажармаса.

3. Тинчлик келишувининг таъсир қилиш муддати-нинг ярмидан кам бўлмаган қисми ўтгандан кейин қарздор тинчлик келишувини шартини бажара олма-са.

Агар тинчлик келишуви тутатилса, унда банкрот-лик ишини кўриш яна тикланади.

21.5. Ишдан бўшатилган ишловчиларнинг ҳуқуқий ҳафозатлари

Агар корхона банкрот деб топилса, корхонани бош-қарувчи раҳбар меҳнат шартномаларининг шартини бажаришни давом эттиради ёки уларни қонуний ҳуж-жатларга асосан бекор қилади.

Иш берувчилар банкрот деб топилганда уларнинг ишчиларига тўланмаган маош компенсация сифатида Давлат томонидан тўланади, бунда тўланадиган пул миқдори икки ойлик ўртача маошдан ортиқ бўлмасли-ги зарур (агар республика қонуниятида бошқа нарса кўзда тутилмаган бўлса).

Агар ишчиларга иш берувчини банкротлиги сабабли давлат компенсация тўласа, меҳнат шартномасини тутатилишида ёки бошқа қонуний ҳужжатлар асосида банкротлик иши кўрилишида шу компенсацияни тўлаган давлат идораси кредитор сифатида чиқади.

Қарздорни банкротлиги муносабати билан яшаб туриши учун пул маблағи — ҳаёт кечириш учун бутунлай маблағи бўлмаганда берилади. Бунда қарздорнинг аризаси асосида ҳўжалик суди унга ва унинг қарамоғидakilарига банкротнинг мулки ҳисобидан яшаш учун зарур бўлган маблағ миқдорида икки ойгача тўлаб туради. Айрим ҳолларда, бу муддат ҳўжалик суди томонидан узайтирилиши мумкин.

IV бўлим.

Кичик бизнес ва маркетинг

22. МАРКЕТИНГНИ ФИКР ЮРИТИШ УСУЛИ

22.1. Маркетинг мақсад ва вазифалари

Кичик бизнесдаги ҳўжалик юритувчи субъектлар ҳар доим харидорни мулжал қилиб қуйидаги саволларга жавоб топишлари керак: Қанча? Қай даражада сифатли? Нимадан? Қачон маҳсулот ишлаб чиқарилиши керак? Бундан маълумки кичик тадбиркорлик таркиблари сони, сифати, фазовийлиги ва вақт ўлчамлари бўйича чекланган.

Улар бозорни эгаллаш учун амалга ошираётган ҳўжалик операцияларининг харажатларини харидорлар учун олиб бориладиган рақобат курашида ютиб чиқиш учун камайтириб боришлари зарур. Натижада потенциал харидор унинг таклиф этган товарини харид қилади. Бу муаммони ечишда маркетинг муҳим дастак ҳисобланади.

Маркетинг (инглизчадан *market* — бозор) — бу маҳсулотни ишлаб чиқаришдан бошлаб токи уни сотишни ташкил этилишигача бўлган мажмуавий тизимдир. У аниқ харидорларни талабини қондириш, бозорни ўрганиш ва олдидан кўра билиш асосида фойда олишга мулжалланган.

А. Хоскинг айтиши бўйича маркетинг — бу биз сотишимиз мумкин бўлган маҳсулотни сотиш эмас, балки сотиладиган маҳсулотни ишлаб чиқаришдир.

Маркетингги асосий мақсади — бозорни ҳар томонлама ўрганиш, таҳлил қилиш ва конъюнктура ўзгаришини олдидан билиш асосида юқори фойда олишдир.

Бизнес муаммосини кенг қулайлиги ва қўп рўйхатлиги шу жумладан унинг кичик шакллари, бир қатор мақсад муаммоларини ишлаб чиқариш жараёнида, сотишда, реклама ишларида қуниши ва ечи-

лишини ҳўзда тутати. Шўвинг ўчўн иқтисодий адабиётда «Маркетинг» тушўнчаси туўрисда турли туман таклифлар ўрин олган ва бир неча турдаги маркетинг ажратиб кўрсатилган.

Маркетинг — бу харидорни маҳсулот ёки хизматта бўлган талабини аниқлаш ва уни сўнги истеъмолчига даромад олиш мақсадада сотишни изоҳлаш ва тарқатиш жараёнидир.

Маркетинг — бу менежментнинг жавобгарлиги даражасини аниқлаш, олодиндан кўриш ва талабларни қондириш ўчўн рабатлантириш жараёнидир (маркетинг институти).

Маркетинг — бу сотиш бозорларини бунёд этиш ёки талабини бунёд этиш (В. Хойер — қандай қилиб Европада самарали бизнес қилиш мумкин. М. 1990 йил).

Конверсион маркетинг — бу маркетинг турларидан бири. Унинг тавсифи белгиси зарурий шароит яратиш товар ва хизматларни таклиф қилиш ўчўн талабини бунёд этиш ва шакллантириш. Конверсион маркетинг мақсади мазкур товарга нисбатан баъзи тоифадаги фуқаро ва корхоналарни салбий муносабатини бартараф этиш ва уларни потенциал истеъмолчилар доирасига жалб қилишдан иборатдир. Бу ўчўн мақсадга мувофиқ йўналтирилган реклама фаолияти, ҳар томонлама тарқалган сервис хизмати ва юқори даражадаги таъминлов ўта зарурдир.

Маркетинг «Микс» (маркетинг мажмуаси) — корхоналар томонидан ишлаб чиқарилган товарга бўлган талабга таъсир кўрсатиш ўчўн зарурий маркетинг тизимидир. Бу каби воситаларга қўйидагилар кириди: товар, нарх, сотувнинг ўрини ва шарти, реклама ва рабатлантириш.

Ҳар бир кўрсатилган элементни ишлатилишини ҳисобга олиб маркетинг «Микс» қўйидагиларни билдиради: истеъмолчини мўлжал қилиш, унинг талабини ўрганиш, истеъмолчи талабини ҳисобга олган ҳолда маҳсулот ва хизмат ассортиментини шакллантириш, барча товарни охириги истеъмолчигача қониқтирадиган то ҳаракатта келтирувчилар ўчўн эгилувчан нарх белгилаш снёсатини олиб бориш, қулай ва амалга оширилиши мумкин бўлган олод-сотди жараёнини амалга ошириш, сотувчиларни ва воситачиларни маҳсулот сотгани ўчўн истеъмолчиларни эса ўшбу фирмани маҳсу-

лотини сотиб олгани ўчўн турли рабатлантириш ва сийлаш чора-тадбирларини ишлатиш.

Ремаркетинг — товар ўзига бўлган талабини пасайишини сеза бошлаганда ремаркетингни қўллаш керак бўлади. Бунда маркетинг хизмати бозорда товарга бўлган талабини пасайишини бартараф этиш вариантларини излаб топади.

Қўловчи маркетинг — корхонанинг маркетинг фаолиятининг бир тури бўлиб товар ва хизматта бўлган талабини етарли савиясини сақлаб қолишни таъминлаб беради. Қўловчи маркетингнинг мақсади — талаб ва таклиф мувозанатини доимий диққат эътиборини талабини ўзгартирувчан омилларга қаратилиш ҳисобланади.

Тараққиёт топтирувчи маркетинг — корхонанинг маркетинг фаолиятини бир тури бўлиб у товар ва хизматта бўлган потенциал талабини қондириш ва барча товар ўчўн реал талабини излаб топишдан иборатдир.

Тараққиёт топтирувчи маркетингнинг асосий мақсади — маркетингни белгилаш ҳаракатини талаб тараққиётини керак томонига йўналтириш.

Синхрон маркетинг — бир қатор товарларни мавсумий истеъмол қилинишида сотишни барқарор қилиш ўчўн ва талабини ўзгаришини пасайтириш ўчўн қўшимча чоралар эҳтиёжи кўрилиш пайдо бўлган ҳолатларда ишлатилади.

Рабатлантирувчи маркетинг — маркетинг тури бўлиб, талабини шакллантириш ва рабатлантиришга йўналтирилган. Рабатлантириш маркетингни ишлатилишининг ўч хил соҳаси бўлиши мумкин:

1) истеъмолчи ўшбу товар унинг ҳеч қандай манфаатга эга эмас деб ҳисоблаганда;

2) товар ўчўн сотилиш региони тўғри танламаганда эмас;

3) истеъмолчи ва бозор янги товар вужудга келишга тайёр бўлмаганда.

Кичик бизнес субъекти ҳўжалик фаолиятига маркетинг киритилиши тадбиркорлик самарасини оширишга кўмаклашади.

Кичик шаклдаги ҳўжалик юритиш субъектларини кўндалик амалиётда маркетингни стратегик масалаларини амалга оширилиши қўйидаги йўналишларида амалга оширилади:

1) энг кўп ахборотни бозорни эгаллаб турган муҳит тўғрисида ўз вақтида олиш ва уни тўғри таҳлил қилиш;
2) маркетинг мақсадларини тўғри қўйиш ва уларга эришишнинг асосий йўллари;

3) ресурсларни мақсадлар билан, мақсадларни эса истеъмолчилар талаби билан мақбул бирлаштириш. Маҳсулот тури ва ассортиментини бозор талабини юқори даражада қондириш учун шакллантириш;

4) жамоа билан ишлаш, шахсий тадбиркорлик фаолиятини потенциал харидорлар, ишловчилар орасида тан олиш ва қўллашга эришиш учун ташвиқот ишларини олиб бориш;

5) бозорда сотиш тармовини бунёд этиш орқали, рекламалар сотувини раивбатлантирувчи тадбирларни ўтказиш, сотувчи воситачиларни, ўз харидорларини ва бозор майдонини топиш учун ҳаракат қилиш;

6) маркетинг тизимини янги фирма шароитига мослаштириш учун ҳуқуқлик бошқарув ишини ташкил этиш.

Маркетингнинг кичик бизнесда самарали ишлаш шартлари қуйидагилардан иборат: тараққиёт топган бозорни мавжудлиги, ишлаб чиқарувчинин эркинлиги, ахборот тўплаш тизимини, барча учун тушунарлиги, тадбиркорларнинг тайёрланганлиги ва ҳоказо.

Тадбиркорликда маркетинг вазифалари				
Харидорларни маҳсулот ва хизматта бўлган талабини аниқлаш, уни мувозанатли ва маркетинг ҳаракатини зарурий йўналишдаги талабини таъминлаш	Сотувчи баҳолаш	Савдон тараққиёт топтириш ҳамда ҳалқин бақдигини харидорлар заруриятини ва талабини баҳолаш ҳисобига илпиритиш	Ишлаб чиқариш ресурсларини ва хизматларни таъсирлаш орқали ҳалқини муқбатли белгилаш	Мақсадали харидорлар билан шахсий ёки биргаланишдаги фойдали олиш ниятида кунгилдаги аламушуларини ўрнатиш, мустаҳкамлаш ва қўллаб-қувватлаш

22.8-чизма. Маркетингнинг тадбиркорлик фаолиятидаги масалаларни узаро таъсир кўрсатиш

22.2. Маркетинг фикр юритиш усулини узлуксиз таъкомиллашуви

Маркетинг концепцияси — бу барча турдаги тадбиркорлик фаолияти истеъмолчи талабини қондириш учун хизмат қилиш.

Маркетингнинг англаш эволюцияси — натурал товарларни алмашувчидан токи мураккаб бозор маркетинг тизимиғача бўлган машаққатли йўлни босиб ўтди. Ўта оддий хўжалик таркибида ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар бир-бирига яқин турадилар ва бир-бирларини яхши биладилар. Хўжалик юритувчи субъектлар уларга маълум бўлган истеъмолчилар талабини қондириш керак бўлган маҳсулотни ишлаб чиқарадилар.

Ушбу ҳолатда уларнинг товарларини етарли даражада етказиб беришдан келадиган потенциал йўқотиш унча катта эмас. Аммо бу каби ишлаб чиқариш жуда оз, унинг ўсиш имкониятлари чекланган. Ҳалқ сонини ўсиши билан қандай қилиб товар ва хизматлар тақлифини кўпайтириш мумкин деган муаммо пайдо бўлади.

Ушбу муаммони ечими ишлаб чиқаришни капитализация қилиш ва машина техникасини кенг ишлатилиши деб топилади. Аммо машиналарни самарали иши учун уларни корхонада тўплаш керак, ҳамда энергия билан таъминлаш зарур.

Ишлаб чиқарувчи фақат ўзининг талабига хос бўлган аниқ билимини ишлатмасдан тахминий маҳсулотни ишлаб чиқишга мажбур. Бунда харидор чиқарган товарни олмаган ҳолда, белгиланган йўқотиш вазияти ҳосил бўлади. Лекин талаб тақлифдан ортиқ бўлганда бу катта муаммо бўлмайди.

XIX асрдан бошлаб ишлаб чиқариш деярли самаралироқ бўлиб тақлиф тез фурсатда, талабдан ортиқ бўла бошлади. Бу ўз навбатида бошқа муаммони келтириб чиқарди: ортиқ товарларни нима қилиш мумкин? Жавобини классик иқтисодий назариясидан олиш мумкин: агар тақлиф талабдан ортиқ бўлса, унда талабни кучайтириш учун нархни пасайтириш керак. Аммо бундай ечим кулчилик корхоналарни банкротликга олиб келади.

Агар товар нархи пасайса, унда фойда ҳам камайди, унинг керакли миқдорсиз фирма рақобат қураши-

да ентилади. Асримизнинг 30-йилларида куччилик кучсиз компаниялар ўзларини банкрот бўлганлигини эълон қилдилар, натижада барча давлатларда қўлаб ишсизлар пайдо бўлди. Фирмаларни бозор фаолиятини бошқарилишида янги ёндашиш усулларини ишлаб чиқилган маҳсулотта талабни рабатлантиришни янги усул ва воситаларини аниқлашни яратиш зарурияти туғилди.

Бозорни ўрганиш натижасида товарни ишлаб чиқариш босқичига харидорнинг талаби аниқланади ва самарасиз ишлаб чиқариш минимал миқдорга келтирилади.

Совет иттифок иқтисодий адабиётида асримизнинг 80 йилларининг ўртасигача маркетинг тараққиёт топган давлатларининг бозор иқтисодининг тавсифи томони деб ҳисобланар эди. Режалар ҳужжалик юритиш тизимида ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар манфаати ўзаро яқин боғланган ва жамият маркетинг хизматиға мухтож эмас деб ҳисобланган.

Мустақилликга эришгандан сўнг Республикамиз бозор иқтисодига ўтиши билан маркетинг муаммосини ўрганиш талаби бирдан ошиб кетди. Тадбиркорлик амалиётиға маркетингнинг аниқлаш мажбуриятда киритилди. Бу эса жаҳон амалиётида чуқур текшириб қурилган масалалар мажмуасини ҳал қилишда кўмаклашди; яъни:

- сотувчи ва олувчи ўртасидаги икки томонлама муносабатни бозорни ўрганиш, товарни тақсимлаш ва ҳаракатлантириш ҳамда рекламани ташкил қилиш ҳисобига тиклаш;
- халқнинг сотиб олиш қобилияти, истеъмолчиларнинг сони, сифати ва тавсифи билан боғлиқ бўлган ишлаб чиқариш курсаткиларини белгилаш;
- сотиш жараёнини рабатлантириш учун рекламанинг самарали усулларини тараққиёт топшириш.
- истеъмолчилар манфаатини қондириш билан боғлиқ барча тадбиркорларнинг асосий мақсади сифатида мувофиқлантиришни амалга ошириш.

Бизнесда бундай фикр юритиш усулини ишлатиш кичик шаклдаги ҳужжалик юритиш самарадорлигини оширади, чунки товарлар ва курсаткиладиган хизматлар доимо талабга эга бўлади.

22.3. Кичик бизнес маркетингнинг вазифалари

Маркетингнинг фикр юритишнинг умумий тизими қабул қилиниш ёки қилинмаслигидан қатъий назар барча турдаги бизнесда маркетинг вазифасини бажаради.

Маркетинг вазифаси — бу тадбиркорликнинг муҳим вазифаси корхонани ишлаб чиққан товар ва хизматини алмашув жараёни билан боғлиқ бошқарув тизими.

Кичик бизнесда харидор ва ҳужжалик юритувчи субъектлар муносабатлари мажмуаси бўйича жавобгарлик туғридан-туғри маркетинг тизимига ҳисобланади. Ёчиладиган масалаларга асосан маркетинг вазифаси бир неча кичик вазифаларга бўлиниши мумкин. (22.2-қизма).

Вазифа (масала)	Кичик вазифа
1. Бозор талабига тўла ҳисобга олиш	Маркетинг излавиши.
2. Ишлаб чиқариладиган маҳсулотни муқоима асортиментини аниқлаш	Маҳсулот чиқариш ва маҳсулот турини режалаштириш бўйича сиёсат ишлаб чиқиш
3. Харидор учун маҳсулот нархини аниқлаш	Нарх сиёсати, нарх белгилаш.
4. Товарни етказиб бериш	Тақсимлаш Тақсимлаш каналини тинлаш ва бошқариш

22.2-қизма Маркетингнинг кичик вазифалари

22.4. Маркетинг тадқиқотлари, оддийдан билиш ва режалаштириш, бошқариш ва маркетинг назорати

Маркетинг тадқиқотлари — бу товар ва хизматларни айирбошлаш ва ишлаб чиқарувчининг сотиш билан боғлиқ барча маълумоти ва муаммоларнинг мақсадли тупламини таҳлил қилишдир. Маркетинг тадқиқотлари муайян товар бозорининг мавжудлиги ва уни эгаллаш ҳамда мустақамланиб қолиш каби саволларга кўпроқ амалий жавоб беради. (А. Хоскинг). Маркетинг тадқиқотини ўтказиш қуйидаги тартибда амалга оширилади:

- масалани қўйилиши ва фирма оддида турган муаммоларни аниқлаш;

- тадқиқот мақсадларини аниқлаш ва харажатларнинг қийматини баҳолаш;
- ахборот тўллаш ва уни туркумлаш;
- дастлаб берилган, сўнг ҳисобланганларини таҳлил қилиш;
- тавсияномаларни ишлаб чиқиш.

Маркетинг тадқиқотларининг асосий йўналишлари — бозорни ўрганиш ва маркетинг мажмуасининг асосий элементларини, товарни, товар нархини, товар харажатини ва сотишнинг рабатлантириш натижаларини таҳлил қилиш. Маркетинг тадқиқотлари натижасида олинган ахборот тадбиркорлар учун ҳўжалик стратегиясини ишлаб чиқишда ва амалга оширилишида муҳим аҳамиятга эга. Уни маркетингнинг бошқарувчинини вазифалари асосида ишлатилиши А. Хоскинг томонидан бир неча омилларини ҳисобга олиб кенг тасвирланган: яъни:

- харидорлар талабини бир хилга келтириш;
- харидор бозорини тавсифлаш;
- харидорнинг ҳулқи ва харажат имкониятларини ўрганиш;
- сотиш ва пуллашни ўзгариши;
- реклама харажатлари ва уларни ўзгариш йўналишлари;
- товарни ҳаракатлантириш тадбирлари;
- бозорни кенгайтириш имкониятлари;
- харидорни кенгроқ ва аниқроқ тавсифлаш (яъни ёши, оила таркиби, даромадлар савияси маълумоти, жўрофик тақсимланиши, узоқ мўддат ишлатиладиган товарга эгалиги, улар қаерда ва қандай сотиб олинган, ахборот қандай воситалар билан олинган ва бошқалар);
- асосий рақобатчилар томонидан эгалланган бозор қисми;
- тақсимланиш таркиби;
- бозор ҳолатига таъсир кўрсатадиган асосий ижтимоий-иқтисодий кўчларни аниқлаш;
- товарларни ва уларни сезилишини ўрганиш;
- маҳсулот белгиси (маркаси);
- товарни жойлаштириш;
- шакли, ўлчамлари, ҳимояланиш хусусияти, ёрликлар ва этикеткаларининг турлари;
- хизматлар, реклама, алоқа йўллари, сотилишда изланишлар;
- тақсимлаш, нарх ва сотиб олишга ҳизиктириш;

• экспорт бозорлари.

Тадбиркор томонидан қабул қилинадиган маркетинг қарорларини кўпчилиги келажакда пайдо бўладиган ҳодисаларни баҳолашга асосланган. Уларни тўла-роқ ҳисобга олиш учун маркетингда узоқ мўддатли (3 дан 5 йилгача), урта (1 дан 3 гача) ва қисқа мўддатли (1 йилгача) ҳисобланган (прогноз)лар мавжуд.

Кичик бизнес миқёсида янги товар ассортиментлари бўйича янги товар майдонига чиқиш ва инвестициялар ҳақидаги қарорлар ва маркетинг стратегияси билан боғлиқ бўлганда узоқ мўддатли ойдан биллиш ишлаб чиқилади. Урта ва қисқа мўддатли прогноз асосан молия, хом-ашё материаллар, иш кучи, ишлаб чиқариш режалари ва маркетинг тактикасини ўз ичига қамраб олади.

Маркетинг бўйича мутахассислар тадбиркорликда маркетинг асосида режалаштиришни башорат қилишда улар ўртасидаги сезиларли фарқни кўриб чиқади. А. Хоскинг таърифлаши бўйича, узоқ мўддатли режалаштиришда талаб асосан ташқи омиллар билан аниқланиши, сўнг эса компания маркетингнинг мажмуасини ўзгариши билан аниқланиши фарз қилинади.

Маркетингнинг режалаштириш — бу бир неча вариантдаги муқобил режалар ичидаги энг яхшисини танлаб олиш жараёнини ҳисоблаш мумкин. Кичик шаклдаги ҳўжаликларни маркетинг режалаштирилишига қуйидагилар киради:

- фирма ҳўжалиги ичидаги бўлинмаларининг фаолият ҳаракатларини мувофиқлаштириш;
- ташқи муҳитнинг қўтилидиган тараққиёти омилларини ва уни ўзгарувчилик даражасини аниқлаш;
- фирма ҳодимларини қўтилмаган ҳолда пайдо бўлганда бефойда ҳаракатларини камайтириш;
- бажарувчилар оралигидаги самарали муносабатларни таъминлаш.

Маркетингнинг стратегик режаси корхонанинг хом-ашё, меҳнат, молия ва бошқа ресурсларни самарали ишлатилишига мўлжал қилиб йўналтирилган. Фирманинг мақсадларини ва имкониятларини навбатдаги 3—5 йил учун ўзаро боғланиши учун маркетинг соҳасида стратегик маркетинг дастури келажакда ишлаб чиқилади. Ушбу дастур бозор конъюнктурасининг ўзгаришлари асосида тартибга солиб турилади.

Дастур учта ўзаро боғлиқ блокдан ташкил топади: фирманинг мақсадлари, фирманинг хўжалик портфели стратегияси ва фирманинг ўсиш стратегияси.

Фирманинг мақсадлари уларни аҳамияти асосида гуруҳланади. Бош мақсад ва сунгги савия мақсадлари аниқланади. (мақсадлар дарахти). Мақсадлар дарахтини куришда вақтинчалик интервал қондасидан фойдаланилади, сунгги узоқ муддатли, ўрта муддатли ва қисқа муддатлар ажратиб кўрсатилади. Вазифавий белги ёрдамида фирманинг бош мақсади ва унинг бўлинмалари мақсадлари аниқланади.

Фирманинг ишлаб чиқарадиган маҳсулоти ҳамда кўрсатадиган хизмати фирманинг хўжалик портфелини ташкил этади. Ушбу портфель товарларнинг ассортимент ва хизматлари гуруҳлари асосида, бозорнинг йўлланishiга қараб стратегик хўжалик бўлинмаларига (СХБ) тақсимланади.

СХБ портфели ҳамда уларни тараққиёт топиш йўналишлари асосида фирманинг хўжалик портфели стратегияси аниқланади.

Фирманинг ўсиш стратегияси — фаолият доирасини кенгайтиришнинг асосий йўналишларини белгилаш билан боғлиқдир. Американинг «Бостон консалтинг гуруҳи» кичик фирмалар стратегиясини тўртта асосий турини таклиф этади: (22.3-чизма).

«Қалбаки кўзиқорин»	«Чақувчи асаларилар»
«Дроно пескар»	«Хамелеон»

22.3-чизма. Кичик фирма стратегиясининг асосий турлари.

Кичик фирма томонидан «Қалбаки кўзиқорин» стратегияси танлаб олинганда барча диққат-эътибор йирик компаниянинг маҳсулотини кўчириб олишга қаратилади. Уни ишлаб чиқиш икки вариант асосида, йулга қўйилиши мумкин:

1) асосий, патентланган вариант — йирик корхонанинг маҳсулот белгиси асосидаги маҳсулотни ишлаб чиқариш;

2) асосий товарга ўхшаш «сохта» нусха, кичик фирма ишлаб чиқариши мумкин бўлган маҳсулот.

Нусха кўчириш фаолияти асосан омбор, фармацевтика, электроника ва рузворда ишлатиладиган радиоаппаратура учун зарур предметларни ишлаб чиқа-

риш шаклида олиб борилади. «Қалбаки кўзиқорин» вирусига жуда жонли каттик бўлиб чиқди, чунки нусхалар албатта асосий маҳсулотга нисбатан анча арзон нархда сотилади.

Кичик фирмаларда илмий изланиш билан боғлиқ харажатларнинг бўлмаганлиги сабабли товарни арзон нархда сотишлари мумкин бўлган асосий маҳсулот чиқарувчи йирик компаниялар бу каби ишлар учун ҳамда ривожланиши учун катта харажатларни сарф қилишлари маҳсулот нархини юқори бўлишига сабаб бўлади. Аммо нархни пасайиши билан нусхани сифати пасайиб кетиши ҳам мумкин, яъни «Қалбаки кўзиқорин» билан заҳарланиш ҳам мумкин.

«Доно пескар» стратегиясини мақбул улчамини кичик хўжалик юридувчилар йирик ишлаб чиқариш самарасиз бўлган тармоқларда ишлатилади. Масалан, йирик фирмалар учун саргарошхоналарга, унча катта бўлмаган кафеларга, ихтисослашган кичик магазинларга, йирик серкатиов йўллардан четда жойлашган ёқилги бериш шаҳобчаларига маблав сарфлаш самара бермайди. Бу ерда фойда унча катта бўлмайди, лекин маош харажатлари юқоридир.

Кичик бизнеснинг тадбиркорлик таркиби мақбул улчам стратегиясини кузласа унда унинг ўсиб-ўла-йиш имкони чекланган бўлади: унинг йирик корхоналар билан рақобат курашида ўзини сақлаб қолишида бир томондан қўл келса иккинчи томондан ушбу хўжалик юридуш субъекти фаолиятини кенгайтиришида тўсиқ бўлади.

Бозор иқтисодиёти тараққиёт топан давлатларда кўплаб кичик фирмалар «чақиб олувчи асаларилар» каби йирик компанияларни кичик самарасиз ишлаб чиқариш билан чеклаиб қолмасдан улардан халос бўлишга киришади, бу эса йирик компанияларни умумий харажатларни камайтиришга олиб келади. Кичик фирма учун алоҳида хўжалик юридушнинг кичик элементи йирик компанияларни кичик бўлимасига ўхшаб оралик маҳсулоти эмас, балки бу пиrowард натижа маҳсулоти. Аммо кичик бизнес субъекти бу каби стратегияни танлаб у тўла йирик корхонага қарам бўлиб қолади. Бу каби вазиятдан чиқиш учун, битта йирик фирмага тўғри келадиган айланма қисмини чеклаш тактикаси ёрдамида ушбу ҳолатдан қўтилиб қолиш мумкин. Кичик бизнес корхоналари рақобат курашида

«Хамелеон» тактикасини йирик компаниянинг «рангига кириш» учун ишлатадилар.

Бу каби стратегияга мисол ҳилиб франчайзингни кўрсатиш мумкин. Кичик бизнесда маркетингни тактик режалаштириш аниқ тошшириқлар тизимини яқин келажақдаги корхонанинг тадбиркорлик стратегиясини ўз ичига олади, яъни: ассортиментни, савдо, нарх, реклама, молиявий ва кадрлар буйича.

Маркетингни амалдаги режаси яқин мақсадларининг ҳозирги ҳолати маркетинг вазиятини тавсифлаш, нисбиятлар таҳлилинн, рақобатчиларни кучли ва заиф томонларини, молиялар ҳаракатини режалаштирилган даромадлар ва харажатлар мувозанагини, ташкилий бошқарув ҳаракатларини назорат қилишни йўлга солинишини ва уларни амалга оширилишини ўз ичига олади.

Маркетинг бошқарилиши — бу маркетинг мажмуасининг элементларига таъсир кўрсатиш жараёни бўлиб харидорлар билан белгиланган мақсадли алмасувини шахсий ёки икки томонлама фойда олиш учун қўлланади.

Маркетинг фаолиятида самарали натижаларга эришиш (товар)ни маҳсулот узининг нархи, бозорда жойлаштириш ва ҳаракатлантириш чоралари билан боғлиқ.

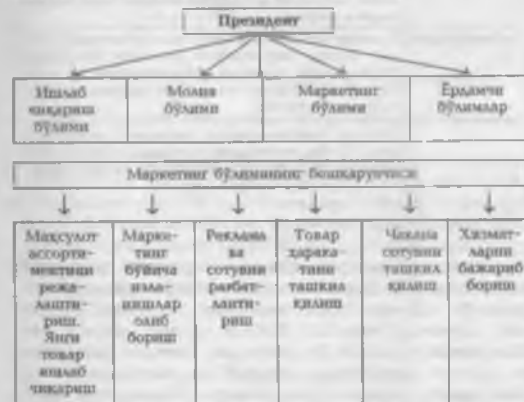
Маркетинг бошқарувчининг ташкилий таркиби идораларнинг яхлит тизими бўлиб, ишчи-хизматчиларни самарали ишлашини ҳўжалик юритувчи субъектни олдида қуиган мақсадга эришишини таъминлайди. У қўйидаги турлардан ташкил топган бўлиши мумкин: функционал, товар функционал ва бозор-функционал.

Маркетинг бошқарувчининг функционал ташкилий таркибий бўлинмалар жавобгарлигини ва уларнинг ихтисослашувини маркетинг вазифаси буйича аниқлаш кўзда тутати. Яъни: ассортиментни режалаштириш ва янги маҳсулотни ишлаб чиқариш, маркетингда изланишлар олиб бориш, товар ҳаракатини ташкил этиш, реклама ва сотувни рабатлантириш, хизматлар ва савдо хизматини ташкил қилиш.

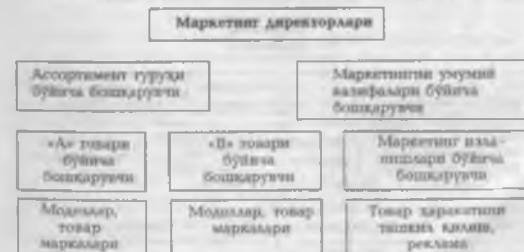
Маркетинг бошқарувчининг товар-функционал ташкилий таркиби товарга мўлжалланган ва таркибий бўлинмаларнинг бир қисми ихтисослашиши товар ассортиментларининг алоҳида гуруҳлари буйича қурилган.

Маркетинг бошқарувчининг бозор функционал ёки регионал ташкилий тизими бўлинмалари функционал бўлинмаларини қўшимча ташкил қилиш регионал бозорларига ёки истеъмолчилар турларига йўналтирилган.

Шундай қилиб маркетинг бошқарувчининг ташкилий таркиби фаолият турларини тадбиркор-менежерлар ёки фирманинг алоҳида таркибий бўлинмалари орасида аниқ тақсимланишини белгилайди (22.4-чизма).



22.4-чизма. Маркетинг бошқарувчининг ташкилий таркиби.

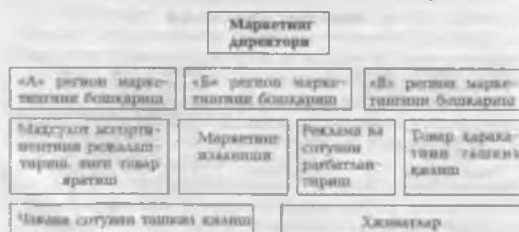


22.5-чизма. Маркетинг бошқарувчининг товар-функционал ташкилий таркиби.

Маркетинг мажмуаси элементлари	Маркетинг мажмуаси элементларига таъсир этувчи тадбирлар
Товар	Маҳсулот ишлаб чиқариш сисемасини яратиш. Ишлакотиш маҳсулотининг ассортиментиини олиқлаш ва кенгайтириш. Товарлар таъсифини истеъмолчи талабига биноан яхшилаш. Янги маҳсулот яратиш
Нарх	Нарх сисемасини олиқлаш ва хизмат кўрсатиш. Сотув бозорини аҳолининг ҳисобга олиб нарх сеткасини маҳсулот ҳаёти даври учун яратиш. Маҳсулотни рақобатбардоблигини ошириш чора-тадбирларини яратиш
Ҳаракатланкиш	Товар ва хизматларини тақсимлашини сисемасини ишлаб чиқиш. Тақсимлашини пайвандиш бошқариш. Тақсимлашини ҳажминини режалаштириш ва назорат қилиш. Маҳсулотни омонбрга жойлаш, улаков ва қилиш, етказиш
	Сотувни рабатлантириш сисемасини шакллантириш. Сотув натижаларини таҳлил қилиш. Салдо агентлар фаолиятини координация қилиш, реклама фаолиятини амалга ошириш

22.6-чизма. Товарни сотишнинг мақсаддаги тадбирларини бошқарув чизмаси.

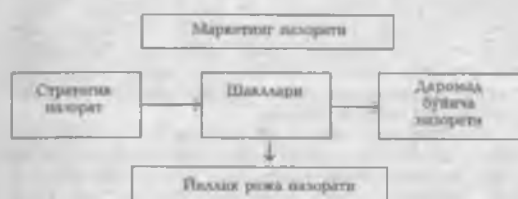
Стратегик назорат ҳужалик юритувчи маркетинг субъектларни фаолиятини муҳим бозорда ҳақиқий жараёнлар оқимига тўғри келишини текшириб туришдир. Даромад олинини бўйича назорат қилиш тадбиркорлик таркиби фаолиятидан олинган даромадни ва кўрган зарарларни, харажат ва натижаларни солиштириш асосида таҳлил қилиш. Йиллик режа назорати — бу амалдаги назорат бўлиб, қўйилган масалалар ечимни ва кўзланган мақсадга эришишдир.



22.7-чизма. Маркетинг бошқарувидаги бозор-функционал ташкилий тизим

248

Тадбиркорликнинг самарадорлигини оширишда муҳим ўрин маркетинг назорати ҳисобланади (22.8-чизма).



22.8-чизма. Маркетинг назоратининг асосий шакллари.

22.5. Тижорат таҳлил асосида бозорик ўрганиш

Маҳсулотини юқори сифати уни муваффақият қозонишига олиб келади деган анъанавий фикр тижорат ишлари учун асос бўлмайди. Шунинг учун ҳали маҳсулот чиқарилмасдан олдин дастлабки ттапта шундай бозорни танлаш керакки, унда ҳозирги вазият учун фирмани номи ҳаммага маълум бўлганда сиз етарли даражада муваффақият билан бозорда товар сотишини мумкин.

22.7-жа д а в а л

Бозор турлари

Бозор — бу шисонларга эскидан таниш бўлган амалдаги ва потенциал харидор ва сотувчилар бирлигининг иқтисодий аламуш шакли	
Бозорнинг асосий турлари	Бозорнинг қўшимча турлари
1. Харидорлар бозори.	1. Ҳосилсиз
2. Сотувчилар бозори.	2. Махсус товар ва хизматлар.
3. Халқаро бозор.	3. Товар (хом ашёвий)
4. Регионал (давлатлар гуруҳини қамроб олувчи).	4. Истеъмол.
5. Миллий бозор.	5. Асосий
6. Маҳаллий бозор.	6. Қўшимча
7. Маълум турдаги ёки маҳсулот гуруҳи бўйича бозор.	7. Ўсувчан.
	8. Потенциал.
	9. Танланувчи
	10. Стагнацияли ва бошдалар.

249

Тадбиркорликин оммавий тараққиёт этиш даврида, вақт ва ахборот тақчиллик шароитида давлат ичида, мустақил республикаларда ва балки хорижда потенциал бозорлар топиш зарур (22.7, 22.8-жадваллар). Шунинг учун иккинчи этапда потенциал бозорларни тез фурсатда маълум (ҳозирча потенциал товар учун) тижорат муваффақиятини кафолатлайдиган диагностика қилиш тавсиф этилади.

Корхона учун иқтисодий кенглик бу энг аввал товар ва хизматларни эркин алмашувидаги шароит бўлиб ушбу жараён қатнашчиларининг манфаъатига боғлиқдир. Бизнинг ҳолатда иқтисодий кенглик деб товар алмашуви учун ишлаб чиқарувчи (коммерсант билан) ва истеъмолчи орасидаги ҳақиқий шароитларни бунёд этилишидир.

Бунёд этилувчи вазиятни кенгликда фарз қилиш учун 3 та ўлчамни ажратиб кўрсатиш мумкин:

- 1) таклиф этилувчи товар тури;
- 2) иқтисодий жараёнларида иштирок этилувчилар сони;
- 3) алмашув жараёнларининг таркиби.

22.8-жадвал

Бозор шифратариби

Капитал бозори	Ишлаб чиқариш воситалари бозори	Меҳнат бозори
Фонд биржаси Суғуртала. Аудиторлар. Брокерли компаниялар. Тижорат банки. Давлат суғурта назорати. Давлат солиқ инспекцияси. Қимматбаҳо қорозларни назорат қилиш давлат инспекцияси. Давлат мулк фонд. Регионал соғлаш инвестицион фонд. Илмий-техник дастурлар фонд. Туртуналик фонд. Инновацион фондлар.	Товар биржаси. Савдо уйлари. Савдо-воситачи корхоналар. Тижорат маркази ва компаниялари. Лизинг компаниялари. Акционерлар. Ярмаркалар. Давлат резерв ва суғурта фондлари нарх ва стандартлари назорати. Давлат инспекцияси. Контракт тизими. Якка қимматлик (монополияга) қарши қўмита.	Меҳнат биржаси. Кадрлар тайёрлаш маркази. Бандлик фонд. Бизнеснинг тижорат маркази. Тадбиркорликка ёрдам берип давлат фонд. Нафақа фонд. Меҳр-шафқат фонд ва бошқалар.

Бу ерда ҳар бир ўлчам бир хил турдаги вазият тўплами кўринишида тавсия этилади. Шундай қилиб иқтисодий майдон шу сўзнинг қисқа маъносида бир хил вазиятлар тўплами кўринишида тавсия этилади, улар ҳар хил «Ўйин қоризлари» кўринишида қонуларда, йуриқномаларда, шартномаларда тавсифланиши ва белгиланиши мумкин.

Аммо ҳар бир турдаги вазият унинг ўзига хос хусусиятларига эга, улар албатта корхона стратегия ишлаб чиқишида диққат-эътиборга олиниши керак. Фақат бу каби шароитларни баҳолашдан кейин корхонанинг давлат билан бўладиган молиявий муносабатлар масаласини (мулк шакли, солиқлар, кимга бўйсиниш масаласи, шахсий ва ҳал этилувчи капитал ва бошқалар) мулоҳаза қилиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Аммо ушбу масалалар иккинчи даражали ҳисобланадилар, улар муваффақият шароитини тавсифлайдилар, чунки ҳар қандай тижорат фаолияти асосини товар ва хизматлар сотиш жараёни ташкил қилади. Ўйин қандай қоидалар билан олиб борилиши тактик савияда ҳал қилиниши кераклиги ўз манфаъатини энг кўп даражада қондирилиши учун қандай мулк шаклини танлаш амалга оширилиши аниқланади.

Шундай қилиб иқтисодий кенглик тушунчасига нима ўтказилади ёки ҳозирги кунда умумлаштирилиб кўрсатилади — бозор шароитими? Амалёт кўрсатишга бозорга бир неча турдаги товар (ноу-хау) махсулоти, хизматлар тавсия этилиши мумкин. Унда қуйидагилар фарқланадилар:

- «К» — истеъмолчи бозор.
- «Р» — ишлаб чиқариш воситалари бозори.
- «С» — олиб сотиш бозори.
- «S» — давлат бозори.
- «Г» — молия бозори.

Бозордаги қатнашувчилар сонига қараб 3та турдаги бозорни ажратиб кўрсатиш мумкин (22.10-жадвал):

- оммавий бозор;
- яккақимлик бозори;
- олигопол (бир неча қатнашувчилик бозори).

Уларнинг ҳар бирининг ўзига хос тижорат фаолияти шароити пайдо бўлади. Айирбошлаш жараёни таркибига боғлиқ ҳолда бозорни ҳар томонлама ёки сегментланган эгаллаш, бунда бу бозорлар, энг муҳими ўртача аҳамиятта эга бўлишлари мумкин, яъни улар тўйдирилган ёки қамчилиги бўлган бўлишлари мумкин.

Бу шакллар истеъмолчилар томонидан ҳам ва ишлаб чиқарувчилар томонидан кўриб чиқилиши мумкин. Ушбу асосий уч турдагисини бирлаштириш барча муқобил вазиятнинг матрица шаклидаги талаб-таклифни олишга имкон яратилади. Матрицада асосий турлар ва улар асосида вужудга келадиган бозор муносабатларининг турлари кўрсатилган.

Бозорда юзага келадиган ҳар қандай вазият айри-бошлаш жараёнига маълум талаблар қўяди, чунки амалиёт кўрсатадики, маълум вазиятларда қатъий аниқ иқтисодий шароит юзага келади, булар даврида иштирокчилар манфаатларига риоя қилинади, бу шартларни бузиш ёки «ўйин қондасини» бузилиши иқтисодий зарарга олиб келади (қонда бузганлиги учун тўлов). Айирбошлаш жараёнининг таркиби тўртта бир турдаги вазиятнинг ажратиш кўрсатишга имкон яратади, улар зарурий миқдорда ҳолатни тавсифлайди ва бозордаги ўйин шароитини ва ҳулқ стратегиясини аниқроқ белгилашга имкон яратади.

Умумий вазият иккита асосий ўлчамни бирлаштирилиши билан изоҳланади: бозорни тўйдирилиши ва бозор талабини қоплаш усуллари билан. Бир неча ўлчам бўйича иккита асосий вазиятнинг ажратиш кўрсатиш мумкин: бозорни тўйдирилган бўлиши ёки бозорда етишмовчиликни, қониқтирилмаган талаб бўлишидир.

Бозорда талабни қониқтириш усули бўйича ажратиш кўрсатиш мумкин ҳар томонлама ёндашиш, унда битта фирма барча талабларни қондиришга ҳаракат қилади ва сигментли ёндашиш бир неча ва кўп фирмалар бир турдаги товарни ва хизматни ишлаб чиқариб улар ҳисобига барча талабларни қоплашга уринадилар.

22-11-жадвал

Иштирокчилар бўйича сегментация

Талаб, таклиф	Кўп	Бир неча	Битта
Кўп	Тўла ҳуқуқли рақобат (H-бозор)	Олигополия талаб бўйича	Якка ҳокимият талаб бўйича
Бир неча	Олигополия таклиф бўйича	Икки томонлама олигополия (O-бозор)	Чекланган якка ҳокимият талаб бўйича
Битта	Ишлаб чиқарувчининг якка ҳокимияти	Ишлаб чиқарувчининг чекланган якка ҳокимияти	Икки томонлама якка ҳокимият (M-бозор)

252

Шундай қилиб бозор муносабатларида тўртта асосий вазият пайдо бўлади, улар иқтисодий майдонни чизма кўринишида ўз аксини топадилар. Ўз ишини бошламоқчи бўлган тадбиркор учун тўйдирилган бозорлар нима билан тавсифланиши ва қандай шароитларда бу бозорларга кириш учун қандай ҳаракатлар қилиш кераклигини билиш муҳимдир.

Бу ерда кичик корхоналар кўп куч ва маблағ сарфлаб ўз товарларини тараққиёт топган давлатлар бозорига олиб чиқишга уринмоқдалар. Мазкур бозорларда уларнинг товарларига ўхшаш товарларнинг борлигини кўриб, етарли эканлигини билиб, у бозор бундай товарларни кутмаганлигига ишонч ҳосил қилиб товарни тайёрлаш учун кўп харажат сарфлаганликларига ачинадилар, пушаймон қиладилар.

Шунинг учун ўз ишининг бошлаган пайғда вақтинча иштаҳага чек қўйиш керак ва аввал ўз имиджининг бунёд эт, рақобатбардош маҳсулотни ёки хизматни ярат, шундан кейингина ўзининг шўхратпарастлик хатти-ҳаракатининг қониқтиришга ҳаракат қилиш керак. Аммо бунинг учун бозорни бошлангич даражада эгаллаш учун қафолатланган тижорат муваффақияти керак.

Шунинг учун ҳар хил таркибдаги алмашув жараёни бўлган бозорларда корхоналар ҳулқини нима билан фарқланишини солиштириш қизиқ кўринади. Шундай фикр тарқалганки, яъни тўйдирилган бозор бу товарни доим савдода бўлишидир. Аммо бу белги тўйдирилган бозор маъносини ҳамма вақт акс эттиривермайди. Тўйдирилган бозорни тавсифлашда гап зебу зийнат товарлари тўғрисида эмас, балки унча юқори даромадга эга бўлмаган халқ ёки корхона ўзининг кундалик эҳтиёжи учун сотиб оладиган товарлар ҳақида кетиши керак.

Фақат бу каби товарни етарли сони бозорни ташқи тавсифини бунёд этиш шароитига эга бозор тўйдирилган бозор бўлолмайди. Шундай қилиб, умумий ҳолатда 60 та турдаги бозорни ажратиш кўрсатиш мумкин, улар шарт билан сизнинг корхонангиз яшаш керак. Табиийки бу каби иқтисодий шароитларнинг турли-туманлигида битта ҳам корхона ишлаш қobiliятига эга эмас.

Шунинг учун потенциал бозорларини тезда диагностикасини (ўтказиш керак) жузрофик майдонда корхона фаолияти шарт бозорда маълум бўлган нуқтани

253

Товар тавсифи ва ушн сотишнинг шартли

Бозор тури	Товар тури	Сотиб олишдан мақсад	Қарор қабул қилувчи	Шартлашув тури ва жойи
Истеъмол бозори К-бозори	Истеъмол товарлари узок давр ишлатиладиган товарлар ва хизматлар	Талабни қондиришнинг энг катта фойдалиги. Шахсий сабаблар	Оила ахкис сабаблари	Бозор магазини
Ишлаб чиқариш воситалари бозори Р-бозори	Иморотлар, ер, ишлаб чиқариш воситалари, хом ашё, материаллар, ярим фабрикатлар	Уларни самарали ишлатишнинг ҳисобига даромаднинг ошириш. Меҳнатта шартли яратиш. Ижтимоий инфратаркибин яратиш	Тадбиркор шартнома бўйича ташкилот вақили	Бевосита шартнома. Қўтара дўхон. Товар биржаси
Олиб сотиш бозори С-бозори	Истеъмол товарларини олиб сотиш корхонани бошқаришлар учун истеъмол товарлар	Манфаатини нафз билан сотиб олиш ҳисобига ёки кўп даромад олиш ёки асортиментини тақалантириш	Тадбиркор ташкилот гуруҳининг вақили	Бевосита шартнома. Товар биржаси. Қўтара дўхон. яримаркети
Давлат бозори S-бозори	Инвестициялар товарлар. Истеъмол товарлари. Фойдаланиш товарлари, хизматлар	Ижтимоий талабни қондириш. Давлат мудофая манфаати. Амалда валюта курсини ушлаб туриш	Давлат гуруҳининг шахсий ташкилот вақили	Давлат буюртмаси. Конкурс. Иштирокчилик. Магистраллар
Молия бозори Г-бозори	Қимматбаҳо қозонлар. Валюта. Кредит ресурслари	Шахсий жамғаримларнинг ишлатиш ҳисобига қўшимча даромад олиш	Тадбиркор оила ахкис ташкилот вақили	Банклар фонд биржалари

топиш учун ўтказиш керак. Корхоналарнинг бу каби фаолиятини бошланғич шартини товарларни танлаш, молия билан таъминланиши ҳамда маркетинг стратегиясини аниқлаш учун ва тижорат муваффақиятига эришиш мақсадида товарни потенциал истеъмолчиларни жалб қилиш зарур.

23. ТОВАР БОЗОРЛАРИ ВА УЛАРНИНГ ТАВСИФИ

23.1. Товар бозорларининг моҳияти

Кичик бизнес турли-туман муҳитда ҳукм суради. Унга катта бўлмаган шаклдаги ишлаб чиқариш билан ёки қишлоқ хўжалик маҳсулотларини ва бошқа турдаги агросаноат хом ашёсини тайёрлаш билан, уларга ишлов бериш, шунингдек машиналар ва дастгоҳларни баъзи бир қисмларини тайёрлаш билан шуғулланувчи хўжалик субъектлари киради.

Баъзи бир тадбиркорлар бошқа тижорат фаолияти томонидан ишлаб чиқилган тайёр маҳсулотни сотиб олиш билан шуғулланади, сунгра охириги истеъмолчига ёки кейинги тадбиркорга сотади. Бу каби бизнес «тақсимлаш индустрияси» деб аталади ва хизмат кўрсатиш соҳасига киради.

Товарлар — бу материал предметлари, шу билан бирга хизматлар ҳамдир, уларни ашёвий англаб ва қуриб бўлмайди. Хизматларга банк иши, суғурталаш, ўйин-кулги соҳаси ҳамда товарни манзилга етказиш, жойига ўрнатиш, машина ва дастгоҳларни сотувдан кейинги хизмат кўрсатиш, маслаҳатчилик бизнеси ҳамда реклама ва воситачилик фаолияти киради.

Тадбиркорлик фаолиятининг барча турлари ўз таркибига товар айрибошлашни қамраб олади. Эркин бозорда тадбиркорлар туғридан-туғри ёки ўзларининг воситачилари орқали товар ва хизматни сотиш ёки сотиб олиш учун учрашадилар. Айрибошлаш, олди-сотиқ жараёни кимга ва қандай товарлар ишлаб чиқариш ҳамда нимани ва қандай сотиб олишнинг аниқлайди. Товарлар ва хизматлар бозори бир қатор мажбурий элементларни ўз ичига олади:

А. Ҳоснинг бозорларини ва товарларни қуйидагича туркумлайди:

Уачовлар	Бозорларни туркумлаш
Товарларни ишлаш билан	Истеъмолчи бозори
Товарни физик хусусияти бўйича	Тез ишдан чикувчи товарлар бозори узок ишлатилмайдиган товарлар бозори
Жамият муносабати билан	Зебу зийикат бозори, биринчи даражада зарур бўлаган предметлар бозори
Демократик белгиси билан	Ёш (жинс) бўйича бозор, оила ўчами (иктисодчилар) маълумотига қараб юшга чиқан билан) иктимой сифлар бўйича, диний белгил бозор, миллий белгил бозор
Жуврофлик белгиси билан	Регионал, миллий бозор, индустриал таракқийёт тошган давлатлар бозори, таракқийёт тошмаётган давлатлар бозори
Хон ашё бўйича	Товар бозорлари

— харидорлар (якка, гуруҳий кишилар, корхоналар, ташкилотлар) бўлиши мумкин;
— харид қилиш кучи (одатда пул);
— товар ёки хизмат сотиб олиш истаги;
— товар ёки хизматни сотиш истагини билдирган сотувчиларнинг мавжудлиги;

Бозор сегменти — бу бозорнинг бир қисми бўлиб бир гуруҳ бир хил харидорларнинг иқтисодий ҳуққияни тавсифлайди. У маркетинг концепциясини аниқ тушунишга бўлиб талабни кузда тутиб иш олиб боришни билдиради;

Бу асосан товарларни сотиб олувчи харидорларнинг унинг сифатига, нархига, сотиш хизмат савиясига қизиқишларини таҳлил қилиш асосида аниқланади.

23.2. Узок ва яқин хорижий давлатларнинг асосий товар бозорларининг тавсифи

Бозор иқтисодини мўтадил ҳукм суриши товар ва хизмат бозорларини меҳнат ва қимматбаҳо қорозлар бозорини таракқийёт топтиришни мўлжал қилади. Собиқ Шўро республикаларида бозор тузилиши фақат бошланғич таракқийётга эга бўлган. Ҳамжиҳат давлатларда товар ва хизмат бозори 2 та эркин соҳага бўлинган: ишлаб чиқариш воситалари бозори ва халқ истеъмол товарлари бозори. Ундан ташқари ички ва

ташқи бозорлар ҳам бўлган. Масалан, 90-йилда Беларус республикасида йирик корхоналар томонидан ишлаб чиқилган маҳсулотлар унинг ташқарисиди сотилади: тракторлар — 95,8%, автомобиллар — 91%, дасттоҳлар — 84,3%, музлаттичлар — 85,3%, телевизорлар — 77,3% ва ҳоказолар (23.1-жадвал).

23.1-жадвалда берилганлар шунни кўрсатадики, 1991 йилдан бошлаб республика корхоналари томонидан узок ва яқин хорижий давлатларга етказиб берилаётган асосий товарлар тури аста-секин камайиши кўзга ташланади: 1991 йилда умумий ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг 65,5%, 1992 йилда — 62,1%, 1993 йилда — 58,2% четта чиқарилган, аммо экспортни ҳиссаси бироз ошгани сезилди: 1994 йилда — 61,2% гача, 1995 йилнинг 10 ойида — 65% гача.

Сотилиш ҳажмини қисқариши ишлаб чиқаришни қисқартиришга олиб келди. Агар 1990 йил даврига нисбатан экспорт ҳажми натурал ўлчамда 65%га камайган бўлса, ишлаб чиқариш ҳажми — 58% га камайган.

Масалан, юк ташувчи автомобиллар экспорти 5 мартаба қисқарган бўлса, ишлаб чиқариш 2,9 марта қисқарган. Транспортларни 3,36 марта кам сотиб олганлар, уларни йиғиш эса 3,28 марта камайган, дасттоҳлар экспорти 4,2 марта қисқарган (узок хорижга фақат 200 дона дасттоҳ сотилган).

Ички бозорда фақат 100 минг дона миҳдорда ишлаб чиқилган трактордан 4 мингтаси, 38,3 минг юк автомобилдан 3,3 мингтаси, 728 минг музлаттичдан — 107 мингтаси, 1,3 млн. телевизордан 107 мингтаси сотилган.

Ишлаб чиқариш вазифасини бажарувчи маҳсулотни ички бозорда сотилиш вазияти унинг оз ҳажмидалигига қарамасдан ишончсиздир. 1995 йилнинг январь — ноябрь ойлари давомида кишлоқ хўжалиги корхоналари томонидан фақат 146 та трактор (1990 йилда 9095), 71 автомобиль (1990 йилда 10090 та), 30 силос урувчи ва 3 картошка қазиб олувчи комбайн (1990 йилда тегишли ҳолда 100 дона ва 991 та бўлган) сотиб олинган.

Яқин хорижий давлатларнинг халқ истеъмоли моллари ички бозори чуқур инқироз билан тавсифланади. Бу қуйидаги сабаблар билан асосланади:

— талаб ва таклифи мувозанатда эмаслиги сабаб-ли.

— савдо ҳокимлиги ва ишлаб чиқарувчилар олдидан хариддорнинг ҳимояланмаганлиги.

— халқ асосий қисмининг сотиб олиш қобилиятининг пастлиги.

Охириги беш йилликда Беларуссияда озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат товарлар товар айланмаси кескин қисқарди (23.2-жадвалда).

23.1-жадвал

Беларусь республикаси хўртоваларининг муҳим турдаги маҳсулотларини ишлаб чиқариш ва экспорт қилиш динамикаси

Маҳсулот турин	1990 йил		1994 йил		Январь—ноябрь 1995 йил	
	Ишлаб чиқариш	Экспорт	Ишлаб чиқариш	Экспорт	Ишлаб чиқариш	Экспорт
Юк ташувчи автомобиллар (минг дона)	42	38,2	21,3	14,9	12,2	6,518
Тракторлар (минг дона)	100,7	96,3	42,9	30,7	25,6	23,92
Металл қуловчи дастгоҳлар (минг дона)	15,46	13	6,21	2,3	4,429	2,58
Шиналар (минг дона)	4,575	2,697	1204	693	1141	525,9
Калий урғуси (минг дона)	4994	4016	2510	2168	2540	2132
Муздаткичлар (минг дона)	728	621	742	534	688,7	431,5
Рангли телевизорлар (минг дона)	1302	1006	347	278	149,2	126,8
Белосипедлар (минг дона)	846	620	381	170	252,6	109,7

Россия Федерациясининг савдо бўйича қўмитаси маълумотига кўра Россияда 1995 йилнинг 9 ойида ўтган йилни шу даврига нисбатан асосий озиқ-овқат маҳсулотини ишлаб чиқариш 18—33%га қисқарган. Ушбу қўмитани экспертларининг таҳлили бўйича 1996 йилнинг биринчи ярмида гушт маҳсулотларининг камчилиги 400 миң тоннага баҳоланади, сут маҳсулотлари учун — 1 млн. тоннани ташкил этади.

Собиқ шўро давлатларида ишлаб чиқарувчиларнинг аҳволини ёмонлашувни стратегик режада, уларнинг жаҳон бозори конъюнктурасига қарашлиги эъвазига юзег келган.

23.2-жадвал

Беларуссия республикасида чакана савдо дўканичилигининг умумий ҳажмида озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат товарлари нисбати

Йиллар	Барча товарларнинг ҳаққоний нархдаги қиймати (млрд. руб.)	Шу жумладан		Озиқ-овқат товарларининг умумий оборотидаги салҳияси % да	1990 йилга нисбатан чакана товар нарҳида % да
		Озиқ-овқат товарлари	Ноозиқ-овқат товарлари		
1990	18,5	8,2	10,3	44,3	100
1991	33,4	15	18,4	44,8	92
1992	285,6	144	141,6	50,4	72
1993	380,4	212,6	168,3	55,8	62
1994	6928,3	4140,9	2787,4	59,8	51
1995	29701,6	9878,7	9822,9	66,9	42

Тахминан 1990 йилдан бошланган иттифоқ минтақаларини халқаро хўжалик алоқалари тизимига суқулиб киришн товар ишлаб чиқарувчиларнинг кризисига иқтисодий майдонда бош тизим бунёд этувчи омили бўлиб қолади.

Энергия бунёд этувчи воситалар ва хом ашёга харажатларни доим ошиб бориши, маҳсулот сифатини салҳиясини пастлиги ҳамдаўстлик давлатларининг мол етказиб берувчиларга узок хорижий давлатлар бозорига чиқишга йўл қўймайди.

Собиқ шўролар давридаги корхоналарни технология жиҳатидан қолақлиги, асосан халқ истеъмол товарларини ишловчилар, дунёда қабул қилинган хом ашё ва энергиялар меъёридан 2,3 марта ортққлиги, яқин хорижий давлатлар бозорида уларни рақобатта

бардош бера олмайдиган қилиб қўяди ва яқин келажакда ўзимизнинг товар ишлаб чиқарувчиларини ўзларининг бозорларидан сиқиб чиқарилишини ҳам кутиш мумкин.

Фақат меҳнат унумдорлигини ошириш, моддий ва меҳнат харажатларини камайтириш, товарларни ва хизматларни истеъмолчилик сифатини яхшилаш, бозорни барқарорлаштиришга ва аста-секин жаҳон бозорларида кичик майдонни эгаллашга имкон яратади, узоқ хорижда товар бозорлари ўзларининг юқори даражада тўла-тўқис халқаро стандартга мос келадиган маҳсулотлар билан тўлдирилганликлари билан тавсифланади. Ҳамдўстлик давлатлари уларга чекланмаган миқдорда фақат энг муҳим еқилиғи-энергетика ва минерал хом-ашё сотишлари мумкин.

23.3 Регионал агросаноат бозорлари

Ҳамдўстлик давлатларида халқ истеъмоли товарларининг ички бозори асосан агросаноат мажмуаси субъектлари томонидан шакллантирилади. Агросаноат билан саноат савдо комплекси оралигидаги шахсан истеъмол қилиш фондидаги нисбати тахминан 2/3 ва 1/3 ни ташкил этади. Қишлоқ хўжалиги хом ашёсини ҳисобга олганда давлатимизда агросаноат 70% чакана товар айланишини таъминлайди (хўжалик бозорини қўшиб ҳисоблаганда).

Европа интеграцияси иқтисодий ихтисослашишга, ҳамдўстлик давлатларининг ҳар хил минтақаларини истиклол тараққиётини минтақавий агросаноат бозорларини шаклланиши тавсифига сезиларли таъсир кўрсатади.

23.4. Товар бозорининг таркиби ва уни бошқарувнинг ташкилий шакллари

Ишлаб чиқариш воситалари; хом ашё ва хизмат бозорларида бозор муносабатлари тараққиёт топган сари маҳсулот ишлаб чиқарувчи ва уни истеъмол қилувчилар орасидаги бевосита муносабатлар кучайиб бораверади. Шунинг учун ҳар қандай товар бозорини оёққа туриши ва тараққиёти бозор инфратаркибининг шаклланишини фараз қилади.

Бозор инфратаркиби — бу идора ва ташкилотлар

тизими бўлиб, улар товар ва хизматларни бозорда эркин ҳаракат қилишини таъминлайди. Унинг таркибида қуйидаги учта муҳим элементларни алоҳида ажратиш кўрсатилади:

— *ташкилий (база) манбаси* — бу ўз ичига қуйидагиларни олади: биржалар, аукционлар, таъминловчи-сотувчи, брокерлик ва бошқа воситачи ташкилотлар ҳамда савдо корхоналар тўплами;

— *моддий база* — транспорт тизимлари омбор ва йдишлар хўжалиги, ахборот тизими ва алоқа воситалари, уларга ахборот ва маълумотлар тизими, ишлаб чиқариш тахмин вазифасига оид маҳсулотлар бўйича ва барча истеъмол товарлари бўйича, маҳсулотни чиқарувчи ва истеъмол қилувчи, товарга қўйилган нархлар ва бошқалар;

— *кредит ҳисоб базаси* — у алоҳида банк сугурта тизимидан, йирик эркин банк ва кредит омонат идораларидан ҳамда ҳажми бўйича урта ва майда тижорат банкларида ташкил топади.

Бозорни яхши сифатли керакли турдаги товарлар билан тўлдириш учун ва шу билан маҳсулотни ишлаб чиқарувчи ва истеъмол қилувчиларни ўзаро манфаатини таъмин этиш учун рақобатни илгор томонларини тўлароқ ишлатиш зарур. А. Хоснинг уни қуйидаги 6 та жиҳат асосида тавсифлайди:

1) қатта сондаги сотиб олувчи ва сотувчилар ичидан қеч ким барча талаб ва таклифга, баҳога таъсир кўрсатиш имконига эга бўлмайди;

2) бозор нархи бозорда мувозанатлашган талаб ва таклифга (таъсир кўрсатиш) барча харидор ва сотувчиларга таъсир кўрсатиш билан аниқланади;

3) янги рақобатчиларни киришиш учун тўсиқлар унча баланд эмас ва барча хоҳловчилар меҳнатсиз бозорга киришлари мумкин. Бозорга кириш ва чиқишни (енгиллиги) бозор нархини барқарорлиги ҳисобига қуйидагиларни таъминлайди: маълум вақтни ўтиши билан фирмалар шунга маҳсулот ишлаб чиқариши мумкин, қанчаси ишлаб чиқаришни чекланган харажатлари ишбилармон даромадига тенг бўлиши учун зарур бўлса қисқа вақт даврида бозордаги нарх кўтарилиши мумкин, (барча рақобатлар) юқори нарх билан жалб этилган барча рақобатчилар ўз маҳсулотини ушбу бозорга келтирсалар нархлар яна пасаяди. Агар бозор нархи чекланган ишлаб чиқариш харажатларидан паст бўлса,

унда самараси паст фирмалар тармоқни нарх кутарилгунча ташлаб кетишга мажбур бўладилар;

4) маҳсулот стандартлашган бўлса, хариддорлар учун уни келадиган жойи қизиқтирмайди. Товари реклама йўли билан ҳаракатга келтириш бефойда, чунки талабни белгилловчи ягона омил бу нархдир;

5) бозор шартларига тегишми ахборот билан хариддорлар ва сотувчилар тўла таъминланган, шунинг учун қеч ким юқори нархда товарни сотиши ва олиши мумкин эмас;

6) бозор нархи белгиланган бўлгани учун ишлаб чиқарувчига янги нарх белгилаш унча қизиқ эмас. Назария буйича маҳсулотни чеklangмаган ишлаб чиқариш харажатлари унинг энг катта даромадига тенг бўлишигача бўлган ҳажмда ишлаб чиқиши керак.

Якка ҳокимлик рақобати бўлмаган шароитда истеъмолчи товар чиқарувчинини танлаш ҳуқуқига эга ва юқори сифатли товар учун кўпроқ ҳақ тўлашга рози, аммо бозорда ёмон маҳсулотни олмаслиги мумкин. Ўз навбатида бу товар ишловчиларга маҳсулотни сифатини оширишда ва харажатларини камайтириш мусобақасига олиб келади. Худди мана шу иккита ўлчов билан Япон маҳсулот ишлаб чиқарувчилар кейинги вақтда АҚШ ва бошқа тараққиёт топган давлат фирмаларини жаҳон бозоридан сиқиб чиқармоқдалар.

Товар бозори бошқаруви ташкилий шакллари ичида қуйидагилар бўлиши мумкин: ўзини ўзи бошқарувчи ва давлат томонидан бошқарилувчи. Амалиётда товар ишловчи тармоқларда якка ҳоким корхоналар кўпчилигини ташкил қилади, кўпчилик товарлар ва ишлаб чиқариш воситаларининг етишмаслиги монополияга қарши «Товар биржалари ҳақида» қонунини киритиш заруриятини олдинга сурдилар. Биржа ва бошқа савдолар қуйидаги белгилар асосида ташкил қилинади ва олиб борилади:

— барча савдо қатнашчилари учун очиқлик, умумийлик, шароитнинг бирлиги;

— ишлатиладиган тижорат ахборотининг аниқлиги ва тўғрилиги;

— товарни сотиш ва олиш фақат ҳақиқий талаб асосида ва томонлар ўртасида келишилган, тақлиф этилган эркин нархда олиб борилиши;

— брокер ва хариддорлар муносабатлари фақат шартнома асосида.

23.5. Бозор сегментацияси ва бозорни қамраб олишда маркетинг вариантлари

Кичик бизнесда кўпинча муваффақият бозорни сегментация қилиш қанчаллиги ўз вақтида яхши билиб амалга оширилганлиги ва ишбилармонлар томонидан эгалланмаган бозор майдони аниқланганига боғлиқдир (23.1-чизма).

Бозор сегменти — бу бозорни бир бўлаги бўлиб, у ўзининг иқтисодий интизоми бўйича тавсияланувчи бир хил сотиб олувчилар гуруҳини ажратади. Махсус изланишлар натижасида, шу жараён даврида сотиб олинishi сабаби, маҳсулотни сифатига, унинг нархига ва савдо хизмати савияси сотиб олиш учун қарор қабул қилинишида аниқланувчи шахс ёки хариддорлар томонидан қўйилган талаблар.



23.1-чизма. Бозор сегменти ва бозор майдонини ажратиш чизмаси

Ҳар бир бозор сегменти (сектори) ўзининг фарқ қилувчи талаб ва тақлиф таркибига эга. Сегментининг асосий ўлчамларига қуйидагилар киради: етарли ҳажм, ўсиш имкони, рақобатчи фирмаларнинг тижорат фаолиятини йўқлиги, ишбилармонлик таркиби қаноатлантириладиган талабнинг мавжудлиги ва ҳоказо. Бозор тоқчаси бозор сегментидагидан қуйидаги белгилар билан фарқланади:

— кичикроқ ҳажмга эгаллиги;

— бир неча тармоқлар маҳсулотини қамраб олиши мумкин;

— бозорнинг ҳар хил сегментларининг туташган жойида жойлашган;

— унча катта бўлмаган рақобат билан яхлит бўлмаслиги билан тавсифланиши.

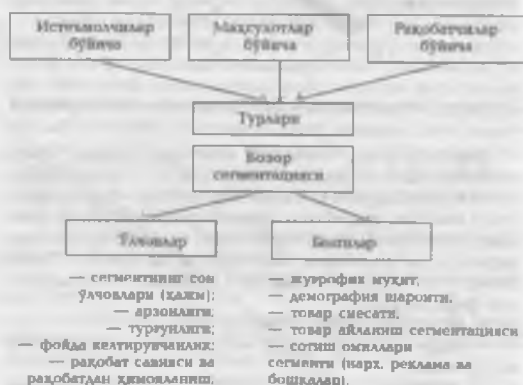
Бозор сегментацияси унинг товар билан тўлмаган бўшлиқларини аниқлашга имкон яратади, яъни, бозор сегменти ва майдони кундалик бозор тақлифларини харидорлар талаб савиясини қониқтириш билан таққослайди. Унинг асосий турлари, ўлчовлари ва таффовути белгиларини 23.2-расм акс эттиради. Бозорни қамраш бўйича маркетинг фаолиятининг вариантлари қуйидаги йўналишларни ўз ичига олади:

1. Амалдаги бозорлар сегментациясини янги гуруҳ истеъмолчиларининг ўз маҳсулотини қамраши ниятида хўжалик юритувчи субъектнинг «Ички» фаолиятини кенгайтириш.

2. «Кенгайтиш» фирмасининг фаолиятини кенгайтириш — бу ишлаб чиқаришни диверсификация қилиш ва ишлаб чиқариш дастурини хоҳ қорхонанинг асосий соҳаси билан боғлиқ бўлган ёки бўлмаган янги турдаги товарлар билан тўлдиретиш.

3. «Чегарадан ошиш» фаолиятини кенгайтириш — хорижий бозорларни ўзлаштириш ҳисобига хўжалик фаолиятини интернализация қилиш.

4. Соғ ўсиши — эски бозор учун товарни ўзгармас турини ишлаб чиқариш ҳажминини кўпайтириш.



Маркетингги уйғулаштириш омиллари	Бошқа қўлатувчилар	«Қора қут» харидорнинг оғги		Харидорларни жавоб реакциялари
Товар	Иқтисодий	Харидорнинг тавсифи	Сотиб олиш жараёнининг ҳарори	Товар таялаш
Нарх				Маржа ва ассортимент таялаш
Тақсимлаш усуллари	Илимий-техника			Дилер таялаш
Сотувни раббатлан-тириш	Сиясий-маданий			Сотиб олиш вақтининг ва объектининг таялаш

24.1-чизма. Харидорлар ахлоқ модели.

24.2. Харидорлар тавсифи

Мадаший савияси ва ижтимоий аҳволи.

Маълумот савияси, умумий маданияти, ижтимоий аҳвол якка истеъмол товарларига нисбатан манфаат доираси ва ихлосини аниқлаб беради. Истеъмолчиларнинг ҳаёт тарзи, шахсий сифатини у ёки бу товарга бўлган таъсирланишини аниқроқ тавсифлайди. Якка шахсни жамиятда маълум роль ўйнаши, бирор ижтимоий қатламга тегишлилиги унинг сотиб олиш ахлоқига таъсир кўрсатади.

Ижтимоий тартиб омиллари. Истеъмолчиларнинг ахлоқи, оила, ижтимоий ва маданий муҳитдан чиқиб келувчи ижтимоий тартиб омиллари билан аниқланади. Оилани таъсири одатда кучли ва турғундир. Жуда кичик ёшдан оила якка шахсда истеъмолчи дунёқарашини, яъни товарларга булган муносабатини ва истеъмолчи одобларини тарбиялайди.

Ота-оналар ва бошқа оила аъзолари катта даражада шахснинг ахлоқига таъсир кўрсатадилар, чунки якка шахс улардан фақат дин, сиёсат, иқтисод, шухратпарастлик, ўзини-ўзи ҳурматлаш, муҳаббат тўғрисидаги маълумотларни олади. Аммо охириги йилларда бу каби

оила таъсири камаяди, чунки қўшчилик ҳолларда ишлайдиган ва жуда банд ота-оналар ўз болаларини тарбиясида фаол қатнашмайдилар. шунинг учун болалар ижтимоий қийматларини оила доираси ташқарисидан қидирмоқдалар.

Якка шахс бошқалар назарида қандай кўрinishини ўйласа ёки қандайдир жамоани, иш жойдаги ҳамкасблари гуруҳини, қўшчилари, дўстларни асосий тавсифини аниқламоқчи бўлса шу билан у назорат гуруҳига тегишли ҳукминини шаклланишининг аҳамиятини намоиш этади.

Назорат гуруҳлари — бу инсонлар гуруҳи бўлиб биз ўз фаҳмимизда яратамиз ёки биз учун уни маъқуллаш муҳим ҳисобланади. Бу гуруҳлар аниқ шахслар (купроқ таъсири оила аъзолари, дўстлар, ҳамнафаслар) ёки ноаниқ шахслар кўрinishида (сиёсий, жамоат арбоблари, киноюдузалар, бизнесменлар) бўлишлари мумкин. Назорат гуруҳининг махсус шакли бу бир хил мақомдаги инсонлардир. Улар бизнинг ишончимизга ва харидор хулки услубига улкан таъсир кўрсатади.

Бу каби ўзига ўхшаш якка шахсларни ҳурматини қозониш учун у маълум услубда кийиниши, кўрам-роқ районда яшаши, атрофдагиларга маълум бўлаган одатларга ўрганиши керак. Кул ҳолларда битта одамга иккита ҳар хил назорат гуруҳлари таъсир кўрсатади ва унга улар орасидан таялашга тўғри келади.

Инсон фаолиятини барча соҳаларда обрўли инсонлар бор (спорт, дин, иқтисод, мода, молия, сиёсат ва бошқалар). Обрў — бу шахс ёки ташкилот уларнинг кўрсатма ёки фикрлари улар билан бир соҳада умумий манфаатга эга бўлган одамлар учун тўғри деб тан олинади. Шу сабабли назорат гуруҳлари ва обрўлилар фикри товар ва хизмат ишлаб чиқарувчилар учун ҳамма вақт муҳимдир.

Шахсий тартибдаги омиллар. Харидорнинг ахлоқи шахсий тартибдаги омиллар таъсири остида ҳам шаклланади. Улайган сари харидорлар ўз ахлоқини узғартиради, бу эса уларни талабдаги товар ва хизматлар тавсифи орқали ифодаланади. Шундай қилиб улар сотиб оладиган у одамларнинг ҳаёт циклини қандай даражасида турганиликларига боғлиқдир.

Сотиб олинadиган товар ва хизматлар тавсифига

уларнинг қиладиган иши ҳам маълум таъсир этади. Мисол учун: Россия ва бошқа яқин хорижий давлатларда қизил рангли костюмларни кўпроқ харид қилинса, узоқ хорижий давлатларда зангори рангли истеъмолларга эътибор кўпроқ сезилади. Бу гуруҳларни маркетингчилар ажратишга ҳаракат қилсалар, фирмалар ҳаққи маълум қатламга зарур бўлган товарлар ишлаб чиқаришга иқтисослашиши мумкин.

Якка шахснинг товар танлашда кераклик тарзда унинг даромад қисми, яъни жамғармасининг борлиги муҳим аҳамиятга эга. Агар маҳсулот истеъмолчиларнинг иқтисодий кўрсаткичлари пасайса хўжалик юритувчи субъект бу ўзгаришга товар турларини ўзгартириш ва нархни пасайтиришга, ишлаб чиқариш ҳажминини камайтириш билан аҳамият бермоғи керак, акс қолда унинг корхонаси молиявий турғунлиги пасайишга дучор бўлади.

Алоҳида гуруҳларнинг сотиб олиш қобилиятига уларни шахс турини аниқлаш етарли таъсир кўрсатиши мумкин, яъни, ўзи тўғрисидаги ўз фикри. Шахс тури — бу инсонни бир-биридан фарқ қилиши тавсифи бўлиб, унинг жавобдан таъсирланишини атроф муҳитга нисбатан ўзгармаслигини таъминлайди.

Одатда шахс тури қуйидаги тафсилотларга эга: ўзинга ишонч, эҳтиёткорлик, таъсирчанлик, боғланганлик, эркинлик, шафқатсизлик, ўзгарувчанлик, вазминлик, ҳурматлилик, муваффақиятга интилиш, амалпарастлик, очиқ қўнғиллик, мослашишлик.

Одамлар ўз қизқишлари билан ҳар хилдирлар. Шахс турини билиш, инсонларни ўз фикрларини, ишонч ва дидларини ўзгаришини доим ҳисобга олиб бориш харидор ҳуққини таҳлил қилишда фойда келтириши мумкин. Хўжалик юритувчи субъектлар товарни харидорнинг хусусий «Мен» деган талабига жавоб берадиган турларини яратишлари керак.

Психологик тартибдаги омиллар. Сотиб олиш ҳаракати асосида истеъмолчининг ички ўзгаришлари ётиши мумкин, яъни асосланиш, қабул қилиш, ўзлаштириш, ишонтириш ва муносабат. Асослаш — бу инсонни ҳаракатга келтирувчи омиллар мажмуаси. Бу туйғулар онгли равишда ёки онсиз равишдаги эҳтиёжнинг ўз эҳтиёжини камайтириш ва ўз хоҳишини қондиришдан келиб чиқади. Одамлар турли эҳтиёжлар ва хоҳишларга эга. Агар хоҳиш етарли даражада кучли бўлса, инсон

маълум ҳаракатни амалга оширади, яъни харид қилади.

Эҳтиёжни тўлалигича тушуниш жуда қийин. Бир хил талабни ҳар хил йўللار билан қониқтириш мумкин. Ўхшаш тарзда битта товар ҳар хил одамларни турли талабларини қондириши мумкин, аммо ҳамма вақт тушуниш қийин ушбу товар қайси эҳтиёж ёки хоҳишни қониқтиради. Демак, харидорнинг ҳуққи асосини тўғри баҳолаш учун баъзи бир руҳий омилларни ўқиб ўрганиш зарур бўлади.

Психологик талабларни қуйидаги турлари мавжуд:

1) физиологик талаблар — кислород, озуқа, ичимлик, жинсий ҳаёт, дам олиш;

2) хавфсизлик — болаларни ота-оналарга боғланганлиги, бахтсизликка ёки касалликка олиб келувчи вазиятлардан четланиш ҳамда иқтисодий хавфсизлик;

3) ижтимоий талаблар — дўстлик ва боғланишлик, жамият сезгиси;

4) аҳамиятли бўлиш талаби — ўзини ўзи ҳурмат қилиш, ҳурматга сазовор бўлиш;

5) ўзи тўғрисида фикр юритиш — шахсий имкониятларини амалга ошириш.

Якка шахс ахлоқи, ўзини ўзи ҳурмат қилиши ва уни асослаши, талаблари ёки унинг жамоатчилик томонидан тан олинishi орқали унга муҳим таъсир кўрсатади. Шахснинг ўзи ва уни ўраб турган дунё тўғрисида фикр юритиши ҳам муҳим таъсир кўрсатувчи омиллардан ҳисобланади. Қабул қилиш — бу раббатнинг эслашни субъектив усулидир, унинг таъсир қилиши учун ҳар қандай инсон ёки атроф муҳитни тушуниш жараёни.

У сезгили бўлиши (куриш орқали, эшитиш, ҳидлаш, овқат мазасини сезиш) ва ташқи уйғотувчилар ёрдамида қабул қилиш. Амалиёт шуни кўрсатадики, одамлар улар эҳтиёжини эслатувчи уйғотувчиларни тезда сезадилар. Реклама берувчининг қабул қилиш муносабатига тўқнашадиган асосий муаммоларидан бири бу ҳар бир потенциал харидорлар танлаб олиш ҳамда танлаб олиш орқали эслаб қолиш қобилиятига эга.

Инсон ўзи учун ўта зарур ва жуда керак бўлган нарсани эслаб қолади. Бу билан реклама берувчилар қайтариб туришга катта аҳамият берадилар, чунки қайтарилиб турилган эълонларда қабул қилиш жараёни ошади ва улар орқали уларни ўзлаштириш тезлашади.

Харидор хулқига шахсий таъсир кўрсатувнинг бошқа тури — бу улар томонидан товар ёки хизмат турғисида янги ахборот олиш, унн тўлаш, ўзлаштириш ва товарга ёки хизматга нисбатан ишонч ва муносабат ишлаб чиқишдир. Ушбу чизма билан эгалланган хулқлар тизими сўнгра одатта айланади:

Биринчидан — шу йўл билан ўйлашга, таққослашга ва баҳолашга вақт сарф қилмай товар танлаш оддийдир.

Иккинчидан — биз одатда зарурат ҳисобга суяна-миз. Кўпчилик харидорларда рақобатли товарлар ҳақидаги маълумотларни қайта кўриб чиқишга вақти ҳам, хоҳиши ҳам йўқ.

Учинчидан — одатда биз мурожаат қиламиз, чунки бу ёқимлироқдир.

Мағзинини ёки бизга еққан товарни топа туриб биз сотиб олишни бизга таниш бўлган товарлар ҳисобига давом эттирамиз.

24.3. Сотиб олиш қарорини қабул қилиш жараёни

Агар харидорлар талабини нуқтан назаридан етарли даражада яхши билинганда уларни сотиб олиш мумкин бўлган ўзининг якка шахслик хусусияти асосида уларни қарорига ҳар хил омиёлларнинг таъсиридан келиб чиқиб, товар моделини тузишнинг имконни топи-лар эди.

Масалан: америкалик замонавий реклама бўйича изланувчилар А. Бове ва Ф. Арнес бўйича қарор қабул қилиш жараёнини баҳолаш чизмасини ишлаб чиқди-лар. Сиз харидор хулқини олдимдан айтиб бера ола-сизми? (24.2-жадвал).

Берилган жадвалда якка шахсга барча таъсир куч-ларни акс эттириш керак (масалан, 10 баллиқ шкала бўйича харидорни фарқ қилинадиган хулқини акс эт-тирувчи расмини олиш учун, у ерда — энг кам таъсир қилувчи куч, 10 эса энг кучли таъсирдир). Энг кераги харидорнинг кўнглидаги талаби қандай турдаги авто-машина сотиб олишга таъсир кўрсатади: иқтисод, ма-қом, ҳаракатланиш воситаси, қарама-қарши жинсга ёки истаги, ўзига ўзи баҳо бериш ва бошқалар.

Баҳолашни бошқа томони — бу талабларни қайси бири қанчалик ҳар хил турдаги автомобиллар учун кучли бўлиши. Шундан кейин 24.2-жадвалга «0»дан

«10»гача бўлган балларни ҳар бир якка шахсни у ёки бу автомобилни сотиб олиш қарорига таъсир қилади-ган куч қаршисига езинг. Масалан, оила таъсири иқти-содий автомобилга нисбатан кучли бўлиши, аммо спорт автомобилга нисбатан бўш бўлиши мумкин.

Шу билан бирга тенгдошлар таъсири бутунлай қара-ма-қарши бўлиши мумкин. Ҳар бир қатак бўйича бал-лар сонини аниқлаш у ёки бу автомобилни сотиб олиш эҳтимолини аниқлашга имкон беради.

24.2-жадвал

Сабаблар	Омиёллар	Оила-вий	Иқти-содий	Спорт	Пил-кеп
Талаб ёки сабаблар	Маслоу бўйича талаб иерархияси: физиология, ҳавфсизлик, ижтимоий, ҳурматли, ўзи амалга оши-риш				
Қабул қилиш	Ташқи рағбатини сезиш усули, ўзгартувчан талаб ва якка шахс талабига асосан				
Билим ва одатлар	Ҳаётда, мактабда биз ни-мани биламиз, тажрибада, одатларда				
Оила	Нимани истасмоқ қилиш яхши-ю, нимани — ёмон ахлоқ, этика, дин, жинсий роль, овқатланиш, снэсат				
Ижтимоий давра	Ижтимоий гуруҳ, бир гу-руҳдан бошқасига ўтиш назорат гуруҳларнинг аҳамияти, оила, қўшнilar, маъкур даврани одамлари				
Маданият	Одатлар, анъаналар, эти-ка, динга муносабат, эти-ка				
	Жами баллар				

25. АСОСИЙ ТОВАРЛАР ВА УЛАРНИНГ ТАВСИФИ

25.1. Кенг истеъмол товарларининг туркумланиши

Товар — бу инсон меҳнати маҳсулоти, у сотиш учун ишлаб чиқилган ва истеъмолчиларнинг манфаатини ва хоҳишини қондиради. Маркетинг нуқтан назаридан қуйидагилар товар бўлиб ҳисобланади: физик объектлар, маҳсулотлар ва хизматлар, харидорга таклиф қилинадиган товарга керакли хизматлар (қутига жойлаш, қорозга ўраш, маркалаш ва бошқа хизмат кўрсатиш), истеъмолчи сотиб олиш эвазига эришадиган фойда.

Замонавий реклама бўйича ишлабuvчи америкалик фуқаролар Л. Бове ва Ф. Арнес қуйидаги маҳсулот туркумларини келтирадилар.

Бозор тури бўйича: Истеъмол товарлари. Кундалик ҳаётимизда фойдаланадиган (маҳсулотлар, кийим, мебель, автомобиллар). Саноат товарлари. Компаниялар томонидан бошқа турдаги маҳсулот ишлаб (хом ашё, қишлоқ хўжалик маҳсулоти, дастоқлар, асбоблар ва жиҳозлар) чиқариш мақсадида ишлатилади.

Истеъмол тезлиги ва материаллиги билан: узоқ давр ишлатиладиган товарлар. Уларни узоқ даврда алмаш-тирмасдан ишлатиш мумкин булган товарлар енгил ва юк автомашиналар, совуқтичлар, мебель. Қисқа муддатда ишлатиладиган товарлар материал сезгилли маҳсулотлар, бир ва бир неча истеъмол қилинишда ишлатиладиган ва вақт ўтиши билан янгиланишни талаб қиладиган маҳсулот (маҳсулотлар, совун, бензин, нефть).

Хизматлар, ҳаракат фойда ёки сотишга таклиф этиладиган талабни қониқтирувчи хизматлар (саёҳат, саргарошлик хизмати, юридик ва тиббий хизмат кўрсатиш, укалаш).

Харидор одати бўйича: Сотиб олишни қулайлиги. Тез-тез амалга оширувчи ва оз куч сарфини талаб қилувчи харидлар (сигаретлар, озиқ-овқат, газеталар).

Танлаш бўйича товарлар. Кам харид қилинадиган ва харид учун кўп вақт талаб қиладиган нархлар, сифат, услуб, кафолат муддати тақдосланадиган товарлар (мебель, автомобиль, кийим, шиналар).

Даромадлилар сотиб оладиган товарлар. Шундай ноёб тавсифли маҳсулотларки, истеъмолчи ўз кучини

бутунлай сарф қилиб уларни юқори нархига қарамай сотиб олишга тайёр (қимматбаҳо фотоаппаратлар, аёлларни муҳим модага тегишли кийимлари, стереотизм комплектаери).

Маҳсулот тасвири бўйича:

Жойлашган (упаковка қилинган) товарлар, гуруч, жуҳори таёқчалари, шампуни ва бошқалар.

Қаттиқ товарлар: мебельлар, приборлар.

Юмшоқ товарлар: кийим, кўрпа-тушак жиҳозлари. Хизматлар. Номоддий маҳсулот.

25.2. Маҳсулотни белгилаш ва жойлаш

Маркетинг фикри бўйича товарларни дифференциини қилиш, яъни маҳсулотларга рақобатчилар олдидан устуворликни қўлга киритиш ниятида ўзига хос белгиларни қўйишда савдо маркасини ишлатиш, белгилаш ва жойлаш (упаковка қилиш) муҳим аҳамиятга эга. Савдо маркаси бу рамз, белги, сурат, ном бўлиб товарлар идентификациясини, яъни уларни рақобатчилар товарларидан фарқланишини таъминлайди.

Маркалар ўз ичига маҳсус рамзлар, белгилар, расмлар, исмлар, қўшилмаларини қамраб олиши мумкин. Фирманинг исми, белгиси, товар кўрнини ёки уларни бирлашмалари, ўрнатилган тартибда рўйхатдан ўтган бўлса, яъни юридик ҳимояланган бўлса, унда улар товар белгиси ёки хизмат кўрсатиш белгиси ҳисобланади. Товарларни жойлаш (упаковка қилиш) бир қатор вазифаларни бажаради:

- товар белгисини, маҳсулот номини, уни ишлаб чиқарилган жойи ва вақтини кўрсатишга қўмаклашади;
- товарни эстетик жиҳатдан маъқулроқ жойлашини ва уни зарар етказилишдан ҳимоя қилади.
- маҳсулотни идентификация қилишда қўмаклашади
- ишлатилишда ва сақланишда қўлайлик яратади;
- харидор эътиборини ўзига жалб қилади;
- маблағни тежайди.

Ўзига-ўзи хизмат қилиш шартида упакoвкани роли фақат озиқ-овқат магазинларида эмас, балки дорихоналар, аралаш турдаги моллар магазинлари ва бошқа чакана савдо корхоналарида ҳам кучли равишда ошади. Яхши ташкил қилинган, упакoвка қилинган маҳсулот ҳаммани ўзига ром этади.

Аммо ҳар қандай упаковканинг асосий вазифаси маҳсулотни транспортировка қилиш, сақлаш ва сотиш жараёнида уни жойлаш ва сақлашдан йоратдир. Упаковка идентификация қилиш воситаси сифатида шунчалик муҳим бўлиб қолдики, «Кока-кола», «Хайц» каби компаниялар ўз шишаларини ва этикеткаларини узоқ йиллар мобайнида ўзгартирмайдилар, бу эса харидорни маҳсулот маркасини тезда билиб олишига имкон яратади.

Истеъмолчи ва сотувчиларга ташиш учун қулай ва осон очиладиган упаковкалар жуда ёқади. Шу билан бирга бундай қулайлик упаковка ичидаги маҳсулотни бузмасдан сақланишига путур етказмаслиги керак. Упаковканинг эътибори жалб қилувчанлиги маҳсулотни муваффақиятли сотилишига катта таъсир кўрсатади. Жалб қилиш даражаси бир қатор омиллар (уловчи ранги, материали, упаковка шакли жихатидан алоҳида фарқланувчи ва осон ўқиладиган ёзув ва инструкциялар) билан шаклланади.

Упаковкани бошқа мақсадларда ишлатилиш имконияти уни бевосита ўзига жалб қилишини оширади. Масалан, ичимликлардан бўшаган шишалар кенг қўламдаги мақсадлар учун ишлатилади. Баъзи бир банка ва шишалар коллекция тўпловчилар учун бебаҳо предмет бўлиб қолади.

25.3. Товар ассортименти ҳақидаги қарор

Товар ассортименти — бу қуйидаги белгиларнинг биттаси билан узаро яқин бўлган товарлар гуруҳидир: ишлатилиши ва вазифасининг умумийлиги, тақсимланиш каналининг умумийлиги, ухшаш нарх оралиги. Ҳар бир товар ассортименти учун алоҳида маркетинг стратегияси ишлаб чиқилади.

Кичик бизнес қорхонаси имкониятларига қараб кенг ассортиментдаги ёки аксинча чекланган ассортиментдаги маҳсулотни сотади. Ҳар иккала товар варианты стратегияси ўзига хос устуворлик ва камчиликка эга. Кенг товар ассортименти бозор майдонини бир қатор маҳсулотлар билан тўлдиришга имкон яратади ва илгор товарлар ёрдамида харидорларда турли-туманлик ва тўлдирувчанлик таассуротини бунёд этади ва шу билан ҳар хилдаги истеъмолчилар манфаатига таъсир кўрсатади.

Товар оқимининг турли-туман ташқи муҳитни қутилмаганда ўзгариши, фирмага яхши мослашишга имкон яратади. Аммо кенг ассортиментида товарни бошқариш аяча мураккаб. Махсус таркибдаги сотувчи бунёд этилишини, мураккаброқ ишлаб чиқариш ва маъмурий тизимларни тузиш зарурати пайдо бўлади. Тор товар ассортиментида катта сериядаги товарлар иқтисод қилишга имкон яратади, резервлар билан бошқариш одатлашади, мураккабли маъмурий, ишлаб чиқариш ва савдо таркиблари камроқ керак бўлади.

Маркетинг хизмати кам сонли товарларда йиғилади. Маркетингги изланишлар асосанроқ ва чуқурроқ олиб борилади. Маҳсулот савдо ходимлари томонидан аниқроқ ва тўлароқ урганилади. Товар ҳаракати бўйича рекламада ва компанияда йириклаштирилган ҳаракат амалга оширилади. Тор товар ассортиментининг асосий камчилиги бу бозордаги қутилмагандаги ўзгаришлар эҳтиётлардаги ҳолатни ишлаб чиқаришдаги қиничилиқдир.

Авваламбор тор ассортимент «қотиб қолган» деган маънони билдирмайди, кичик қорхонага ҳеч нарса ҳақиқат бермайди, аксинча, барча уни бозорни назорат қилишга шунинг учун мослашиш сиёсатини ишлаб чиқишга ёки товарлар билан тўлдирилмаган бозор майдонини излашга ундайди. Маъхулроқ товар турини қўллаб-қувватлаш зарур, яъни унинг керакли кенглигини, чуқурлигини ва тартиблигини таъмин этиш керак.

Товар турининг кенглиги деб барча ассортимент гуруҳларининг умумий сонига айтилади. Товар турининг чуқурлиги деб ҳар бир алоҳида товарнинг битта ассортимент гуруҳининг чегарасига айтилади. Товар турининг тартиблиги товарларнинг ҳар хил ассортимент гуруҳларининг яқинлигини ишлатилиш йўналишини, тақсимланиш каналини, ҳар бир товар учун «хулқ» интизомининг кўрсаткичларини ҳисобга олиши тушунилади.

Маркетинг изланувчиси француз Аржан Дайан то-варни «хулқига» асосан қуйидагиларни белгилади.

Илгор товарлар — кенг миқозлар ва катта даромади билан фирмага муваффақият келтирувчи товар-дир. Улар янгилик сифатида пайдо бўладилар ва шу ҳисобига бизнес муваффақиятига қўмаклашади (сав-завот тўровчи, тез пиширувчи қозон ва портатив иш-латмаси).

«Локомотив» (етапчи) товарлар фирма белгисини тасдиқлаётганига қўмақлашади.

Тактик товарлар ёки қўлловчи товарлар харидорни етишмовчи маҳсулот учун рақобатларга мурожаат қилмаслиги учун мавжуд ассортиментни тўлдиради. Бу эса харидорни етишмовчи маҳсулот учун рақобатларга мурожаат қилмаслиги учун. Бу маҳсулот рентабеллигини билдиради, чунки кенг гуруҳ харидорларга маълум савдо устамаси билан сотилади.

«**Чиқарувчи**» товарлар узларининг арзонлиги билан харидорларни жалб қилади. Масалан, кенг ассортиментли магазинда амалда зарар билан шакар, ўсимлик мойи сотилиши мумкин.

Бозорга кириш босқичидаги товарлар — бозорда пайдо бўлиши учун қўлай момент кутиб турган товардир.

25.4. Янги товарларни кетма-кет ишлаши. Асосий этапларнинг моҳияти

Бозорда янги бўлган товар — бу жуда янги талабни қондирувчи ёки маълум талабни янги даражада таъминловчи маҳсулотдир. Маркетингни кенг қўллайдиган фирма амалда ҳар 5—7 йилда янгиликларни ишлаб чиқишга ҳаракат қилади. Лекин бу ҳолда, кичик корхоналарининг бозорга янги буюмларнинг чиқиш вақтида алоҳида булган бозор сегментларининг ҳар бирида қўшилиш жойи бозор тоқчаларида шаклланган талабларни доим ҳисобга олиш керак.

Бундан келиб чиққан ҳолда иккита масала ечилишини таъминлаш керак: янги товарни яратиш ташвиқотини ўтказиш ва уни сотиш орасидаги вақтни қисқартириш, талабни башорат қилиш ва талабкорлик хоҳишини шакллантириш. Тажриба шуни кўрсатадики, кичик бизнесда бозорга янги маҳсулотнинг чиқиши учун бир неча кетма-кет этаплардан ўтиши зарур (25.1-жадвал).

Янги турдаги маҳсулотни яратиш ва уни бозорга чиқариш бўйича рояли шакллантириш этапида ташвиқотларни ишлаб чиқишни техник усули аниқланади ва янги товарни ишлаб чиқариш ва сотишнинг аста-секин ташкил қилинишини жадвали ўрнатилади. Ҳоллар қанча кўп пайдо бўлса шунча яхши, роял кетадиган харажатлар ҳеч қанча бўлмайди. Ҳолларни ишлаб чи-

қаришни техник усуллари қуйидагилар бўлиши мумкин: ақлий ҳужум усули, рақобатчилар чиқарувчи товар ва реклама ахборотларини таҳлил қилиш, маркетинг изланишлари.

Ҳоллар техник томондан амалга ошириб бўлмаслиги учун лойиҳалар ҳисобига рад қилиниши камаяди. Фирма янги маҳсулотни франчайзинг ҳуқуқи асосида бошқа корхоналардан сотиб олиши ёки бошқа фирма билан лицензион келишув йўли орқали уни тайёрлаши мумкин. Барча кўрсатилган вариантлар намунавий маркетинг усули орқали ишлаб чиқилади. Мақсад маҳсулотни баҳолаш ва маркетинг фаолияти йўналиши тўғрисидаги истеъмолчининг бериши мумкин бўлган жавобини оддиндан текшириб чиқиш.

Агар янги товарга талаб ижобий бўлса, бунида олинадиган даромад, харажат ва фойда синчиклаб таҳлил қилинади, сўнгра режали рентабеллик аниқланади (25.1-жадвал). Янги маҳсулотни сотиш имкониятли рентабелликини таъминлаш тўғрисидаги қарорни қабул қилишдан кейин фирма уни ишлашга киришади ёки маълум компаниянинг маҳсулоти нусхасини бунёд этади. Чизма ва спецификация варақлари, ишлаш бўйича кўрсатмалар ҳамда муҳим деталлар бўйича буюртмалар ва янги маҳсулотни ишлаб чиқиш ва уни бозорга етказиб бериш режаси тузилади.

Янги товар нусхалари техник назоратдан ўтказилиши ва бозор синовидан ўтиши керак. Тажриба ишлаб чиқаришга текшириб кўрилувчи ёки пулли гуруҳи (серияси) кириштилади) бозор шароитида товарни текшириш ўз ичига бир неча операцияларни қамраб олади: истеъмолчиларнинг янги маҳсулотга қизиқиши, уни упакровка қилиниши товар белгисининг ишланиши, ташвиқот фаолиятининг самарадорлиги ва бошқалар. Бозор шароитида тўғри келишини текширгандан сўнгра янги маҳсулотлар куплаб ишлаб чиқаришга туширилади. Шу билан биргаликда бозор бурчагини ёки сегментини тўла қамраб олиш бўйича маркетинг режаси ишлаб чиқилади.

Ассортиментни режалаштиришда шунингдек, бозорга у ёки бу маҳсулотнинг ҳажми, реклама дастурини ишлаб чиқариш белгиланади. Бу ерда менежер ҳар бир маҳсулотнинг ҳаётий жараёнидан келиб чиқади. Ҳаммамизга маълумки, ҳар бир маҳсулот худди тирик мавжудотдек тутилади, ўсади, эскиради ва ўлади. Шу-

нинг учун текшириш вақтида маҳсулотлар ҳақда ҳеч нарса деб бўлмайди. У қандай ҳаётий шароитда эканини тезда аниқлаш керак.

25.1-жадвал

Кичик бизнесда янги маҳсулотни бозорга олиб чиқиш жараёни

Этаплар	Товар модели	Асосий ҳужжатлар
Ровларни шакллантириш, уларини оддийдан баҳолаш ва маркетинг асосий фикрини яратиш	—	Тизимни аниқлаш. Маркетинг бўйича режа даражаси баҳолаш, смета
Тижоратни режалаштириш ва баҳолаш	—	Сегментлар спецификацияси. Маркетинг бўйича рентабельлик баҳолаш
Маҳсулотни бунёд этиш	Лаборатория модели	Яратиш бўйича ҳисобот. Лойиҳа ҳужжатлари инвестиция режаси
Янги маҳсулотни биринчи нусхаларини текшириб кўриш, диққат билан ишловни ниҳойасига етказиш	Тажриба модели	Лойиҳани ишлатиш бўйича ҳисобот. Маҳсулот ишлаб чиқариш режаси. Муҳим деталларга буюртма бериш
Нусхани яратиш	Нусхалар	Чизмалар ва спецификациялар. Бозорга маҳсулот бериш режаси. Ишлаб чиқариш йўриқномаси
Намуна ёки пуллик гуруҳ (серия)	Тажриба ишлаб чиқариш пуллик гуруҳи (серия)	Янги маҳсулотни ишлаб чиқаришга қабул қилиш тўғрисида натижа ва уни бозорга етказиб бериш
Тижорат ишлаб чиқарилишини йўлга қўйиш	Қўллаб ишлаб чиқариш	Бозор бурчагини ёки сегментини эгаллаш учун маркетинг режаси.

25.5. Товарнинг ҳаётий цикли

Маҳсулотнинг ҳаётий жараёнини модели сотувни ҳажминин ва турта асосий фазада жойлашган маҳсу-

278

лотнинг бозордаги фойдасининг даражасини белгилайди. Маркетингнинг мақсади маҳсулотнинг мўлжалдаги ҳаракатида бир даражадан ўзгаришидир. Даражага киргизиш ва менежернинг ҳамма ҳаракати аниқлиқни таъминлаш ва истеъмолчини қондиришга қаратилган бўлади. Ўсиш даражасида эгри сотув нимага етади, бозор ҳилдаги маҳсулотларнинг илтимос томонлари билан таъсир қилса, маҳсулотнинг ҳаракати тезлашади, бунда асосий урғу истеъмолчиларнинг талабини қондиришга қаратилади.

Бу босқичда фирма ўзининг сотувини кенгайтиришни, рақобатчи зарарини ошириш орқали амалга оширади. Бу жараёни максимал чуқурилиш учун кучайтиришлар қўлланилади, масалан янги қўловчиларни жалб қилиш, бор харидорларни шу маҳсулотни ишлатишини жараёнини ошириш, маҳсулотни қўллашнинг янги усулларини, яъни йўллари ишлаб чиқиш, ўраш ўлчовларини ўзгартириш, ёрлик кўринишини ўзгартириш ва маҳсулотни сифатини яхшилаш (натижада маҳсулот ўзининг хусусиятини ўзгартиради).

Маҳсулот эскириш натижасида ўзининг хусусиятини йўқотади ёки харидорларнинг ўзига бўлган динини ўзгартиради ва шу фирма уни сотувини тўхтатади ёки уни секин сотувдан чиқиб кетишини таъминлайди.

26. НАРХ ВА НАРХ-НАВО СИЁСАТИ

26.1. Нархни бунёд бўлиш табиати ва аҳамияти. Нархлар тури

Нархни бунёд бўлиши маркетинг мажмуасида энг мураккаб ва энг муҳим жараён ҳисобланади. Нархлар орқали тижоратни пировард натижаси амалга оширилади, корхонанинг ишлаб чиқариш, сотиш таркибининг барча бўлинлари унинг маркетинг хизматини ва ишнинг самарадорлигини аниқлайди. Пировард ҳисобда нархлар ишбилармонга, фирмага режалаштирилган даромадни таъминлайди, уларнинг товар-хужалик таркибини рақобатбардорлигининг барча товарлар мажмуасини, хизмат ва сервисни истеъмолчи фойдасига ҳал бўлишини гувоҳи бўлади.

Нарх бу меҳнат маҳсулининг қийматини пул шаклда

279

товар муомаласи шароитида алмаштириш соҳасидаги ўзгаришлар, товар-пул муносабатларини белгилайди. Бу маркетинг мажмуасининг бирдан-бир таркибий қисми бўлиб, ҳўжалик юритувчи субъектларининг молия ресурсларини йиғилишига имкон яратади.

(Нарх х талаб қилинган маҳсулот сони-савдодан келган маблағ). Маркетинг доирасидаги барча бошқа фаолият (реклама, сотилишни рағбатлантириш, бозорни текшириш) харажат ҳисобланади ва ишбилармонлик даромадидан ёки киритилган маблағдан фойдани олиш ниятида амалга оширилади. Нарх ўзига хос рағбатлантириш самарасига эга.

Нарх-наво ва турри нарх сиёсати ҳамда маркетинг фаолиятининг маҳсулотини лойиҳалаш, уни бозордаги ҳаракати, тақсимланиши ва бошқа шу қабл омиллар истеъмол талабига бевосита таъсир кўрсатади. Нарх-навонинг турли-туманлиги маркетинг муҳитининг ички ва ташқи омиллари мажмуа билан белгиланади ҳамда у уларни ахборот, рағбатлантириш, тақсимлаш, тенглаштиришдан келиб чиқади, улар вазифани даромадли бўлишни таъминлайди.

Хизмат кўрсатиш соҳасига ва товар муомаласи шаклига қараб нархлар қуйидаги турларга бўлинади.

1. **Кўтара нарх** — бу кўтара-савдо базалари ҳар хил магазинларга ва бошқа истеъмолчиларга берадиган нархдир. У ўз йўлида корхона кўтара нарх ва кўтара сотувчи ташкилотларининг савдо қўшимчаларидан иборат.

2. **Чиқариш нархи** — бу маҳсулот ишлаб чиқарувчи корхоналарни ўз харидорларига аҳолидан ташқарида ҳисоб-китоб қиладиган нархдир. Бу нарх ҳар иккала томоннинг келишуви билан ёки нарх белгиловчилар томонидан тайинланади.

Маҳсулот ишлаб чиқарувчилар (сотувчилар) ҳар хил савиядаги нархларни бир турдаги маҳсулот бўйича келишиш ҳуқуқига эга, бунга маҳсулот етказиб бериш, пул тўлаш, бозор номенклатураси, мавсумий талаб кабилар таъсир кўрсатади.

Кўтара устамаларининг иқтисодий моҳияти шундан иборатки, улар кўтара савдо ташкилотларининг (сарф харажатларини қоплаш) маҳсулотни истеъмолчиларга етказиб бериш, маълум ўлчамдаги даромад бунёд этиш, қиймат солиғи ва бошқа бюджетга тушмайдиган фойдалар бўйича сарф-харажатларини қоплашдан иборатдир. Давлат ёки нарх белгиловчи идоралар қарори

асосида нарх белгилашдан маълум чеклашишларни ички бозор бўйича ўтказиш мумкин.

3. **Шартномавий нарх** — бу шартнома асосида сотувчи ва сотиб олувчи маҳсулот ишлаб чиқарувчи ва истеъмол қилувчи ёки ўртада турувчи ўртасидаги ўрнатилган нархдир.

4. **Чакана нарх** — бу нарх бўйича чакана савдо ташкилотлари маҳсулотни халққа сотади. У чекланган ва эркин бўлиши мумкин. Чекланган чакана нарх нарх белгиловчи идоралар орқали ўрнатади. Эркин нарх ҳар хил савдо корхоналари, ҳўжалик юритувчи субъектлар томонидан чекланади, уни чиқариш нархи асосида ва савдо ҳамда чиқарувчи звено қўшимчасини қўшиш билан белгиланади.

Савдо устамаси — бу сотиш қўшимчаси бўлиб савдо корхоналари ва бошқа ҳўжалик юритувчи субъектлар томонидан халққа маҳсулот сотилишида ўрнатади. Унинг вазифаси товарларни чаканалаб сотиш билан боғлиқ харажатларни ва бу операцияларни даромад қилишини таъминлашдан иборат. Ҳокимият ёки нарх белгиловчи идоралар қарори билан савдо устамаларининг миқдори чекланиши мумкин. Бозор қўламини ва уни ҳудудий чегарасини ҳисобга олиб нархлар маҳаллий, миллий (ички) ва умумжаҳон (ташқи) бўлиши мумкин.

Товар бозорларида ҳар хил турдаги нархлар ишлатилади: яъни **ишлаб чиқариш воситалари нархи** — маҳсулот нархи деб аталувчи, кенг истеъмол товарларининг нархи — товар нархи деб аталувчи, меҳнат маҳсулот хизматининг махсус тури ишининг нархи — тарифлар деб аталувчи нархлардир.

Махсус турдаги нархлар — булар чекланган нархлар деб аталади. Улар янги маҳсулот турининг ҳамда гуруҳлаб (сериялаб) ва кўплаб ишлаб чиқариловчи маҳсулот муомаласи учун ишлатилади. Чекланган нархлар уларининг энг юқори йўл қўйиладиган савиясини ифодалайди.

Янги маҳсулот учун **босқичли нархлар** тасдиқлашиши мумкин, яъни улар ишлаб чиқарувчи томонидан олдиндан белгиланган муҳлатларда ва аввалдан аниқланган шкала бўйича камаювчи нарх гуруҳлаб (сериялаб) ва кўплаб ишлаб чиқариладиган маҳсулот учун қоида бўйича прејскурант нархлари, яъни махсус прејскурант тўпламларига кирувчи нарх белгиланади.

Хизматлар учун ўрнатилган нархлар ҳам прејскурант-ли бўлиши мумкин.

Нархларни махсус тури товар биржалар фаолиятига хизмат қилади. Товар биржасида тўпланувчи нархлар биржалар котировкалари деган ном олган. Ўзига хос нархлар тури капитал бозорида ҳам ишлатилади. Суда капиталнинг товар сифатидаги қиймати фоида ҳисобланса, қалбаки капитал — қимматбаҳо қорозлар курси ҳисобланади.

Меҳнат биржасида ишчи кучи нархи фаолият кўрсатади, унинг номи иш ҳақидир. Таъсир кўрсатадиган вақтга қараб нархлар режалли, ҳақиқий (амалдаги), солиштирма, яъни маълум вақтга белгиланган нархларга бўлинади. Таъсир кўрсатиш муҳлатига қараб нархлар: доимий, вақтинчалик, мавсумий ва бир марталик туркумларга бўлинадилар. Нархларнинг узил-кесил шаклланиш жойига қараб (ишлаб чиқариш жойида ёки истеъмол қилиниш жойида) қуйидаги турларга бўлинадилар:

— франко-станция (пристань) жўнатувчи;

— франко-станция (пристань) қабул қилиб олувчи

«Франко» сузи маҳсулотни ишлаб чиқарувчидан то истеъмолчига етказиш учун кетган транспорт харажатлари миқдорини нарх таркибига киритилишини билдиради. Юқорида номлари келтирилган нархлардан ташқари товар-йўл муносабатлари тизимида кенг ишлатилувчи аукцион, маълумотномавий, эркин, тартибга солинувчи ва белгиланган ҳамда талаб, тақлиф ва мувозанат нархлари мавжуд.

Аукцион нархлар аукцион савдосидаги нархлардир.

Маълумот берувчи нархлар — бу нархлар махсус маълумотномаларда, шартномалар тузиш мақсадида берилувчи нархлардир.

Эркин нархлар — бу давлат идоралари томонидан чекланмайдиган нархлардир. Тартибга солинувчи нархлар нарх савиясини белгилувчи асосий ўлчамлар давлат бошқарув идоралари томонидан берилган ҳуқуқлар асосида белгиланади.

Белгиланган (расмий, мустаҳкам) нархлар — булар ҳокимият томонидан ўрнатилган ва маълум йўл қўйилган вақт бирлигида ишловчи ўзгармас нархлардир.

Талаб нархи — бу истеъмолчи меҳнат маҳсулини сотиб олишга рози бўлган нархдир.

Тақлиф нархлари — булар шундай нархки, улар билан ишлаб чиқарувчилар ёки мулк эгалари ўз маҳсулотини (товарини) сотишга тайёрдирлар.

Мувозанат нархлари — талаб нархини тақлиф нархига тенгличини акс эттиради.

Нархларни турли-туманлиги товар муомаласининг барча истеъмолчига мўлжалланган томонларини акс эттиради. Кичик шаклли хўжалик юритиш субъектлари ўзларини бозор нархидан фарқланувчи нархларни қўллашда чекланганлиги сабабли асосий диққат эътибор товар турларига ва ҳаракатига қаратилмоғи керак, чунки уни маълум бозор жойида сотилишини рағбатлантириш керак.

Бу эса ишлаб чиқарувчи фирма нарх қўйишда маълум эркинликка ишлаб чиққан маҳсулотини мақсадга мувофиқ ҳисоб қилиниш эвазига эга бўлиши мумкин. Ундан ташқари бир қатор ҳолатлар мавжудки нархга маркетингча фикрлаш муҳим аҳамият кашф этади.

Биринчидан — бу энг аввал ўрнатилган нарх эвазига хелиб чиқади, янги меҳнат маҳсулотига, янги сотиш йўли билан тарқатилувчи эски товарга ёки янги бозорларга, нархни қиймат шкаласи билан калькуляция қилинишида (товарларни кичик кўтара партиялар билан сотилишида) ва бошқалар.

Иккинчидан — фирмани аввалги ўрнатилган нархларни қайта кўриб чиқишида, нархни калькуляция қилинишида йўл қўйилган хатоини тўғрилашда ва нарх белгилаш сиёсатини ўзгаришида. Масалан, энг катта даромад олиш ниятида ўрнатилган ўта юқори нархдан бозорда мустаҳкамланилиш учун нормал нархларга ўтилади.

Учинчидан — фирмани нарх ўзгаришига рақобатчиларни таъсирланмиш сезиш масаласини куришида.

Тўртинчидан — бир-бирига яқин бир турдаги товарларга нарх қўйишда.

26.2. Нарх белгилаш жараёни ва унинг вазифалари

Нарх белгилаш вазифаси маркетинг мақсадида келиб чиқади. Корхона қисқа ва узоқ муддатли кредитларни амалга ошириш учун бозор вазияти ўзгаришига ҳўра маҳсулот нархини ўзгартириб туради. Ишбилармонларнинг пухта ўйлаб олиб борадиган нарх-наво

сиёсатиға бевосита боғлиқ бўлган бир неча муҳим ўқшаш вазифаларни кўриб чиқамиз.

Ҳали ўзлаштирилмаган бозорга чиқиш. Бу мақсадга эришиш учун фирма фаол нарх-наво сиёсатини, сотиш нархида ошириб бориши мумкин.

Янги маҳсулот қиратиш. Янги товарни ёки сотиб олувчининг талабини юқори даражадаги самара билан қондирувчи такомиллашган маҳсулотни чиқиши, фирмага маълум вақт даврида бозорда яққаҳокимлик ҳолатини таъминлайди. Ишлаб чиқарувчилар бу ҳолатларда нарх-наво сиёсатини, ишбилармонлар доирасида маълум бўлган «қаймоғини олишини» амалга оширадилар. Бунинг маъноси шундаки, корхоналар максимал юқори нарх қўядилар, бу эса ўз навбатида даромад меъёрини биринчи бор ушбу тармоқ учун ёки фаолият тури учун юқори қилиб таъминлайди.

Бозор сегментлари бўйича бирдан кейин бирига тарқатиш. Бу масала ўзининг тузилиши билан «қаймоғини олиш» сиёсатиға яқин қарх-наво сиёсати орқали ҳал этилади. Янги маҳсулот аввал шундай бозор сегментларига тақлиф этиладик, бунда истеъмолчи ташаббускорлар юқори нарх тўлашга розидилар. Натижада улар янги маҳсулотни жон-дили билан қабул қиладилар ва уни биринчи эгаси бўлиш ниятида ортиқ пул тўлашга ҳам тайёрлар.

Бу каби иш усулининг бозордаги дастлабки мажбурий шарт-шароити қуйидагилар бўлиши керак: самарали патент ҳимояси, рақобатчилар учун тез «ноухау»ни ошқора қила олмаслиги ва ушбу маҳсулотта ўқшаш маҳсулотни бунёд этилиши мумкин эмаслиги.

Харажатларни тезда қайтариб олиш. Батъи бир ҳолатларда маҳсулотни нисбатан юқори бўлмаган нархи кичик корхонани ҳўжалик фаолиятини ёки уни яратиш билан боғлиқ харажатларни тезда қайтариб олиш хоҳиши билан аниқланади. Бу каби қўлай нарх сиёсати маҳсулотни катта ҳажмда фаол равишда сотилишига ҳисоблангани товарни ёки хизматни узоқ тижорат муваффақиятига ишончини йўқлиги эвазига келиб чиқади. Бу масала қуйидаги шароитларда бажарилиши мумкин:

— бозор майдонининг ёки сегментининг керакли катта миқдорда бўлиши;

— маҳсулот бирлигининг ишлаб чиқарилиши тўлатўкис ишлаб чиқаришни майда сериялиги билан боғлиқ бўлмаганда;

— агар умумий харажатларда ўзгарувчан харажатлар солиштирма оғирлиги юқори бўлса.

Кичик бизнес корхоналарида нархнинг шаклланиш жараёни сезиларли даражада соддалаштирилган йирик компаниялардан фарқли равишда нарх белгилаш билан махсус бўлимлар ҳўжалик бўлимларининг раҳбарларини, сотув хизматини, молия ва бухгалтерияни жалб қилиб шуғулланса, кичик фирмалар юқори раҳбарлари кўпинча нархни ўзлари белгилайдилар.

Шунинг учун нархнинг биринчи даражали вазифаси товар бозорларини табиий чегараларини аниқлашдан иборатдир. Ундан кейин бозорларда товар билан тўлдирилмаган майдонларни қидириб топиши ва истеъмолчининг сотиб олиш қобилиятини аниқлаш зарур. Ўзининг маҳсулотига нархни бозор вазиятига қараб бозорни маълум бўлагига ва мўлжалланган ҳажмдаги даромадга эга бўлиш мақсадида ўрнатиш лозим.

26.3. Нарх белгилаш усуллари

Маъмурий усул кичик бизнесда кенг тарқалган усуллардандир. У нарх савиясини афзал кўришни мўлжал қилиб, истеъмолчини динини ёки рақобатни ва бозорда ҳўкм сурувчи талабни ҳисобга олиб ўрнатади. Ушбу усул шундай фикрга асосланадик, истеъмолчилар кўпроқ юқори нархлар юқори сифатни, паст нархлар эса унинг сифат ўлчамларининг паст савиядалигини билдиради деб фикр юртизадилар. Бу ерда қуйидаги вазиятларни ҳисобга олиш зарур:

а) маҳсулотни сифатиға фақат унинг нархиға қараб баҳо бериш мумкин;

б) харидорлар ҳар хил тур ва маркадаги товарларни бир-биридан сезиларли фарқланади, деб ҳисоблайдилар ва маҳсулот сифатини ишонч билан аниқлай олмайдилар, айниқса янги товар сотилишида;

в) юқори нархлар сотиб олиш оммавийлигини йўқотади;

г) номи номатўлум фирмалар ёки ўзининг обрўини ушлаб туриши учун фирма маълум савиядаги нархни мўлжаллаши керак. Бу ерда нарх фирма маҳсулотини сифат савиясини, ҳўжалик юритувчи субъект ўзининг маҳсулоти ёки хизмати учун бунёд этмоқчи бўлган тасвирини акс эттириши муҳим.

Нарх белгилашни маъмурий усулида ўзини ва

қўниқилган нарх стратегиясини киритиши ўз-ўзини оқлайди. Маълум табақдаги истеъмолчилар ўзи учун паст даражадаги нархларни белгилайди ва ундан бирор нарсани ҳам арзон сотиб олмайдди, чунки уларнинг фикрича паст нархлардаги маҳсулот сифати талаб даражасида бўлмайди деб тушунади. Шу билан бир қаторда ушбу тоифадаги сотиб олувчилар ўзлари учун нархни юқори савиясини белгилайди, бу нархлар уларнинг жамиятдаги ҳолатига ва товарнинг ёки хизматнинг зарурий сифат савиясига тўғри келади деб ўйлайдилар.

Рақобатта мўлжал этилган маъмурий нарх белгилаш усули — бу савдо таклифига ўхшаш нархдир. Савдода қатнашувчи фирманинг вазифаси харидорга рақобатчилар нархидан бироз пастроқ бўлган битимни маҳсулот сифатига қўйиладиган барча шартларни ҳисобга олган ҳолда, бунда албатта савдо қатнашчиси унинг чегараланган савиясига мўлжал қилади, ундан паст нарх бўйича буюртма олинса маҳсулот паст рентабелли ёки зарар келтирувчи бўлиши мумкин баҳони таклиф қилиб товар етказиб беришга буюртма олиш.

Хорижий давлатларда нарх белгилашни ҳаракат механизми янги маҳсулотни бозорга олиб чиқишида ишлатилади. У баҳони ҳисоблашни бир неча усуллари ўз ичига олади. Улар тўла, тўғри ўрнатган, стандарт, чегараланган харажатларга ҳамда мақсадли нархга ёки мақсадли даромад меъёрига мўлжаллангандир.

Ўртача тармоқ нархларини мўлжаллаш нусха кўчириш санъатини танлаган машҳур компанияларнинг ажойиб товарларни сохталаштиришга ўрганган кичик бизнес корхоналарига хосдир. «Қалбаки қўзиқорин» стратегиясини амалга ошириб кичик фирмалар қалбаки товарларни бозорга пастроқ нархлар билан чиқаришини уларни илмий-излавиш ва тажриба конструкторлик ишларини бажармасликлари ҳисобига қўшимча харажатлар қилмасликлари билан оқлаш мумкин.

Хўжалик юретишни кичик шаклини амалга оширувчи субъектларни нарх сиёсати, илғорини мўлжалга олиб, йирик компанияларнинг устуворлик стратегияси орқали амалга оширилади («Хамелеон»). Бу каби нарх белгилаш мисолини йирик корхона нарх савиясини франчайзинг асосида кўриш мумкин.

Талабни мўлжаллаш — нарх савиясини талаб жадаллаштиришини доим кўздан кечириб турилишига асосланган аниқлаш усулидир. Ушбу усул соддалаштирилган ҳолда қуйидагича ишлатилади: талаб ошганида нархлар юқорироқ савияда ўрнатилади, талаб пастайганда пастроқ савияда. Ҳар иккала ҳолда бир дона маҳсулотга тўғри келадиган ишлаб чиқариш харажатлари бир хил бўлиб қолади, аммо даромад меъёри ўзгаради.

Кичик бизнесда ҳақиқий талабни ҳисобга олганда нарх белгилаш усули нархни камситишда ишлатиш билан боғлиқдир. Унинг асосий маъноси шундаки бир хил маҳсулот бир тур ва ундан ортиқ нархда харидорга боғлиқлик билан, товар вариантга қараб, сотиладиган ерига ва вақтига қараб сотилиши мумкин.

Бир турдаги иккита товар номуносиблик билан товарни психологиясини тарихини акс эттириб сифат бўйича бўлган тафовутни ишлаб чиқаришни тўғри харажатларини ошкор қилмасдан нархланиши мумкин. Мисол учун идиш ювиш автомат пластмасса корпусда (корпус қиймати 5 долл.) 180 доллар нархида сотилади, худди шу автомат ёроч корпусда (корпус нархи 10 долл.) 220 доллардан сотилади. Бу ерда нарх маълум харидорларга руҳан таъсир кўрсатади, улар кўниқиб ҳисобига аммо чиройли ишланган маҳсулот учун ортиқча ҳақ тўлашга ҳам тайёрлар.

Товарнинг ҳаёт цикли даврида нархлар тез-тез ўзгариб туради: яъни юқоридан (энг кўп танловчи мода изидан қувловчи харидорларни жалб этиш учун) — пастга (кўплаб харидорлар эҳтиёжи учун). Бундан ташқари паст нархлар одатда унча катта бўлмаган сервис хизмати билан боғлиқ бўлади. Товарларни кўп миқдорда сотиб олувчилар учун нархлар бироз пастайтирилиши мумкин.

26.4. Нархни калькуляция қилиш услуби

Талабни ўзгариш эгри чизигини ва зарурий харажатларни бида туриб маҳсулотни бозор нархини назарий ҳисоблаш мумкин. Унда фирманинг даромад ўлчами энг юқори бўлади. Талабга оид вазиятни қуйидаги 26.1-жадвалдан кўришимиз мумкин. Ўзгармас харажатлар 40 млн. сўм, умумий харажатлар 500 млн. сўм (бир дона маҳсулот учун).

Бир донасининг нархи (ман. сўм) (P)	Тавар қилинган товар ҳажми (дова) (Q _н)	Салдодан қолган маблағ ман. сўм (R = P·Q _н)
1	600	600
2	500	1000
3	400	1200
4	300	1200
5	200	100
6	0	0

26.2-жадвал

1 Донасининг нархи ман. сўм (P)	Тавар ҳажми (Q _н)	Салдодан тушган пул ман. сўм (R _с)	Ўзгармас харажат ман. сўм (F _с)	Ўзгарувчан харажатлар ман. сўм (V _с)	Умумий ишлаб чиқариш харажатлари (C)	Даромад ёки зарар ман. сўм (PR)
1	600	600	40	460	500	100
2	500	1000	40	360	400	600
3	400	1200	40	280	320	880
4	300	1200	40	220	260	940
5	200	1000	40	180	220	780
6	0	0	40	160	0	0

Ушбу жадвалда берилганлар шунини кўрсатадики, энг катта миқдордаги фойда 300 дона маҳсулот донасининг 4 ман. сумдан сотилганда таъмин этилар экан. Шу билан бирга нархни калькуляция қилиш назарий ҳисоблари нархдан ташқи ўзгармас харажатлар таъсирини ҳисобга олмас экан, масалан, сотиш йўналиши омиллари, рекламалар, узоқ давр рақобати ва бошқалар.

Бу каби ниятларни даромадин қўлайиш бўйича фақат қисқа давр ичида олиб бориш зарур, бунинг учун фирма бозорда талаб ҳаракати тўғрисидаги тўла ахборотга ва унга товар ишлаб чиқаришдаги ўзгармас ва ўзгарувчан харажатлар аён бўлган керак.

Шу билан бирга нархни назарий калькуляцияси

ҳисобларни бошланиш давридагиси жуда фойдалидир. У ҳақиқий вазият ҳақида маълум тушунчага эга ва мақсадлар, талаб, харажатлар ва даромадлар оралигидаги муносабатларни яхши тушунишга қўмаклашади.

26.5. Нархни амалиётдаги калькуляцияси

Назарий ҳисоблар эвазига олинган нарх калькуляциясининг мақбуллаштирилган модели ҳақиқий ҳужалик вазиятини ҳисобга олиб қуйидаги 3 та йўналиш бўйича аниқлаштирилади:

1. Харажатларни мўлжал қилиб:

— «харажатлар-даромад» қоидаси бўйича нарх белгилаш;

— мақсадли даромад меъёрининг таъминловчи нарх вазифаси;

— зарар кўрмаслик усули бўйича нарх белгилаш (ишлаб чиқаришни жиддий ҳаётимиздаги харажатлар).

2. Талаб мўлжали билан:

— нархни камситиш;

— товар таҳлили;

— товар турлари.

3. Рақобат мўлжали билан:

— истеъмолчи нархи;

— харажат мўлжали билан нарх ҳисоби усули.

Республикада қўлланиб келаётган «Нарх ва тарифларни ишлатилиши ва шаклланиши тартиби ҳақидаги қоидалар» юқорида кўрсатилган йўналишлардаги нарх белгилашни ҳар бир аниқ ҳолат учун ишлатилиши мумкин бўлган нарх белгилаш жараёнини кўзда тутати.

Ушбу қоидалар 1996 йил 1 январдан кучга киритилган. Улар маҳсулотлар учун товарлар, хизматлар учун нархларни ва тарифларни шаклланиши ишлатиш тартибини кўзда тутати ва барча ҳўжалик юритувчи субъектлари томонидан уларни кимга бўйсунуши ва мулк шаклидан қатъи назар агар ҳокимият томонидан бошқача тартиб ўрнатилган бўлмаса, республика ҳудудида ишлатилиши кўзда тутилган.

Ишлаб чиқариш техника вазифасига эга маҳсулотни чиқариш нархи шаклланиши асоси сифатида халқ истеъмоли товарлари ва хизмат тарифлари, кишлок ҳўжалиги маҳсулотига етиб олиш нархи сифатида нарх белгилаш йўналиши қоидаси «харажатлар-даромад» қоидаси қабул қилинган, яъни ушбу нархлар асосига

маҳсулотни режали таннархи, ўрнатилган барча солиқ ва солиқ тўловлари маҳсулот ва хизмат сифатини ҳисобга олиб киритилади.

Маҳсулотнинг режа таннархи асосий қондаларига асосланиб ҳисобланади.

Чиқим нарх ва тарифлари жўнатиш франко-станция (порт, пристань) шароитларида шаклланади. Томонлар келишуви билан маҳсулотни бошқа етказиб бериш шартлари қабул қилиши мумкин, бир шаҳар шароитида маҳсулот жўнатиши франко-омбори бўлади.

Тайёрлов корхона ва ташкилотлар ва бошқа ҳўжалик юритувчи субъектлар уларнинг мулк шакллари-дан қатъи назар ҳўжалик, совхоз, деҳқон ва фермер ҳўжаликлари ва халқдан сотиб олинadиган ҳўжалик маҳсулотини шу жумладан ёввойи тарзда усувчи ме-валарни, қўзиқоринларни сотиб олувчилар чиқариш нархини сотиб олиш нархи, режа муомала харажатла-ри (тайёрлаш, сақлаш ва транспорт ташиш харажатла-ри), ўрнатилган солиқ ва солиқ тўловларини, зарурий даромад асосида шаклланади.

Бу нархлар билан маҳсулот қайта ишловчи ва савдо корхоналарига сотилади. Вазирлар Маҳкамаси парх-наво қобилиятини қонун асосида маҳсулот чиқарувчи яккахоким корхоналарни нарх ва тарифларни тартибга солиб боради. Ишлаб чиқарувчилар харидорлар билан бир хил маҳсулот учун ҳар хил савиядаги чиқариш нархларини келишиб олишга ҳуқуқлидирлар, уларни етказиб бериш, пул тўлаш, бозор талаби ва мавсумий талаб шаронглари асосида амалга оширилади.

Сотиб олувчилар билан пировард чакана нархни келишиб олишга йул қўйилади. Агар ишлаб чиқарув-чи корхона ўз маҳсулотини харидорга сотиш пайтида унга ўрнатилган эркин чиқариш нархини пасайтириб берса, унда ушбу пасайтириш маҳсулот учун ўрнатил-ган чиқариш нархи ҳисобланади.

Ишлаб чиқариш техника вазифаси ҳамда халқ ис-теъмоли товарларини республика ҳудудида сотиш, таж-риба корхоналар орқали сотиш ва олиб сотиш даври-да, улар кўтара етказиб берсалар, уларнинг бўйсун-ши ва мулк шаклидан қатъи назар кўтара қўшимча ҳар иккала томон розилиги билан режали харажатлар, ўрнатилган солиқ ва солиққа тегишли бўлмаган тўлов-лар ва зарурий фойда асосида аниқланади.

Шу билан бирга вазирликлар ва бошқа юқори таш-

килотлар ўз тасарруфидаги корхоналар учун кўтара қўшимчани чекланган улчамларини ўрнатишлари мум-кин. Импорт қилиб олиб келинаётган маҳсулот учун чиқариш нархи ички бозорда кўтара савдо билан рес-публикага олиб келган сотиб олувчи томонидан шакл-ланади. Бу битим нархи асосида, миллий банк курси бўйича, Молия вазирлиги ўрнатган тартибда импорт сарфлари, солиқ ва солиққа тегишли бўлмаган тўлов-лар каби харажатларни ҳамда воситачи учун тижорат мукофоти, даромад ва ички бозор талабинин ҳисобга олган ҳолда аниқланади.

Ишлаб чиқариш техника даражаси аҳамиятига эга маҳсулотни ва транспорт техникасини, шулар жумла-сидан хизматда бўлган енгил автомашиналар барча истеъмолчилар томонидан шу сотиш даврида ҳукм су-раётган нарх, талабини ҳисобга олиб ҳамда сотилаётган маҳсулотни эскилигини ва сифатини ҳисобга олинган нарх билан сотилади.

Иккиламчи ресурс маҳсулотларини (металл парча-лари, қороз ва бошқалар) ҳар иккала томон эга корхо-на ва сотиб олувчининг келишуви билан чиқариш нархи ўрнатилади. Бунда иккинчи даражали ресурслар нар-хи истеъмолчи учун биринчи даражадагилардан, улар-га ишлов бериш харажатларини қўшгандан кейин юқори бўлмаслиги керак.

Тўла-тўқис бўлмаган (стандарт бўлмаган) маҳсулот ўзаро келишилган нархда сотилади, фақат ушбу кор-хонада чиқарилган тўла-тўқис маҳсулот нархидан юқори бўлмаслиги керак. Маҳсулот учун чакана нарх-лар қўйидагиларни ҳисобга олиб ўрнатилади:

— республикамизга олиб кирган харидор томони-дан шакллантирилган нарх ёки ишлаб чиқариш кор-хонасининг чиқариш нархи;

— қишлоқ ҳўжалик ишлаб чиқарувчиларининг со-тиб олиш нархи;

— қишлоқ ҳўжалиги маҳсулотини тайёрловчилари-нинг чиқариш нархи.

Барча ҳолларда кўтара савдо қилувчилардан кўтара нархи қўшиб тўланган қўшимча тўлов ва савдо қўшим-часи чакана савдо қилувчи корхона ёки бошқа субъект томонидан ўзи билангича режали муомала харажатла-рини ўрнатилган солиқни ва солиққа тегишли бўлма-ган тўловларни ҳамда зарурий даромадни ҳисобга олиб белгиланади.

Корхоналар томонидан халққа хизмат кўрсатиш учун ишлатиладиган маҳсулот қиймати мулк шаклидан қатъий назар уни сотиб олиш нархи асосида сотиб олиш билан бовлиқ ҳақиқий харажатларини қўшиши билан аниқланади. Майиш хизмат кўрсатиш корхоналари кичик партия билан ишланган товарларни барча истеъмолчиларга шакллантирилган нарх бўйича сотади. Ушбу товарларни чакана савдо корхоналарида сотиш пайтида, шу жумладан майиш хизмат тизимига кирувчи корхоналарда ҳам шакллантирилган нархдан савдо қўшимчаси олинади.

У эса режали муомила харажатлари, солиқ ва солиққа тегишли бўлмаган тўловлар ҳамда зарурий даромад асосида аниқланади.

Овқатланиш корхоналарида устама чакана нархлар ишлатилади. Улар худди чакана савдо корхоналарига ўхшаш тартибда шакллантирилган бўлади. Аммо овқатланиш корхонасига чиқиш нархи билан келиб тушган ва кулинария бўйича ишлов беришмасдан сотилдиган маҳсулот учун нарх савдо устамаси билан ўрнатилди, овқатланиш корхонасининг фойдасини аниқлаш учун қўшиладиган устама қўлланилмайди.

Аммо қўйиб ва партиялар билан сотиладиган товарлар учун нархга савдо устамаси қўйилади. Овқатланиш корхоналари томонидан узида ишланган маҳсулот учун сотиладиган нархларни шакллантиришда таннарх ва рентабеллик меъёри, хом ашё ва товарларни сотиб олинган нарх калькуляциясига киритилади.

27. НАРХ БЕЛГИЛАШНИ КЎП ОМИЛЛИГИ

27.1. Ҳар тил турдаги бозорларда нарх белгилаш

Кичик бизнесда нархни мақсад савиясида ўриатиш ва уни ушлаб туриш рақобат шаклига ва бозор турига кўпроқ боғлиқдир. Хўжалик юритувчи субъектлар яккахожимлик бозорида даромадни иложи борица қисқа давр ичида кўпайтиришлари мумкин. Бунда нарх савдодан келадиган маблағни қилинган харажатларга яқин келишини таъминлайди.

Бу талаб маҳсулотни бозор талабига тенг миқдорда ишлаб чиқилганда амалга ошади.

Бир мисол кўриб чиқамиз. Узинмизча қуйидаги чиз-

292

мани фараз қилайлик. Кичик фирма ўзининг бозори майдонида яккахожим бўлсин, дейлик. Унинг маҳсулотига бўлган талаб вазифаси ҳақидаги ахборот умумий харажатлар билан 27.1-жадвалга хиритилган.

27.1-ж а д в а л

Товарни турли ишлаб чиқаришдаги нарх ва умумий харажатлари

Ишлаб чиқариш дони (Q)	1 донисининг нархи млн. сўм (P)	Умумий харажатлар млн. сўм (C)
100	10	
200	9	
300	8	
400	7	
500	6	24
600	5	25
700	4	27
800	3	30

Қуйидагилар аниқлансин: маҳсулотни қандай ишлаб чиқарилишида монополист даромадни маълум миқдорига кўтаради?

Ечим:

Монополист фирма учун даромадни максимум миқдорига олиб чиқишининг асосий шарти бу савдодан тушган маблағни ва чекланган харажатларнинг тенг-лигидир. Бу эса якка ҳокимнинг маҳсулоти нархи шундай савияга эга бўладики, унда маҳсулот ҳажмининг савдодан тушган маблағ билан умумий харажатлар айирмасининг соф миқдорига етади (27.2. Жадвал).

Жадвалда берилган монополист фирма даромади энг каттасига 500 дон маҳсулот ишлаб чиқарганда ва нархи 6 млн. сўм бўлганда эришар экан. Бу каби таклиф ҳажмида талаб тўлароқ қондирилади ва маҳсулот ишлаб чиқариш қўламининг ижобий самараси ишлатилди, чунки чекланган харажат ва савдодан келадиган маблағлар бир-бирларига иложи борица яқинлашади.

Фирма томонидан нархларни якка ҳоким бозоринда назорат қилиш даражаси анча юқоридир. Шунинг учун

293

Соф ежаҳдоқимияда тақлиф ҳажми ва товар нарҳини аниқлаш

Тақлиф ҳажми дона (Qs)	Бир донани нарҳи млн. сўм (C)	Умумий харажатлар млн. сўм (C)	Савдо-даш тушган маблағ (R)	Даромад млн. сўм (PR)	Қўшимча 100 донани маҳсулотининг чекланган харажатлари млн. сўм (MC)	Қўшимча 100 донани маҳсулотининг савдодан келадиган маблағи млн. сўм (MR)
100	10	2000	1000	-1000	—	—
200	9	2100	1800	-300	100(2100—2000)	800(1800—1000)
300	8	2200	2400	200	100(2200—2100)	600(2400—1800)
400	7	2300	2800	500	100(2300—2200)	400(2800—2400)
500	6	2400	3000	600	100(2400—2300)	200(3000—2800)
600	5	2500	3000	500	100(2500—2400)	0(3000—3000)
700	4	2700	2800	100	200(2700—2500)	200(2800—3000)
800	3	3000	2400	600	300(3000—2700)	400(2400—2800)

ҳокимият рақобат йўқ ерда давлат монополистга қарши; конуналарни ишла солиб нарҳларни тартибга солиб туради. Фирманинг аниқ рақобат шароитида бўлган бошқа мисолни кўрамиз. Унинг фаолият соҳасига яна 9 та кичик корхона қиради. Фирманинг қисқа даврда умумий харажат вазифасини ва бозор талабининг эгри чининги 27.3-жадвалда берилган.

Қуйидагиларни аниқлаш зарур:

- 1) тўғри миқдордаги нарх қандай?
- 2) қар бир фирма томонидан қанча ишлаб чиқилган?

Ечим:

Ушбу масалани ечиш йўли бошида аввалгисига ўхшаш, нархни минимал савиясини белгилловчи, ўртача ўзгарувчан харажатлар ва чекланган харажатлар аниқланади (27.4-жадвал).

Товарни турли ҳажмда ишлашишнинг умумий харажатлари ва уни ҳар хил талаб савиясига оид нархи

Ишлаб чиқариш дона (Q)	Бир донасининг нарҳи млн. сўм (P)	Умумий харажатлар: млн. сўм (C)	Талаб ҳажми: дона (Qd)
0	—	900	—
100	9	1100	1000
200	7	1500	1500
300	5	2100	2000
400	3	2900	3000

Чекланган харажатлар — бу 1 донани қўшимча маҳсулот ишлаб чиқариш учун қилинадиган қўшимча харажатлар ёки:

$$\Delta C / \Delta Q;$$

ёки:

$$(1500 - 1100) / (200 - 100)$$

Чекланган харажатлар ифодасидан кўриниб турибдики, фирма ишлаб чиқаришни тўхтамаслиги учун бир донасини 100 донадан кам бўлмаган ҳажмда нархи 3 млн. сўмдан кам бўлмаслиги керак. Ўша нарх қийматлари учун тақлиф ҳажмини аниқлаймиз. Улар тўғрисида бизда талаб ҳажми аниқ бўлганда, яъни 3, 5, 7 ва 9 млн. сўм.

Товарларни турли ҳажмда ишлашишга тегишли ўзгарувчан ва чекланган харажатлар

Ишлаб чиқариш ҳажми: дона (Q)	Умумий харажатлар: млн. сўм (C)	Ўзгарувчан харажатлар млн. сўм (Vc)	Ўртача ўзгарувчан харажатлар млн. сўм (Avс)	Чекланган харажатлар р (MC)
100	1100	200	2	—
200	1500	600	3	4
300	2100	1200	4	6
400	2900	2000	5	8

Топилганларини 27.5-жадвалга киритамиз.

Талаб ва тақлиф ҳисоби мувозанатининг вазифалари

Талаб вазифалари		Тақлиф вазифалари		
Нарх, млн сўм (P)	Тақлиф ҳажми, бирл. (Qd)	Нарх, млн. сўм (P)	Тақлифнинг ҳажми, бирл. (Qn)	
			Фирма бўйича	Ҳимма корхоналар бўйича
3	3000	3	100	1000
5	2000	5	200	2000
7	1500	7	300	3000
9	1000	9	400	4000

27.5-жадвалдан маълумки рақобат мавжудлиги шартини талаб ва тақлиф бир-биринга тенг бўлиб, битта маҳсулот учун нарх мувозанати 5 млн сўмга тенг, уни чиқариш эса ҳар бир ўнга фирмага 200 бирликини белгилайди.

27.2. Янги товарга нарх қўйиш

Кичик бизнес корхоналари янги маҳсулотни бозорда муваффақиятли ҳаракат қилиши учун асосан олти та турдаги нархлардан фойдаланишлари мумкин:

1) бозор майдонида «қаймоғини олиш» яъни тор ихтисослашган бозор сегменти қисмида ҳаракатни энг бошидан бошлаб янги ёки такомиллашган маҳсулот учун ишбилармон истеъмолчилар сотиб олади деган ниятда юқори нарх ўрнатишдир;

2) маҳсулотни бозорга киритиш нархи, яъни ўлғаш маҳсулот ва хизматларга бозордагига қараганда анча паст нарх белгилан;

3) «психологик» нарх, бутун сўмдан пастроқ бўлган нарх ўрнатиш. Масалан, фирма раҳбарлари мақбул бўлган нарх 200 минг сўм ўрнига 199 минг сўм нарх қўйиш қарорига келади, бу эса харидорга катроқ нарх «психология» руҳий таъсирини кўрсатади;

4) бозорда ва тармоқда илгарлик нархи. У бозордаги асосий рақобатчини тақлиф асосида нарх билан белгиланади;

5) ишлаб чиқариш харажатларини қайтарувчи нарх. Бу ерда фирма ўзининг янги маҳсулоти ёки хизмати

учун нархни уларни ишлаб чиқариш ва сотиш билан боғлиқ ҳақиқий харажатларни ҳамда бозордаги ёки тармоқдаги ўртача даромад меъёрини ҳисобга олиб белгилайди;

6) маҳсулот ёки хизматни юқори сифатлилиги учун ўрнатилган нарх, бунда улар махсус эришилиши юқори хусусиятга эга бўлиши керак.

Кичик корхона раҳбарларига ҳар бир аниқ ҳолатда у ёки бу нархга нисбатан тўғри танлаш ва уларни ўрнатилишини асослаш керак. Бу ерда бир катор омилларни таъсирини ҳисобга олиш зарур, яъни улар ичида ҳал қилувчи аҳамиятнинг эгалари — булар янги маҳсулот бўйича бозор майдони ҳажмининг ёки хизматини бозорга киритилишининг тезлигини, капитал маблағларини ўзини-ўзи оқлаш даври ва бозорда рақобатларини пайдо бўлиш имконияти ва бошқалардир.

Бозорда «қаймоғини олиш» номига эга нарх белгиланганда ендаги кичик бизнес субъектлари қуйидаги ҳолатларда ишлатадилар:

- бутунлай янги ўзига яқин ўхшашлиги бўлмаган «товар» нарх ҳаёт циклининг бошланғич босқичида турган маҳсулот билан маълум бозор майдонига чиқишда;
- агар чекланган харидорлар учун маълум маҳсулот билан бозорни таъминлаш тўғрисида қарор қабул қилинганда;
- шундай бозор майдонига тегишли ишда, ҳаердаги талаб нарх динамикасига боғлиқ бўлмаса кичик фирмалар маҳсулотни бозорга киритиш нархини «қалбаки қўзқорин» кўчириб олиш стратегиясини амалга оширилишида ишлатилади.

Билатуриб ўрнатилган ҳақиқий маҳсулот кўринишидаги нусха учун ўрнатилган паст нарх кичик бизнес субъектлари учун бозорга кириш ва унда маълум вақт ўтганиб туриш учун имкон яратди. Янги маҳсулот учун психологик нархни ишбилармон ва корхоналар қўйидаги шартларни бажарганларида ўрнатадилар:

- ҳўжалик юритувчи субъект ўз танловини бозорда тез ҳаракат қилувчи ва фирмани истеъмолчилар олдида обрўини кўтарувчи қандайдир битта турдаги маҳсулотда ёки унинг моделида тўхтатиши керак;
- янги маҳсулот яхши реклама қилинган, савдо нуқталари витриналарида ўрнатилган, махсус нарх ўрнатилган этикетка билан таъминланган бўлиши керак.

Бозордаги илорнинг нархи ёки тармоқдагиси кичик бизнес субъектлари томонидан «Хамелеон» стратегиясини амалга оширилишида ишлатилади. Ахс ҳолда йирик ишлаб чиқарувчилар «нарх урушини» эълон қилишлари мумкин ва ўзларининг ишлаб чиқариш ҳажмидаги ўзгаришлари билан, қувватли сотиш тармоғига суянган ҳолда кичик корхоналарни бозордан сиқиб чиқаришлари мумкин.

Янги маҳсулот нархи ишлаб чиқариш харажатларини қайтариб бориши билан ҳуйидаги ифода билан аниқланиши мумкин:

$$H = C + A + P (C + A);$$

Бу ерда: C — маҳсулотни ишлаб чиқаришдаги ҳақиқий харажатлар;

A — маъмурий харажатлар ва сотиш билан боғлиқ харажатлар;

P — ушбу бозордаги даромаднинг уртача миқдори.

Кичик бизнесда нарх белгиланиши давлат буюртма иши билан, унча катта бўлмаган ва олий даромаддаги маҳсулотлар гуруҳини ишланишида, ҳамда йирик масштабни, фундаментал тавсифига эга изланишга янги техник жиҳатдан мураккаб маҳсулот ишланишида, қўйилган пировард натижага эришишда юқори ноаниқлик даражаси бўлиши билан боғлиқ нарх белгилаш усули алоҳида тараққиёт топган.

Янги муҳим сифатга эга, зебу-зийнат товарлар учун престиж нархи ўрнатилади. Бу ҳолларда харидор юқори нарх тўлашга ҳам тайёр ёки маълум сотувдаги нархдан паст бўлмаган нархни, агар у маҳсулот ўлчамларининг зарурий сифатини таъмин қилса, аммо бу каби нархларни ўрнатиш учун фирма тўла-тўқис ўз маҳсулотининг обрўсига товар белгисига ҳамда бозорда ўрнатиш товарлар махсус сифат тавсифига эга эмаслигини аниқ билиши керак, чунки истеъмолчилар улар учун юқори қиймат тўлашга тайёр турадилар.

27.3. Товар номенклатураси доирасидаги товарларга нарх белгилаш

Товарларнинг ассортимент гуруҳи бўйича талабни ҳисобга олиб энг юқори даромадни қўлаб ёки энг кўп сонда сотишни ният қилиб корхонанинг барча

товар номенклатурасига нарх белгиланади. У товарларни ўзаро бир-бирини тўлдириш, ҳамда маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотишда қилинадиган ўзаро боғлиқ харажатлар орқали юзага келиши мумкин.

Фирма алмаштириш сиёсатининг асоси унинг товарлар гуруҳида бошқа товарни субъекти бўлиб хизмат қилаолса амалга оширилиши мумкин маҳсулот мавжудлигида. Мисол учун, агар товар «А» товар «Б»га қараганда энг зарур товар деб қабул қилинса, унинг нарх тафовути ҳам унча сезиларли эмас деб қабул қилинади, унда товар «А» катта талабга эга бўлади. Агар товар «А» оз-моз товар «Б»дан яхшироқ деб ҳисобланса, нарх тафовути катта бўлса, унда товар «Б»га талаб ошиб боради.

Бир товарни ихкинчиси билан ўзаро тўлдирилишини ҳисобга олиб нарх белгиланса, уларни ҳар хил нархда сотилишида қўшилиб келадиган фойдаси ҳисобга олинади. Режалаштирилган даромадни олиш учун ишбилармон ёки фирма бир хил товарни чекланган паст нархда, бошқасини юқори нархда сотади.

Масалан, фотокамера ва соқол олувчи машиналарни ишлаб чиқарувчилар улар учун паст нарх белгилайдилар, лекин фотоплёнка ва соқол олиш лезвиясига эса юқори нарх белгилайдилар.

Ҳар бир алоҳида корхона учун аниқ рақобат шариоитда бозор нархи ўзгармас миқдор ҳисобланади. Шунинг учун фирма ўзининг даромадига фақат ишлаб чиқарадиган маҳсулотининг ҳажми билан таъсир кўрсата олади. Шу билан бирга ишлаб чиқилган маҳсулотининг ҳажмини ўзгариши билан бирлашган харажатлар ҳам ўзгаради. Агар ишлаб чиқариш нолга тенг бўлса, фирма ўзгармас харажатлар ўлчамида зарар кўради.

Кичик ҳажмида ишлаб чиқилса, зарарлар даромад ўлчамидан ошади. Ишлаб чиқариш ҳажмининг оширилгани сари биргаликдаги харажатлар аввал даромад ўсишидан орқада қолади, сўнгга ундан ортиб боради. Кўп фирмалар асосий товарлар билан бир қаторда бир қатор тўлдирувчи ёки ерданчи маҳсулотлар ҳам тақлиф этадилар. Масалан, компьютерларга ҳўшимча қилиб ҳимоя экранларини тақлиф этиши мумкин.

Товар тури доирасида маҳсулотга харажатларни ҳисобга олиб нарх қўйиш фирма раҳбарлари учун қийин масалалардан ҳисобланади. Ҳозирги ҳолатда сон

Фирманинг товар номенклатурасининг даромад келтирувчанлигини ўзаро бир-бирига боғлиқ маҳсулот харажатлари билан ҳисоблаш мисоли

Кўрсаткичлар	Ҳаёми бўлиб (млн. сўм)	Шу жумладан		
		Алоқа воситалари	Электрон ҳисоблаш техникаси	Компо- нентлар
Биттасининг нархи (млн. сўм)		10	5	2
Талаб (дона)	5600	1250	1500	2500
Сотишдан тушган маблағ (млн. сўм)	25000	12000	7500	5000
Ўзгарувчан харажат- лар (млн. сўм)	10500	5000	2500	3000
Сотишдан келган маблағдан ўзгарувчан харажатларнинг ай- ирмаси (млн. сўм)	14500	7500	5000	2000
Ўзгармас харажатлар (млн. сўм)	12500	5900	3800	2800
Маош	5000	2950	1250	800
Реклама харажатлари	1500	100	750	650
Энергия харажатлари	200	50	50	100
Амортизация	500	100	200	200
Ижара	2000	1000	600	400
Сутурта	300	200	50	50
Умумий маъмурий харажат	3000	1500	900	600
Даромад (млн. сўм)	2000	1000	1200	800

ва сифат омилларини биринчилигини ҳисобга олиш керак бўлади. Сон омиллари орасида биринчи навбатда бу каби қарорни қабул қилиш оқибатида унинг алоҳида турдаги маҳсулотини даромадлигига эмас, балки фирманинг операцияларини тўла даромадлигини ҳисобга олиши керак.

Бу вазиятда купроқ катта бўлмаган корхоналар бўлиши мумкин, чунки улар учун ишланадиган маҳ-

сулотнинг турли туманлиги ва уларни руҳий емирили-
шининг юқори даражада бўлишига сабаб бўлади.

Қарор қабул қилиш учун қуйидаги стандарт усул ишлатилади, бу эса қуйидаги келтирилган мисолда кўрсатилган (27.6-жадвал). 27.6-жадвалдан куриниб турибдики, фирма уч турдаги маҳсулот сотади, улардан биттаси зарар келтирувчи, балки уни ишлаб чиқаришни тўхтатилса корхона операцияларини даромад келтирувчанлиги кўпайиши мумкин бўлар, аммо зарар келтирувчи маҳсулотни ишлашни тўхтатиш қарорини қабул қилишда фирма раҳбарияти қуйидаги фикрларни ҳисобга олиши зарур:

Агар фирма чиқармаслик қарорини қабул қилса унда у бир ойда 20 млн. сўм миқдорда сотиш ҳажминини камайиши ва ўзгарувчи харажатларни айириши эвазига, ушбу 20 млн. сўм зарар келтирувчи маҳсулот ишлаб чиқаришидаги ўзгармас харажатларни қисман қопланиши учун ишлатилади.

Шундай қилиб, зарар келтирувчи маҳсулотни ишлаб чиқарилиши тўхтатилса фирма ўзгармас харажат ҳисобидан купроқ иқтисод қилади. Бу ерда бу каби қарор иқтисодий ўзини-ўзи оқлайди.

Маош фонднинг ўлчамлари тўғридан-тўғри ишлаб чиқариш ҳажмига боғлиқ. Демак, ҳажминини камайиши билан маош фонди камаяди. Реклама қилинаётган маҳсулот ишлаб чиқарилиши тўхтатилиши ҳисобига рекламани молия билан таъминлаш ҳам тўхтатилади. Энергия харажатлари ўзгаришсиз қолади, чунки ишлаб чиқариш ҳажмига эмас, балки асосий майдонлар ўлчамига боғлиқ.

Амортизация ажратмалари ҳам кўпинча ўзгармай қолади, чунки фирма узоқ муддатга ишюот комплексини ижарага олади ва шартнома мулкати тугамагунча уни рад эта олмайди.

Бутловчи буюмлар ва тайёр маҳсулотлар захираси сугурталаилади. Шунинг учун зарар келтирувчи маҳсулотдан воз кечилса бу каби тўла харажатлар тўла қисқаради. Умумий маъмурий харажатлар ишлаб чиқариш ҳажмига боғлиқ эмас шунинг учун ўзгармай қолади. Бу каби таҳлил натижаси 27.7 жадвалида келтирилган.

Шундай қилиб зарар келтирувчи маҳсулотдан воз кечилса фирма ўзгармас харажалардан бир ойда 500 млн. сўм иқтисод қилади ва 2000 млн. сўм даромадни

Ўзгармас харажатлар тури	Ишлаб чиқариш мавжудлигида жами	Шу жумладан ишлаб чиқаришдан воз кечганда	
		Ўзгармаслар	Қамоочилар
Иш ҳақи	800	—	800
Реклама харажатлари	650	—	650
Ератилиш ва иситиш харажатлари	100	100	—
Амортизация	200	200	—
Ижара	400	400	—
Сувурта	50	—	50
Умумий маъмурий харажатлар	600	600	—
Жами	2800	1300	1500

сотиш ҳажми қамалиши ҳисобига ўзгармас харажатларни айириб ташлагандан сўнг.

Натижада корхонанинг йўқотиши ишлаб чиқариш-ни мавжуд пайтидагисига қўшимча бўлиб 500 млн. сўмни ташкил қилади. Демак фирма зарар келтирувчи маҳсулотдан фойда кўриш фикри билан воз кечмаслиги керак.

Фирма йўқотишларга чидаши мумкин агар у янги, истиқболли маҳсулотни ишлаб чиқаришни йўлга қўйса ёки бошқа мулоҳазалари бўлса. Шу билан бирга кўпчилик ҳолларда ишлаб чиқаришни кўндалик рентабеллиги уни белгилловчи омили ҳисобланади.

27.4. Нархлар ва жуврофик бозорлар

Жуврофик жойланиши жиҳатдан нарх белгиллаш, фирма томонидан давлатнинг турли қисмида яшовчи харидорлар учун бир хил бўлмаган нарх туғрисида қарор қабул қилишнинг кўзда тутади. Корхонага узоқда турувчи харидор учун товар етказиб бериш қимматга тушса, яқинда турувчиси учун арзон тушади.

Аввалроқ эслатилган «Нарх ва тарифларни шакллантириш қондиҳи ҳақидаги қонун»да республикага жўнатиш нархини ўрнатиш Франко-станция жўнатиш

шарти билан, агар бир хил шаҳарда бўлганда жўнатиш Франко омбор ишлаб чиқарувчи деб жўнатилади. Шу билан бирга ҳар икки томон келишуви асосида маҳсулотни етказиб беришнинг бошқа шарти қабул қилиниши мумкин.

Ҳар хил давлатларда ва халқаро бозорда маҳсулот етказиб бериш шарти ҳар хил тушунчага эга, аммо уларни бир нарса бирлаштиради: нарх ўрнатишни ҳар хил вариантларини жуврофик қоида бўйича ишлатиб фирма ўз истеъмолчилар тармоғини сақлаб қолиш ва кенгайтиришни яъни товарни сотилишини турғунлигини мақсад қилиб қўяди. Баъзи бир ҳолларда товарларни ишлаб чиқариладиган жойларда нарх аниқлаш фойдали бўлса, бошқа ҳолларда истеъмол қилиш жойларида аниқлаш фойдалироқдир.

Нарх маҳсулотни ишлаб чиқариладиган жойида қўйилишида хўжалик юритувчи субъект иккита асосий қондани қўллайди: у нархни унга маҳсулотни етказиб беришни уртача харажатини истеъмолчинини узоқлигидан қатъий назар киритиш билан аниқлайди. Етказиб бериш харажатлари бу ерда ўртача транспорт харажатлари миқдорига тенг. Бошқа ҳолда маҳсулот уртадаги шахсга ёки эгасига берилади франко-товар шарти билан, яъни барча транспорт ва бошқа харажатлар харидорга юкланади.

Кичик бизнес корхоналарида товарларини етказиб бериш билан боғлиқ харажатларни ўз елкасига олиб нарх белгиллаш амалиётида ишлатилмайдн. Бу нарх белгиллаш усулини йирик компаниялар ишлатадилар, чунки улар янги бозорларга ўз ҳолини тараққиёт эътидан рақобатлар олдида сақлаб қолиш мақсадида ишлатадилар.

Маҳсулотни истеъмол қилинадиган ерларида нарх савиясини аниқлаш ҳудудини ҳудудларга бўлиш қоида-си билан ёки база ҳисобланган пунктда ишлатилиши кўзда тутилганда тузилади. Ҳудудий нархларини ўрнатилишида фирма икки ва бир неча географик бозорлар ҳудудларини ажратади. Уларни ҳар бирида харидорлар товар учун бир хил ҳудудни маҳсулот ишлаб чиқарувчидан узоқлашган сари ошадиган нархни тулайдилар.

Асосий ҳисобланган мулк учун ишлатиладиган нарх-ни белгиллаш усули асосий шаҳрини танлашнинг кўзда тутади ва барча буюртмачилардан транспорт харажат-

ларини қаердан товар жўнатишга қарамасдан ушбу пунктдан деб олади. Ушбу усулни ишлатишни фойдали томони шундаки бир вақтда жамиярма нархини ўлчамви ошириш корхонадан яқинда бўлган харидорлар учун бўлса, узоқда жойлашган буюртмачилар учун бу нарх пасади.

27.5. Нархларни ташаббусли ўзгариши

Кичик бизнесда ҳўжалик юритувчи субъектлар, ўзларининг шахсий нарх тизимини (ишлаб чиқарувчилар) ва нарх белгилаш стратегиясини ишлаб чиқарувчилар аҳён-аҳёнда ўз нархларини пасайиши ва кўтарилиши заруратини сезадилар. Баъзи бир ишбилармонлар ёки катта бўлмаган фирмалар томонидан нархларни ташаббусли пасайиши иккита асосий ҳолат билан боғлиқдир.

Биринчидан, кичик бизнес субъектига ўз айланмасини кўпайтириш савдо ҳаракатларини чаққонлаштириш товарлар ассортименти гуруҳини такомиллаштириш ва бошқа чоралар эвазига эришиши мумкин эмас. Бу ерда бу аҳволдан чиқишининг битта йўли мавжуд нарх белгилашнинг «илгорта эргашин» ҳолатидан воз кечиши ва сотишни бозордан ошириш ҳаракатида «Этилувчан нарх белгилаш» усулга мурожаат қилиши зарур.

Иккинчидан, бостириб келаётган нарх рақобати сабабли бозор майдони бир қисмини камайиши ёки маҳсулотни эскириши эвазига унча катта бўлмаган фирмалар бозорда баъзи бир нарх пасайиши ҳисобига ушланиб қолишлари мумкин. Нархни оширишга сабабчи асосий ҳолатларни бири бўлувчи, шу жумладан кичик бизнес субъектлари томонидан ҳам бу турғун бутун дунё ҳаракатларни ўсиши билан боғлиқ инфляциясидир.

Жаҳон даражасидаги ишлаб чиқариш унумдорлигига тўғри келмайдиган ҳаракатларни ошириш фойда меъерини камайишига олиб келади ва фирмаларни вақт-вақти билан нархни оширишга мажбур қилади. Инқироз вазиятида, корхона омборларида тайёр маҳсулот захираси катта миқдорга етганда, муаммони ҳал этилишида нарх белгилашга этилувчан ёндошиш кўмаклашади.

Жўнагиш нархлари қуйидаги объектив сабабларга

кўра дифференциация қилиниши мумкин: ҳархил етказиб бериш шароитлари, ҳақ тўлаш, маҳсулот тўлаш ҳажми, шартнома тузилиши вақтидаги бозор конъюктураси ва бошқа омиллар. Тараққиёт топган ҳорижий давлатларда нархларга устамалар ва чегиримлар ишлатилади.

Улар орасида кўпроқ тарқалгани буюртма гуруҳидаги маҳсулот сонига берувчи чегирма (скидка), у нархнинг 30 фоизигача етиши мумкин, бонус ажратмалари ёки доимий миқозларга айланиш (оборот) учун бериладиган чегиримлар. У ишлаб чиқарувчилар томонидан сотиш бўйича ўзларининг доимий вакилларига ёки ўртада турувчиларга бериладиган дилер чегирмаси, мавсумий чегирма, махфий чегирмалар (маҳсулот бериш) ва бошқалар.

Чакана нархни шакллантириш тартибидан фарқли равишда республикада ҳозирги вақтда савдо устамаларига асосланган пайтда, ҳорижда сезиларли равишда кенг меъёрада чегирмалар ишлатилади.

Корхона маркетинг қондаларидан келиб чиқиб бозор томонидан уни конъюктурасини ўргангандан кейин қабул қилинадиган товарни чиқариш тўғрисида қарор қабул қилади, ва қаноат қилинадиган чакана нарх ўрнатилади. Шунинг учун чегирмани ишлатиш бир оз қулайроқ, чунки чакана нарх таркибини куриш имконини беради.

28. АЛОҲИДА ТУРДАГИ ТОВАРЛАР УЧУН ТАЛАБ ВА ТАКАЛИФЛАР

28.1. Кундалик истеъмол товарларига бўлган талабни оддиндан тақлаб олиш ва харидорлар буюртмаси асосида шикқлаш

Истеъмолчини заруратини тушуниш музаффақияти маркетингги асосларидан биридир. Харидорларга таклиф этиладиган ҳар бир алоҳида товар бирлигини товарнинг маълум хусусиятларини ҳисобга олиб кўриб чиқиш зарур: яъни ташқи кўринишини, сифат савиясини, белги номини ва жойлаштирилишини. Харидор тез-тез олиб турувчи кундалик талаб товарларини уларни сотилиш ҳажмида ишлаб чиқилади.

Уларга бўлган талаб бозор ҳажмини ҳисобга олиб

иқтисодий демографик прогнози асосида ва шаклланаётган иқтисодий, ижтимоий, сиёсий ҳолатни ҳисобга олиб аниқланади. Бунда барча қўндалик талаб товарлари қўшимча тарафда доимий талаб қилинадиган асосий товарларга, импульсли сотиб олиннадиган товарга ва алоҳида ҳолларда керак бўладиган товарларга бўлинади.

Бозор ҳажми маълум вақт бирлигида сотиладиган маҳсулот ҳажмидир (йил, уч ойлик, ой ва бошқалар). Бозор ҳажми (БҲ) қуйидаги кўрсаткичлар йиғиндиси-га тенг:

$$Ер = П + З - Э + И + ДЗ - КЭ + КИ;$$

Бу ерда: *П* — ушбу маҳсулотни ишлаб чиқиш (давлатда, регионда, вилоятда, ноҳияда);

З — товар захиралари (яъни уларни корхона ва савдо ташкилотлари омборларидаги);

Э — ушбу маҳсулотни экспорт қилиш;

И — ушбу маҳсулот импорти;

ДЗ — маҳсулотни истеъмол қилувчидаги ва етказиб берувчидаги захираси;

КЭ — бевосита экспорт;

КИ — бевосита импорт;

Тутилиш савиясидаги ўзгаришлар, улимлар, (иммиграция) муҳожири ва (эмиграция) хижрат унумдорлик, бандлик ва бошқалар потенциал бозоридаги сотиб олувчиларнинг умумий сонига таъсир кўрсатади.

Бозорнинг потенциал ҳажми-имкониятлари ҳажмида шаклланаётган демографик ва иқтисодий вазиятни, ижтимоий сиёсий аҳволи ҳисобга олиб маҳсулот сотилиши (давлатда, регионда, вилоятда, ноҳияда). У қуйидаги формула билан ифодаланади.

$$Е = П - Э + И;$$

Бу ерда: *П* — ушбу давлатда, регионда, ишлаб чиқариш ҳажми.

Э — экспорт ҳажми.

И — импорт ҳажми.

Қўндалик талаб товарларига бўлган эҳтиёжни ва уларни ҳажминини аниқлаш учун сотилиши шароитини ҳам ҳисобга олиш керак. Доимий зарур бўлган товарларни истеъмолчилар доим харид қиладилар (нон маҳсулотлари, гўшт ва сут маҳсулотлари, сабзавот ва ме-

валар). Импульс билан сотиб олиннадиган товарлар олдиндан режалаштирилмай ва қидирилмай сотиб олинади. Бу каби товарлар одатда кўп жойларда сотилади ва шунинг учун истеъмолчи уларни қидириб юрмайди.

Алоҳида ҳолатлар учун зарур товарлар ўта талаб пайдо бўлганда сотиб олинади, масалан, иссиқ кийимлар совуқ қиш кунлари келганда, зонтиклар ёмғирли кунлар кўпайганда. Олдиндан ажратиб олиш товарларига бўлган эҳтиёжни уларни яроқлилигини, сифатини, нархини ва ташқи кўринишининг кўркамлилигини ҳисобга олиб ўрганилади. Бу каби товарлар мисолда мебелларни, кийимларни, автомобилларни, манший хизмат широкларини кўрсатиш мумкин.

Олдиндан ажратиб олиш товарлари қанда буйича юқори нархлар билан ҳужалик товарлари билан таққосланганда улар паст талабли товар ҳисобланадилар. Уларни сотиб олинанишдан олдин жуда катта ахборот керак бўлади. Бу каби товарни сотувчи харидорлар бўлган суҳбатда «Нархни асослаш керак». Шу билан бирга эски автомобилларни, мебелларни, кийимларни сотиб олинанишида уларнинг хусусияти сотиб олувчи учун нархидан кўра муҳимроқдир.

Агар харидорга юқори қулайликларга эга автомобиль сотиб олиш керак бўлса, унда уни қасқаси, юмшоқлиги, ойналарини автоматик равишда кўтарилиши, ички салон безатилиши нархдаги озгина бўлган тафовутга қараганда анча аҳамиятли бўлиб кўриниши мумкин. Нуфузли товарлар ва истеъмолчи буюртмаси билан сотилувчи товарлар булар алоҳида юқори даражадаги аҳамиятга эга товарлардир. Улар тўғрисида сотиб олувчилар тўла ахборотга эга. Ушбу гуруҳ товарларига бўлган эҳтиёж махсус кузатишлар ўтказиш ёки анкеталар тарқатиш йўли билан аниқланади.

28.2. Потенциал талаб

Пул тулаш қобилиятига эга бўлган эҳтиёжин бозор шаклида намоён бўлиши бу талабдир, яъни маҳсулотга бўлган эҳтиёж. У зарурий пул ва бошқа тулов воситалари билан таъминланган бўлиши керак. Бу маълум сондаги маҳсулот бўлиб ҳақиқий бозор шароитида ва ташқи муҳитда талаб қилинади. Потенциал талаб эҳтиёжини тараққиёти жараёнида шаклланади.

Ижтимоий ва маданий эҳтиёжлар роли ишлаб чи-

қариш ва инсон шахсини тараққиётида ортиб боради. Бу эса ҳозирги бозор иқтисодида ўтиш даври, ишлаб чиқариш муносабатларини қайта қурилиши, жамият ҳаёти тарзи ва инсонлар психологиясини ўзгариши алоҳида тавсифалidir. Товар-пул муносабатлари шароитида материал эҳтиёжи бозорда пул тўлаш қобилиятига эга талаб шаклида намоён бўлади.

Ҳалқни истеъмола маҳсулотига бўлган талаби иқтисодий, ижтимоий, табиий-иқлим ва бошқа омиллари таъсири остида ишлаб чиқариш қучларини тараққиёти жараёнини ўзгариши даврида шаклланади. Шу билан бирга уларнинг потенциал талабга бўлган таъсири йўналиши ва даражаси ўзгаради. Шунинг учун талабни, анъаналарни таҳлил қилиш ва уни тараққиёт қонуниятини талабнинг ҳажми ва таркибини олдиндан билишни ва чакана товар айланишини яхши ўргатиш зарур.

Потенциал талабни аниқлашда қуйидаги тушунчаларни тафовутини ҳисобга олиш керак: бир турдаги талаб, у ёки бу фойдали бўлган талаб, алоҳида маҳсулот беради. Масалан, ўйин автоматларига бўлган талаб кўнгил ёзиш воситасига бир турдаги талабнинг қисми; саноат талаби бу аниқ тармоқ маҳсулотига бўлган талаб, фирмага бўлган талаб бу корхона товарларига (хизматларига) бўлган талабдир. Бозордаги бирор аниқ жойдаги, даврдаги талаб қуйидаги формула билан инфодаланади:

$$C = N \times P,$$

бу ерда: C — талаб,

N — харидорлар сони,

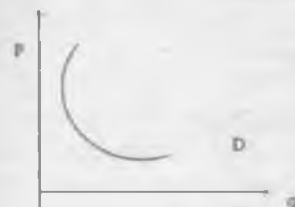
P — харидни амалга оширишнинг ўртача коэффициентини:

Масалан, бозор майдонида 1000 сотиб олувчи ўртача 5 бирлик маҳсулотни уч ойлик даврида сотиб олади. Унда уларнинг уч ойлик тўла талаби 5 минг бирликни ташкил қилади. Фирма харидорга таъсир кўрсата олмади, аммо харидни амалга оширишнинг ўртача коэффициентини нархни ўзгартириш, рекламалар, сотишни раъбатлантиришни жадаллаштириш эвазига ўзгартириши мумкин.

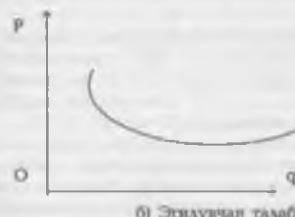
28.3. Талаб нархининг эгилувчанлиги

Нархни ўзгариши билан потенциал талаб ўзининг эски савиясида қолади, аммо маҳсулотни арзонлаштириши билан ошиб боради ёки аксинча нархни ошиши билан камайиб боради.

Зеби-зийнат предметлари ва муддатли товар шартномалари билан сотилувчи товарлар бундан мустаснодир. Ишбилармонга, фирмага талабни нархга сезгирлигини билиш зарурдир. Иккита талаб эгри чизигини кўриб чиқамиз.



а) Эгилувчан бўлмаган талаб.



б) Эгилувчан талаб.

28.1-чизма Эгилувчан ва эгилувчан бўлмаган талаблар

Нархни « P » дан « P_1 » гача ошиши талабни нисбатан камроқ « Q_d » дан « Q_{d1} » гача пасайишига олиб келади. (28.1 а-чизма). Худди шундай нархни оширилиши талабни сезиларли пасайишига олиб келади (28.1 б-чизма). Агар унча катта бўлмаган миқдорда нархни ўзгариши талабни деярли ўзгартирмаса, унда у эгилувчан эмас ҳисобланади. Агар бозор нархни унча катта

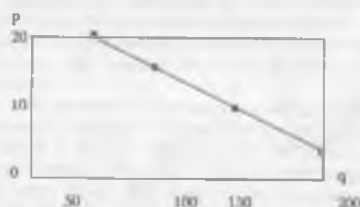
бўлмаган миқдорда ўзгаришига аниқ эътибор берса унда талаб эгилувчан ҳисобланади.

Амалиётда эгилувчанлик ($Ed(p)$) талаб эгри чизиги қуйидаги нфода билан аниқланади:

$$Ed(p) = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P}$$

Бу ерда: ΔQ ва Q — ўсиш ва маҳсулотни ўртача ҳажми миқдори.

ΔP ва P — ўсиш ва маҳсулот нархининг ўртача миқдори.



28.2-чизма. Товарга бир ойлик эгилувчан талабни графиги.

Талаб қилиб олинган товар бир ойда қуйидаги миқдорларга тенг: 50, 100, 150 ва 250 birlikдан иборат, унинг бирлигининг нархи эса 20, 15, 10 ва 5 минг сўм. Талабни эгилувчанлиги ушбу товар бўйича қуйидаги графикада белгилаш мумкин (28.2-чизма).

28.2-чизма нархни ошириш талабни сезилувчан пайишнинг кўрсатади. Графикни ишлатиб талабни эгилувчанлик кўрсаткичларини (ҳисоблаб чиқиш мумкин) савдодан келган маблағ, маҳсулотни бир донасини нархини унинг талаб қилинган сонига кўпайтириш билан аниқланади. (28.1-чизма). 28.1-жадвалидан ишбилармон ҳаракатининг учта вариант ҳолати келиб чиқади.

Биринчидан талаб эгилувчан ҳисобланади ва маҳсулот нархини ошириш мақсадга лойиқ эмас, чунки нархни ошириш умумий савдо маблағини кўпайтирмайди, нархни камайиши эса савдо маблағини пасайишига олиб келади. «Якка» эгилувчанлик ҳолатида нарх ўзгариши савдо маблағининг миқдорига таъсир кўрсатмайди. Талаб қилиб олинган товарлар сонини талаб-

нинг ҳар хил эгилувчанлигида сотишдан келган савдо маблағи.

28.1-жадвал

Товарнинг бир бирлигининг нархи (P) минг сўм	Талаб қилиб олинган товарлар сонини (Qd)	Талабнинг эгилувчанлиги (Ed(P))	Савдодан келадиган маблағ (PR)
20	50		1000
		эгилувчанлик 2,38	
15	100		1500
		«Якка» эгилувчанлик 1,00	
10	150		1500
		0,75 эгилувчан эмас	
5	250		1250

28.4. Таклиф. Таклифни эгилувчанлиги

Корхона еки фирма учун истеъмол талабини ўрганиш улар учун маълум маҳсулотни қандай миқдорда бозорга ушбу нархда таклиф этишини ҳал қилиб беради. Бошқача қилиб айтганда хўжалик юритувчи субъект товар ёки хизматни таклиф қилиш қарорини қабул қилиши керак.

Таклиф-бозорда алмашиш (ёки сотиш) ниятида қўйилган маҳсулот тўпламидир. Таклиф турли омиллар таъсири остида шаклланади, улар ичида муҳимларини бу нарх ва ишлаб чиқариш масштабидир.

Нарх сезиларли даражада таклифни шаклланишига таъсир кўрсатади. Нарх камайса одатда таклиф ҳажми камаёди, аксинча катта ҳажмдаги таклиф нархни пасайишига олиб келади. Ишлаб чиқариш масштаб таклиф ҳажминини белгилайди, яъни хўжалик юритувчи субъект ишлаб чиқара оладиган ва бозорда келтирадиган нархда сотиладиган маҳсулот сонидир.

Нарх билан таклиф орасидаги муносабат таклиф қонунини ифодалайди. Ушбу қонун асосида бозордаги маҳсулот таклифи унинг нархига бевосита боғлиқ. Агар нарх ошаверса таклиф ошаверади, нарх камайса у ка-

маяди. Ушбу боғлиқни графигини қуйидаги мисолда кўриш мумкин. Фараз қилайлик аёллар пальтосининг нархи ва уни таклиф қилиниш ҳажми қуйидаги 28.2-жадвалида берилганлар билан тавсифланади.

28.2-жадвал

Вариант-лар	Нархи минг сум (P)	Таклиф ҳажми (бирлик) (QS)	Вариант-лар	Нархи минг сум (P')	Таклиф ҳажми (бирлик) (QA)
A	1100	1300	Д	700	700
Б	1000	1150	Е	600	550
В	900	1000	Ж	500	400
Г	800	850	З	400	250

28.3-чизмада аёллар пальтосининг нархи ва таклифини боғлиқлиги графиги келтирилган. Таклиф билан нарх муносиблик чизиги «Таклиф эгри чизиги» деган ном олган.

Эгри чизик бўйлаб ҳаракатланиш таклиф ҳажмини нарх ўзгаришига жавоб сифатида акс эттиради.



28.3-чизма. Таклиф эгри чизиги

Таклиф ҳажмини нархга нисбатан ўзгаришининг сон боғлиқлиги таклифни нарх эгилувчанлигида ўз аксини топади. Нарх эгилувчанлиги таклифи коэффициенти талабни нарх эгилувчанлиги коэффициентига ўхшаб, агар нарх бир фоизга ўзгарса таклиф қилинган сондаги маҳсулот қанча фоизга ўзгаришининг кўрсатади. Таклиф эгилувчанлиги қуйидаги формула билан топилади:

312

$$ES(p) = \frac{\Delta Q / Q^*}{\Delta P / P^*};$$

бу ерда: ΔQ ва Q^* — ўсиш ва маҳсулот ҳажмининг ўртача миқдори;

ΔP ва P^* — ўсиш ва маҳсулот нархининг ўртача миқдори.

Эгилувчан ва эгилувчан эмас таклифлар камида бир марта эгилувчан таклифлар бўлиши мумкин. Агар нарх эгилувчанлиги таклифи бўлса, унда $ES(p) > 1$ бўлади. Эгилувчан бўлмаган нарх таклифи бўлганда $0 < ES(p) < 1$. Агар таклиф этилатган маҳсулотни сонининг нархини ўзгариш тезлигига тенг бўлса, унда бир марталик таклифни нарх эгилувчанлигини тавсифи унинг эгри чизигини оғиш билан аниқланади.

Таклиф эгилувчан бўлади, агар унинг нарх эгри чизиги координат ўқининг вертикалини кесиб ўтса (28.3-чизмага қараиш), таклиф эгилувчан эмас, агар унинг нарх эгри чизиги координат тизимининг горизонтал ўқини кесиб ўтса, таклиф бир марта нарх эгилувчанлиги бўлади, агар унинг нарх эгри чизиги координат бошланиш нуқтасидан ўтса.

28.5. Талаб ва таклифни тартибга солишнинг бозор усуллари

Талаб ва таклиф бозор нархларини ёки аниқроғи бозор нархини бозор қийматидан оғишини тартибга солади. Шу билан бир вақтда бозор қиймати талаб ва таклифни нисбатини ёки ўз атрофида талаб ва таклифни ўзгариши ҳисобига бозор нархини ўзгариб туришига олиб келувчи марказни тартибга солади. Талаб ва таклиф орасидаги нисбат бозор нархини бозор қийматидан фарқини ушбу оғишини йўқотишга уринишни йўқолишини тушунтириб беради.

Агар талаб ва шу билан бирга бозор нархи пасайса бу ушбу тармоқдан капитални чиқариб олишга ва таклифни камайишга олиб келади ёки зарур иш вақтини камайиши эвазига бозор қийматини бозор нархига тенглашишига олиб келади. Агар талаб ўсиб боради, демак бозор нархи ошаверади ва бозор қиймати ҳам ошади. Бу эса ўз навбатида ёки ушбу ишлаб чиқариш тармоғига капитал келиб тушинишига, ишлаб чи-

313

қаришни кенгайишига (бозор нархи бозор қийматидан пасайиб кетади), ёки нархни ошишига ва талабни қисқаришига олиб келади.

Товар унинг бозор қиймати билан сотилган бўлиши учун, яъни унча мувофиқ ишлаб чиқилишига кетган зарурий жамоат меҳнат харажатлари, барча товар массасини ишлашига сарф қилинган жамоат меҳнати-нинг барча сони унга бўлган жамият талабига, яъни пул тўлаш қобилиятига эга жамият талабига мос келиши керак. Товарларни талаб ва таклифлари орасидаги муносабатда қуйидаги муносабатлар ўз аксини топади:

Истеъмол ва алмашлаш қийматлари орасидаги, товар ва пуллар орасидаги, харидор ва сотувчи орасидаги муносабатлар.

Ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи орасидаги муносабатлар, улар учинчи шахс сотувчи сифатида бўлишлари ҳам мумкин.

Ушбу турдаги товарга талаб таклифга қараганда кўп бўлса маълум чегарада битта харидор ташаббусни ўз қўлига олиб барча харидорлар учун товар нархини унинг бозор қийматидан юқори даража оширса, шу вақтда сотувчилар биргаликда товарни юқори бозор нархда сотишга интиладилар.

Агар таклиф талабдан кўп бўлса, битта сотувчи арзон сотишни бошласа, унга бошқалар ҳам эришишга мажбур бўладилар. Аммо шу вақтда харидорлар биргаликда бозор нархини бозор қийматига қараганда кўпроқ туширишга ҳаракат қиладилар. Агар рақобатчилардан бири бошқаларга қараганда арзонроқ ишлаб чиқарса у кўпроқ товар сотишга, бозорда кўпроқ жойини эгаллашга эришади, шу билан бирга у бошқаларни ундан ҳам арзонроқ ишлаб чиқариш усули билан ишлашга мажбур қилади.

29. ВОСИТАЧИЛАР ВА ВОСИТАЧИЛИК ОПЕРАЦИЯЛАРИ

29.1. Воситачиларнинг бозорда товар ҳаракатини самарадорлигини оширишдаги аҳамияти

Аввал эслатилгандек, кичик бизнесда ишбилармон ва унча катта бўлмаган корхоналар ўз маҳсулотини бозорда ўзлари олиб келадилар. Шу билан бирга ало-

ҳида ҳолатларда улар маҳсулотни бир қисmini ёки барчасини бозорга олиб боришни воситачиларга ишониб топширишлари мумкин.

Кичик воситачилар — бу кутара ва чакана фирмалар, корхоналар, аукцион компаниялари, магазинлар ва бошқа ташкилотлар ҳамда алоҳида шахслар сотув агентлари, воситачилари, истеъмолчиларга маҳсулотни сотишда қатнашувчилар ва бошқалардир. Воситачилик зарурияти қуйидагилар билан боғлиқ:

- истеъмолчилар қонда бўйича турли товарларни кичик гуруҳлар билан сотиб олади;
- харидорлар барча ҳудуд бўйича тарқалган ва тўғридан-тўғри сотув харажатлари ишлаб чиқарувчи томонидан рентабел бўлмай қолмоқда, баъзи бир ҳолатларда мумкин бўлмай қолмоқда;
- саноат молларини стандартлаштиришга унификация қилишга ва уларни йўлларини соддалаштиришга интилиш кучайиб боради. Бу вазиятда истеъмолчинини нарх, тез ва енгил молни етказиб бериш, сотишдан олдинги сервис ва кафолатни таъмирлаш қизиқтиради.

Якка турдаги буюртмаларни кичик ҳажмда бажариш ишлаб чиқарувчига ва у буюртмани қониқтириш воситачисиз жуда қимматга тушиши мумкин булар эди. Ўз навбатида воситачига, миқдорларга зарурий хизматларни аниқ осон, чунки у маҳсулот сотиладиган жойларда ўзининг керакли мансабига эга; маҳсулотни ишлаб чиқариш ва уни истеъмол қилиниши оралигидаги узилиш товарга эгалик қилиш ҳуқуқини беришда воситачилар аҳамиятини оширади.

Ушбу вақт бўйича номутаносиблик қуйидаги сабабларга боғлиқ:

- мавсумий ишлаб чиқаришга мунтазам истеъмол қилишга (масалан, музлатилган озиқ-овқат маҳсулотлари);
- доимий ишлаб чиқаришга, мавсумий истеъмол қилишга (масалан, печда ишлатиладиган ёқилғи);
- узлуксиз ишлаб чиқаришга, даврий истеъмол қилишга (масалан, кир ювиш порошоклари).

Воситачиларни бозордаги товарларни ҳаракатини самарадорлигини оширишдаги аҳамияти, уларни иш алоқаларини кенгайтириш, истеъмолчилар билан битим тузиш, музокаралар ўтказиш, буюртмаларни ўз

вақтида расмийлаштириш ва харидорлар билан ҳисоб-китоб қилишда, товар ишлаб чиқарувчилар ва харидорлар ҳақида зарурий ахборотлар бериш масалаларида ошиб боради.

29.2. Кичик бизнесда воситачилик ташкилотлари

Кичик бизнес субъектлари ўз маҳсулотларини юқори самарадорлик билан сотишни йўлга қўйиш ниятида ҳар хил воситалардан фойдаланадилар: кўтара савдо ва истеъмол ширкатлари ва қишлоқда шуғулланувчи фирмалардан.

Улар қуйидаги вазифани бажарадилар: товарни сотиб оладилар ва товар ассортиментини шакллантирадилар, савдо ходимларини тайёрлайдилар, сотиб олинган маҳсулотни катта товар тўпламларига тақсимлаб сотадилар, савдонинг рағбатлантирадилар, истеъмолчиларни сотиб олган маҳсулотига қўшимча ишлов берадилар ва сақлайдилар, товарларни истеъмолчига етказиб берадилар, тижорат кредитини берадилар, ишловчиларга чакана савдо ходимларига, истеъмолчиларга, маҳсулот берувчи ва истеъмол қилувчиларнинг бозор тўғрисидаги ахборот билан таъминлайдилар, маҳсулот етказиб берувчиларга, чакана савдо қилувчиларга, истеъмолчиларга маслаҳат хизматини кўрсатадилар, ўзларига тижорат таваккалчилигини оладилар.

Кўтара воситачилар уч гуруҳга бўлинадилар: кўтара воситачилар, улар товарга эга бўлиш ҳуқуқини олувчилар; кўтара воситачилар товарга эгаллик қилиш ҳуқуқини олмайдиганлар; ихтисослашган кўтара воситачилар товарга эгаллик қилиш ҳуқуқига эгалар. Улар ҳеч кимга бовариқ бўлмаган эркин тижорат корхона ва ташкилотлар ҳамда алоҳида шахслар, ўзлари сотиб олган товарларга эгаллик ҳуқуқини олувчилар, шу билан бовариқ тижорат таваккалчилигини, товарларини бузилиши, йўқолиши, ўғирланиши ва уларни жисмоний эскириши ҳисобига камайишини ўзига олувчилар.

Маълумки кўтара, тижорат кўтара воситачилар тўла хизмат кўрсатиш имкони ва эркин тижорат кўтара воситачилар чекланган хизмат кўрсатиш имкони билан бўлиши мумкин. Эркин тижорат кўтара воситачилар тўла хизмат кўрсатиш цикли билан булар корхона

ва ташкилотлар, маҳсулот сотиш жараёнида қатнашувчилар ва маҳсулот берувчиларга ва уни истеъмол қилувчига тўла мажмуа хизматини савдо бўйича бажарадиганлардир.

Улар зарурий товар ассортиментини танлайдилар ва уни бир маълум жойга тўплайдилар, маҳсулот берувчиларга ва олувчиларга тижорат кредитини берадилар, маҳсулотни оморларга жойлайдилар ва сақлайдилар, маҳсулотни ташинишда маркетинг изланишида ва режалаштирилишида ёрдам кўрсатадилар, сервис ва таъмирлаш хизматини бажарадилар.

Эркин кўтара тижорат воситачилар чекланган хизмат кўрсатиш цикли бўйича булар корхона, ташкилотлар, алоҳида шахслар, маҳсулот сотилишида иштирок этувчилар ва товарга уни сотиб олишда мулк эгаллиги ҳуқуқини олувчилардир. Уларнинг харидорларга кўрсатадиган хизматларини рўйхати сезиларли даражада тор.

Бу каби воситачилар тижорат кредитини харидорларга ва маҳсулот берувчиларга берадилар, маҳсулот сотишда хизмат кўрсатадилар ёки бозор изланишларини ўтказиш учун ахборот берадилар ва савдонинг ташкил этилишида ёрдам кўрсатадилар. Бу турдаги воситачилар тез бузиладиган озиқ-овқат маҳсулотини савдо-сидда учрайдилар, улар қурилиш, ёқилиш материаллари, қишлоқ хўжалик маҳсулотини тайёрланадиган гиёҳлар савдосида хизмат қиладилар.

Бажарадиган хизмат туркумига қараб бу кўтара воситачилар гуруҳига қуйидагилар киради: товарни олиб бориб бермасдан уни нақд пулга сотадиганлар; кўтара-коммивояжерлар; кўтара ташкилотчилар; кўтара-консигнантлар; кўтара-кейинсотувчилар; қишлоқ хўжалик ишлаб чиқариш ширкатлари ва бошқалар.

Кўтара савдо уюштирувчилар — кўтара воситачилар чекланган хизмат кўрсатиш имконига эга бўлган кўтара воситачилар, идишларга жойланмаган маҳсулот билан савдо қилувчилар (ёроқ-тахта материаллари, қалийли ўғитлар, оғир дасттоҳлар, автомобиллар, қишлоқ хўжалик техникалари ва бошқалар). Маҳсулотни кўтара савдо қилишда кўрсатиладиган ҳамма хизматлар рўйхатидан ушбу ҳолатда фақат бевосита савдонинг ташкил қилиш бажарилади.

Бу каби кўтара савдо воситачиси товар билан бе-

восита шуғулланмайди, яъни товар сотиб олмайди, уни сақламайди ва уни харидорларга етказиб бермайди. Унинг асосий вазифаси зарур бўлган маҳсулот ишловчини ушбу маҳсулотта буюртма олгандан сўнг қидириб топишдан иборат. Агар маҳсулот ишловчи билан шартнома ниҳоясига етгандан кейин маҳсулотни юклаб буюртмачига жўнатади.

Бу ерда кўтара савдо воситаси буюртма қабул қилинганидан бошлаб буюртирилган маҳсулотни буюртмачи манзилгоҳига жўнатишга қадар ушбу маҳсулотта мулк эгаллиги ҳуқуқини олади ва тижорат таваккалчилигини тузилган шартнома асосида ўзига олади. Кўтара савдо воситачисининг бу каби варианты буюртмачига қулай келади, чунки кўтара савдо воситачиси товар захираларини ўзида сақламайди, демак, пастрок нархда савдо қилиш имконига эга бўлади, бу эса мижозларни ўзига жалб қилади.

Кўтара-консигнантлар — кўтара савдо воситачилари харидорларга чекланган хизмат кўрсатиш цикли билан озиқ-овқат товарни ҳисобланмаган маҳсулотни олиб келади, уларни савдо уйлари залларига жойлайди. Бу каби товар сифатида қуйидаги маҳсулотлар ишлатилади: болалар ўйинчоқлари, рўзномалар, китоблар, канцелярия товарлари, дори-дармонлар, косметика ва техник товарлар.

Кўтара ва бошқалар консигнант сотиладиган товарларга ўзи нарх белгилайди, захиралар аҳволини, сифатини янгиллигини назорат қилади, магазин ичида кўرғазмалар ташкил қилади. Бундай воситачи қуйидаги хизматларни бажаради: товарларни етказиб келиш, уларни жойлаш, маҳсулотни зарур захирасини ушлаб туриш, ҳамда молия билан таъминлаш ва сотувни ҳисобга олиш. Кўтара консигнантлар савдога қўйилган маҳсулотга эгаллик ҳуқуқига эга, чакана савдо ходимларига истеъмолчилар сотиб олган маҳсулотта ҳисобот беради.

Кўтара савдочилар — маҳсулотни етказиб бермасдан, нақд пулга сотувчилар — булар кўтара савдо корхона ва ташкилотлар ҳамда алоҳида шахслар чекланган ассортиментдаги, аммо тез сотиладиган ва шу заҳоти пул тўлаб олинadиган маҳсулот билан савдо қилувчилар. Қонда бўйича уларга тез бузиладиган озуқа маҳсулотлари, сабзавот, мевалар, балиқлар, қаңдолат маҳсулотлари ва бошқалар киради, харидор сифатида

майда савдо ходимлари ўзлари сотиб олган маҳсулотларни истеъмолчиларга сотадиган жойга келтирувчилар.

Кўтара-воситачи фирма бу корхона бўлиб саноат-техника вазифалари маҳсулотни сотувчилар ва тўла сервис хизмати кўрсатувчилар, яъни сотишдан олдинги, сотишдан олдинги ва сотилгандан сўнгги кафолатли сервисларни ўз ичига олувчилардир. Кўтара савдо воситачилари ичида товарга эгаллик ҳуқуқини қўлга киритувчи сотиш соҳасида алоҳида шахс — ишбилармонлар сифатида чиқувчилар, дилерлар ва коммивояжерлар, кўтара савдо қилувчилар муҳим ўрин эгаллайди.

Дилер — эркин чакана савдо қилувчи, маҳсулотни ишловчи фирма агентларидан эгаллик ҳуқуқига сотиб олувчи сўнгра, «Муҳим сотувчи» ҳуқуқига уни шахсий истеъмол учун ўзи хизмат қиладиган ноҳиядаги истеъмолчиларга сотувчи шахсдир. Дилер ўз маҳсулотини сотадиган бозорга, ҳамда сотилаётган маҳсулотининг тавсифига қараб дилер билан ишлаб чиқарувчи фирма ёки унинг агентлигининг ўртасидаги муносабатлар ўзгариб туриши мумкин.

Дилер деярли тез-тез фавқулоддаги ҳолатларда ушбу фирмани маҳсулотларини сотиш ва унга хизмат кўрсатишдан воз кечиши бошқа фирмалар агентлари билан сотиб бериш бўйича шартнома тузиши мумкин, бунга эътиборин «воситачи рақобатчи товарлар билан савдо қилолмайди». Дилерлар ушбу қондани бузишга борадилар, чунки сотиладиган маҳсулотта бўлган талабини ўзгариб туришидан ўзларининг химоя қиладилар.

Коммивояжерлар кўтара савдо воситачилари сотиладиган маҳсулотта эгаллик ҳуқуқини олувчилар чекланган хизмат кўрсатиш цикли билан, нақд пулга товар сотувчилар ва уни чакана харидорларга етказиб берувчилар. Кўтара савдо воситачилар маҳсулотни консигнация қондаси билан олувчилар, жисмоний эгаллигига кирувчилар ва уни сотишни ташкил қилувчилар. Комиссиядаги сотувчилар фирмаларга бозорни изланиши бўйича маркетингни режалаштиришда, тижорат кредитини берилишида, нарх белгилаш бўйича харидорлар билан музокара олиб борилишида хизмат кўрсатадилар.

Кўтара савдо ходимлари эркин кўтара савдо воситачилари тўла хизмат кўрсатиш цикли билан маҳсулотни сотишда асосан кенг истеъмол моллари бўйича,

қоида бўйича, чакана воситачиларга ёки сотувчиларга ҳамда ҳар хил корхоналарга етказиб берувчилар. Маҳсулотни таклиф этилган ассортимент асосида кенг бўлмаган тўлдирилган ассортиментли тор ихтисослашган кўтара савдо ходимлари, ҳамда аралаш ассортиментли сотувчилар бўлиши мумкин.

Кенг тўлдирилмаган ассортиментли кўтара савдо ходимлари бу кўтара савдо воситачилари, тўла хизмат кўрсатиш цикли билан кенг товар ассортиментли аммо иккита товар гуруҳидан ортқ бўлмаган маҳсулот сотувчилар бўлиши мумкин. Бу каби савдога товар ассортиментини чуқур гуруҳ ичидаги дифференциацияси тавсифлидир.

Аралаш ассортиментли кўтара савдо қилувчилар бу кўтара савдо воситачилари тўла хизмат кўрсатиш цикли билан маҳсулотни бир неча товар гуруҳи билан сотувчилар. Масалан, кийим-кечақлар, канцелярия товарлари, радио электроника товарлари билан савдо қилувчилар. Уларнинг харидорлари чакана савдо воситачилари ва ҳар хил тор ихтисослашган ассортиментли корхоналар бўлиши мумкин.

Воситачилик фаолияти маҳсулот сотиш бўйича ва товарларга эълоик ҳуқуқига эга бўлмасдан ҳам агентлар, брокерлар ва тарқоқ ҳолда сотувчилар орқали амалга оширилиши мумкин.

Агентлар — кўтара савдо воситачиси, сотувчини манфаатини кўзловчи, маҳсулот сотилишида иштирок этувчилар ва товарларни сотиш ҳуқуқига эга бўлмаганлар. Агентлар ўзларининг миждозлар билан бўладиган муносабатларини узоқ муддатли шартнома асосида амалга оширади, бу эса миждозларга маҳсулотни сотиш ҳажминин, молия ресурсларини чекланганлигига қарамасдан қўлайлигида имкон яратади.

Агентларнинг учта тури мавжуд: ишлаб чиқарувчилар агенти, сотувчи агентлар, комиссиядаги сотувчилар.

Брокер — маҳсулот сотилишида иштирок этувчи ва товарни сотишга ҳуқуқли бўлмаган эркин кўтара савдо воситачисидир.

Брокернинг бош вазифаси олди-сотди тўғрисида харидор ва сотувчи ўртасида шартнома тузилишида ёрдам кўрсатишдир. Сотувчи ёки харидорнинг талаби билан брокер ўзига қўйидаги вазифаларни бажарилишини олиши мумкин: керакли ассортиментли товарни

ташлаш, қизиқтирадиган маҳсулот нархига тегишли ахборотлар тўплаш, ахборот-маълумот ва маслаҳат бериш хизматларини кўрсатиш ва бошқалар.

Шу билан бирга улар сотиладиган ва олинадиган товар захираларини сақламайдилар, савдо шартномаларини молия билан таъминламайдилар ва ўзига ҳеч қандай тиждорат таваққалчилигини олмайдилар. Ҳар бир алоҳида шартномани тузишда брокерга унинг миждозлари (харидорлари ва сотувчилари) махсус ҳуқуқ берадилар. Бу ҳуқуқ доирасида у ўзининг миждозини кўрсатмаларини бажара туриб сотиладиган ва олинадиган товарларнинг сони, сифати ва нархи тўғрисида уларга ахборот беради.

Ўз миждозини талаби билан брокер унга барча унинг номидан ўтказилган операциялар ва шартномалар тўғрисида тўла ахборот бериб бориши керак. Брокер ва унинг миждозлари ўзларининг муносабатларини вақтинчалик асосда кўрадилар, яъни кейинги олди-сотди шартномаси тузилишида сотувчи ва харидор бошқа брокер хизматига мурожаат қилишлари мумкин. Тузилган шартнома ҳажми ҳамда сотиладиган маҳсулот тури, ассортимент асосида брокер ўзининг хизматлари учун шартнома суммасининг 0,2 дан 3 фоизгача миқдорида комиссия мукофотини олиши мумкин.

Брокер бир вақтда икки томонни (сотувчи ва харидор) манфаатини кўзлашга ҳуқуқли эмас. Қоида бўйича брокерлик операцияларини товар биржаларида, аукционларда ўтказилишида далолат сифатида иккита брокер қатнашади — биттаси харидор манфаати томонида бўлса, иккинчиси — сотувчи манфаати томонида бўлади.

Ихтисослашган кўтара савдо воситачиларига савдо агентлари, сотув агентлари саноат маҳсулотининг дистрибуторлари, манзил маклерлари қиради.

Ишлаб чиқарувчилар агенти — кўтара савдо воситачиси, ишлаб чиқарувчи фирма вакиллари ва фирма ишлаб чиқарган маҳсулотни бир қисmini бозор сегментларини чекланган сонда сотувчилар.

Ишлаб чиқарувчи фирмалар бир неча агентларни ишлатиши мумкин. Ҳар бир агент ҳар хил маҳсулотни, бозорни ҳар хил сегментида сотади. Баъзида битта агент бир неча маҳсулот ишловчиларда ишлаши мумкин ва ўзаро рақобатлашмайдиган ва бир-бирини тўлдирадиган товарларни сотади.

Ишлаб чиқарувчилар агентлари тижорат кредити-ни бериши мумкин, ҳамда тўла савдо хизмат мажмуа-сини амалга оширади, уларнинг ёки ижарага олин-ган омборларда маҳсулотни сақлайдилар уларни чакана звенога ёки бевосита истеъмолчиларга етказиб бе-риш, бозорни ўрганиш бўйича маркетингни режалаш-тиришда, товарни бозорга етказишда кўмаклашади, янги товарларни узоқда жойлашган бозорларга киритишни рабатлантиради. Ўз хизматлари учун ишлаб чиқарув-чи агентлар коммиссион ҳақни 3 фоиздан 10 фоизгача сотилган ҳажмидан олади.

Сотувчи агентлар — кўтара савдо воситачилари ишлаб чиқарувчи фирмаларнинг вакиллари, шунинг-дек сотув хизмати бўйича мажмуа иш бажарувчилар. Улар бозорни ўргатадилар, сотувни рабатлантиради, маҳсулотни ишловчилардан чакана савдога ёки бевосита истеъмолчига етказиб беради.

Ишловчи фирмаларнинг савдо агентлари хизматига қуйидаги қолларда мурожаат қилишади: уларга сотиш вазифасини бажариш иқтисодий жиҳатдан мақсадга мувофиқ бўлмаганда ишлаб чиқарувчи фирма савдо фаолиятини амалга оширишга тайёр эмаслигида, ом-борхоналарини йўқлигида, воситачилар ва истеъмол-чилар ўртасида транспорт алоқаларини яхши ўрна-тилмаганлигида ва бошқа сабабларда. Савдо агенти хо-димларига одатда савдо идорасининг директори ва бир неча хизматчилар киради.

Саноат маҳсулотининг дистрибьюторлар — бу эр-кин савдо воситачилари ишлаб чиқариш — техник вазифалари маҳсулотларни бошқа фирмаларга уларни ишлаб чиқариш талабларини таъминлаш учун сотув-чилар. Улар ўз харидорларига савдо хизмати бўйича тўла хизмат циклини, ҳамда бозорни ўрганиш ва мар-кетингни режалаштириш хизматини бажариши мум-кин.

Савдо агенти — савдо фирмаси номидан иш кўрув-чи шахслар. Улар тегишли маҳсулотни сотишда ва қу-йидаги вазифаларни бажарадилар: ахборотларни тўплаш, харидорларни топиш, савдо алоқа йўллари-ни ўрнатиш, сотишни амалга ошириш, товар ресурслари-ни тақсимлашда қатнашиш ва бошқалар.

Манзил маклери — бу воситачи бўлиб, у битта фир-мани манзил рўйхатини иккинчисига етказувчи шахс-дир.

29.3. Воситачилик фаолиятининг турлари

Воситачилик фаолиятини асосий турлари қуйида-гилардан иборат: товарларни тўплаш ва тарқатиш, жам-гариш, маҳсулотни саралаш ва сақлаш, товарга эга-ликни сотувчидан харидорга ўтиши; маҳсулотни сақ-ланишини ва химояланишини амалга ошириш, алоқа-ларни ушлаб туриш, сотувчи ва харидорлар ўртасида савдо мулоҳазаларини олаб бориш, маҳсулотга бўлган эгалик ҳуқуқини ишлаб чиқарувчилардан истеъмолчи-га олиб бериш ва бошқалар.

Кўрсатилган воситачилик фаолиятлар турлари со-тув каналини самарали ишлашга шароит яратади. Бун-да воситачилар бир қатор вазифаларни бажаради, яъни:

- изланиш ишлари товарни сотишни режалаштириш ва енгиллаштириш учун зарурий ахборотлар тўплаш;
- сотишни рабатлантириш — товар тўғрисида эшит-тириш алоқаларини бунёд этиш ва тарқатиш;
- алоқалар ўрнатиш — потенциал харидорлар билан алоқа ўрнатиш ва уни сақлаб туриш;
- товарни ихтисослаштириш — харидорлар талаби асо-сида товар тайёрлаш. Бу ишлаб чиқариш, саралаш, монтаж ва упаковка қилиш каби фаолият турларига тегишлидир;
- мунозаралар ўтказиш — кейинги мулк ёки эгаликни бериш вақтида нарх ва бошқа шартларни келтириш-га ҳаракат қилиш;
- товарни ҳаракатга келтиришни ташкил қилиш — товарни ташвиш ва омборга жойлаш;
- молия билан таъминлаш маҳсулотни сотиш канали-ни ишлаши учун зарур харажатларни қоплаш учун маблағ излаш ва ишлатиш.
- таваккалчиликни қабул қилиш — сотиш каналини ишлаб туришини жавобгарлигини ўз елкасига юк-лаш.

Биринчи бешта вазифани бажарилиши битимларни тузилишга, сўнги эса — тузилган битимларни ниҳоя-сига етказилишга кўмаклашади. Маҳсулот сотилиши-да қанча сондаги воситачилар ишлатилишини ҳар қан-дай маълум вазиятда фирма ўзи ҳал қилади. Бу муам-мони ечилишида савдо корхоналарининг сонига боғ-лиқ уч хил ёндашил бўлиши мумкин:

Маҳсулотни жадал сотилиши. Қундалик талаб товарларини ва оддий хом ашё маҳсулотини ишлаб чиқарувчилар, ҳақида бўйича, ўз товар захиралари бўлишини, имкони борича кўпроқ савдо нуқталари билан таъминлашга ҳаракат қилади, бу эса бозорни кўпроқ қамраб олинишига кўмаклашади. Мисол учун музқаймоқ ва сигаретлар, харидорлар учун энг қулай жойларда ва нуқталарда сотилади.

Маҳсулотни алоҳида ҳуқуқ билан сотилиши. Бу ёндашиш кўпроқ ва кенг меъёрга кичик бизнес корхоналари томонидан, чекланган сондаги воситачиларга фирманинг товарларини бозор майдони доирасида тақсимлашда алоҳида ҳуқуқ берилишида ишлатилади. Бунда ишлаб чиқарувчи фирма рақобатчилар маҳсулотини билан савдо қилишини ман қилганда алоҳида воситачилик шарти тез-тез қўйилади.

Товарларни алоҳида ҳуқуқ билан сотилиши уларни обрўсини оширишга ва маҳсулотга юқори қўшма нарх қўйишига имкон яратади. Масалан, чекланган сондаги мижозларга модал кийим, қимматбаҳо мебель ва бошқа юқори тоифадаги мутахассислар томонидан яқка буюртма ишлар бажарилиши билан бовлиқлиги.

Маҳсулотни натижали сотилиши — бу товарларни интенсив сотилиш усули билан алоҳида ҳуқуқ билан тақсимланиши орасидаги ўртачаси ҳисобланади. Бу ерда жалб қилувчи воситачилар сони бирдан ортиқ, аммо маҳсулотни сотишда тайёр иштирок этишни хоҳловчилар сонидан камдир.

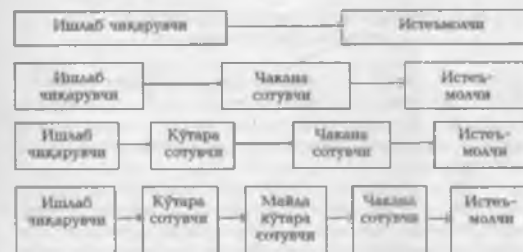
Бунда ишлаб чиқарувчига ўз ҳаракатини кўпчиликлilik даражаси савдо нуқталарида беҳуда сарфлаш мақсадга мувофиқ бўлмайди. Фирма ихтисослашган воситачилар билан ишбилармонлик муносабатларини ўрнатиш ва бозор майдонида ўз маҳсулотини сотишда юқори самарали сотув каналини бунёд этиши мумкин.

29.4. Товарларни бозорга бўлган ҳаракатини ташкил қилишда муқобил қарорлар

Кичик бизнесда ишлаб чиқарувчи фирма ўз маҳсулотини сотиш каналини шакллантиришда доим хоҳиши билан мавжуд имконини доимий равишда бовлаб боради. Молиявий ресурсларни чекланганлиги сабабли у ҳақида бўйича ноль савияли канални танлайди, ёки мавжуд ушбу бозордаги воситалар майдони хиз-

матидан битта босқичли, камроқ — иккита босқичли сотув каналдан фойдаланади, амалиётда эса учта босқичли сотув каналдан фойдаланмайди. (29.1-расм). Маҳсулотни сотиш каналини танлаганда бир қатор омилларни ҳисобга олиш зарур.

Биринчидан, товар хусусияти таҳлил қилинади. Бунда тез бузиладиган маҳсулот, яъни гўшт ва сут, мева сабзавотлар қисқа муддатли сотув каналига қўйилади. Уларни ишлаб чиқарувчи корхонадан бевосита тўғридан тўғри харидорга етказиб бериш амалга оширилади. Агар зарурат туғилса, йирик тўпламларини кичикларга бўлиш ва маҳсулотни саралаш, унга қўшимча ишлов бериш ва вақтинча сақлаш учун кўтара воситачилардан фойдаланадилар.



29.1-чиизм. Ҳар хил босқичдаги сотув каналлари чизмаси.

Иккинчидан, сотув каналини харидорларини ўзи олиндан белгилайди, уларни супермаркет тизими орқали сотиб олинган товарга муносабатлари аниқланади. Масалан, ўзига-ўзи хизмат қилиш, товарни почта орқали олиш, товарни эшиқдан-эшиқгача тизими бўйича сотиш ёки товарни имтиёзли дуконлар орқали сотиш.

Кўпроқ афзаллик бериб тўлаш усуллари ҳисобга олинади. Масалан, нақд пулга сотиш, кредитга ёки арендага, қарзга бериш ҳамда харидорларни у ёки бу товар белгисига ишқибозлиги муҳим аҳамиятта эга бўлади.

Учинчидан, сотув каналларини танлашда қуйидагиларни ҳисобга олиш зарурдир: истеъмолчиларни, кўтара воситачиларни ва чакана савдо ходимларини ҳудудий

жойлашиши, воситачиларни молиявий аҳволи, товар белгисини машҳурлиги, бозорни урганилганлиги, савдо тизимини ўлчамлари ва сифати, кўргазма ва товарлар ташкил қилиш воситачилари, товарларни оморга жойлаш ва сақлаш воситалари, техник ва сотувдан кейинги хизмат кўрсатилиши, ушбу маҳсулотни асосий сотиб олувчилар билан алоқасини борлиги ва уларга яқинлашиш имкони, кичик фирманинг товарларини бошқа воситачилар сотаётган товарларга қараганда нисбий зарурлик даражаси ва бошқалар.

30. ТОВАР АЙЛАНМАСИ ВА УНИНГ АСОСИЙ КАНАЛЛАРИ

30.1. Сотув каналларининг таркиби, қўлами, вазифаси ва тушунчаси

Сотув канали — бу корхона ва ташкилотларнинг (хўтара ва чакана), ҳамда алоҳида тадбиркорларнинг товарлар ҳаракатида ва улар мулкга эгалик ҳуқуқини ишловчидан истеъмолчига беришда қатнашувчиларнинг мажмуасидир.

Сотув каналининг асосий вазифаларига қуйидагилар киради: товарларни тўплаш ва тарқатиш, товарларни йиғиш, саралаш ва жойлаштириш, товарга эгаликни сотувчидан олувчига ўтиши, товарни сақлаишини ва ҳимояланишини таъминлаш, олувчи ва сотувчи орасидаги мулоҳазаларини ва битимларни олиб бориш, товарга эгалик ҳуқуқини сотувчидан олувчига ўтказиш.

Маркетинг амалиётида сотув каналининг икки тури ажратиб кўрсатилади: бевосита ва билвосита. Фирмани сотув каналини танлашда қуйидаги омилларни ҳисобга олиш зарур: фирма чиқадиган бозор тури, сотилиш эҳтимолидаги ҳажм, корхонанинг ва эҳтимоли воситачиларни молиявий турғунлиги, энг кичик итказиб бериладиган маҳсулотни тўпламининг ҳажми, потенциал истеъмолчиларнинг жүтрофик тўлаиши, истеъмолни хусусияти, одати ва руйхати, маҳсулот сифати ва унинг ностандартлигига қўйилдиган талаб, товарларга қўйилган нархнинг турғунлиги, сервисни ҳажми, сифати ва тури, фойда меъери.

Сотув каналининг савияси (сотув каналининг даво-

мийлиги) воситачилар сони билан аниқланади. чунки ишлаб чиқувчи маҳсулотни бевосита истеъмолчига шартнома ва контракт асосида сотади. Бевосита сотув канали турларига қуйидагилар киради: директор-маркетинг, телефон-маркетинг, ҳамда газета ва журналлардаги эълонлар. Бевосита сотиш ишлаб чиқариш техника вазифасидаги маҳсулотларни сотишда кўпроқ ва кенгрок, кенг истеъмол молларини сотишда эса камрок ишлатилади.

Билвосита сотув канали ишлаб чиқарувчини воситачилар орқали товар сотиши, яъни бу канал кўп савияли ҳисобланади — битта, иккита ва кўп савияли сотув каналлари бўлиши мумкин. Битта савияли канал битта воситачини ўз ичига олади. Бу ерда кенг истеъмол товарини сотиш учун, қонда бўйича, қар хил дуқонлар, магазинлар ва сотувчилар ишлатилади. Ишлаб чиқариш техник вазифасидаги товарлар махсус агентни ёки брокер орқали сотилиши мумкин.

Икки савияли канал иккита воситачини ўз ичига олади. Масалан: канцелярия молларини ишлаб чиқарувчи фирма маҳсулотни бевосита йирик компанияларга ва билвосита канал билан сўнги истеъмолчиларга сотиши мумкин. Уч савияли сотув каналида учта воситачи жалб қилинади: кўтара, майда кўтара ва чакана.

Сотув каналининг сон тавсифи сифатида узунлиги билан бир қаторда унинг кенглиги яъни маҳсулотни ҳар қандай сотилиш этапида воситачилар сони (хўтара ва чакана) ҳам ҳисобланади. Масалан, барча ишлаб чиқарувчидан маҳсулот сотиб олувчи кўтара фирмаларининг сони билвосита сотув каналининг турлари қуйидагича: интенсив, селектив (сараловчи) ва эксклюзивли.

Фирма товарни ҳаёт циклини ўтишига қараб эксклюзивли сотувдан сараловчи сотувга сўнгра интенсив сотувга ўтиши мумкин. Масалан, джинси эксклюзив сотувдан тезда магазинларга, сўнгра барча савдо нуқталарига ўтган.

30.2. Товар ҳаракати тушунчаси, мақсади, захираси ва ташилиши

Товар ҳаракати — мажмуавий фаоллик бўлиб, ўз ичига барча операциялар тўламини, яъни ишлаб чи-

қилган маҳсулотни ишловчидан истеъмолчига жисмоний ҳаракат воситаси орқали олиб бориб берилишидир. Қўйидагилар товар ҳаракатини тузилиш элементлари бўлиб ҳисобланадилар: тайёр маҳсулотни олиб бориб қайта ишлаш, уни саралаш, жойлаштириш, транспорт операцияларини бажариш, уни етказиб бериш билан боғлиқ хизматни бажариш ҳамда товарни сотиш.

Товар ҳаракатининг барча қатнашчилари фойда олиш, маҳсулотга йўл топиш самарали тақсимлаш, сотиш ва бошқалар каби умумий мақсадга эга: Кичик бизнесда товар ҳаракати канали ҳар хил бўлиши мумкин: оддийдан мураккабгача, оддий товар ҳаракати канали кичик фирма билан унча катта бўлмаган сотув нуқтаси оралиғидаги ёзма келишувдир.

Товарни кенг меъёردа сотилишига қизиққан бошқа корхоналарга эркин чакана магазинлари зарур. Шунинг учун икки хил товар ҳаракати канали мавжуд: бевосита ва билвосита.

Бевосита товар ҳаракати каналлари маҳсулотни ишлаб чиқарувчидан истеъмолчига эркин воситачилар ишлатмасдан ҳаракатлантириш билан боғлиқ. Улар кўпроқ кичик бизнесда ҳўжалик юритувчи субъектлари томонидан, ўзларининг маркетинг дастурини ўзлари назорат қилишни истовчилар, чекланган бозор майдонига эга бўлишларига қарамайдан истеъмолчилар билан яқин муносабатда бўлишни хоҳловчилар томонидан ишлатиладилар.

Билвосита товар ҳаракати канали маҳсулотни ишловчидан товар ҳаракатини эркин қатнашчисига ҳаракатлантириш билан, сўнгра харидорга етказиб бериш билан боғлиқ. Улар кўпроқ йирик компаниялар билан франчайзинг асосида ишловчи кичик фирмаларни жалб этади. Товар ҳаракати сезиларли ҳаражатларни маркетинг тизимида талаб қилади. Бу каби ҳаражатларни миқдорини аниқлаш учун қўйидаги ифодадан фойдаланиш мумкин:

$$Ит = T + F + W + S;$$

Бу ерда: *Ит* — товар ҳаракати ҳаражатлари (сўмда);
T — транспорт ҳаражатлари (сўмда);
F — узгармас омбор ҳаражатлари (сўмда);
W — узгарувчан омбор ҳаражатлари (сўмда);
S — ўрнатилган муҳлатда бажарилмаган буюртмалар қиймати (сўмда).

Ҳар бир фирма товар ҳаракати билан боғлиқ ҳаражатларни камайтиришга ҳаракат қилади. Шу билан бир қаторда истеъмолчининг манфаатига зарар етказмаслиги керак. Харидорларга кўрсатадиган хизмат савиясини белгиловчи омилларга қўйидагилар киради: буюртмани бажариш тезлиги, махсус буюртма бўйича маҳсулотни тезлик билан етказиш, тўғри келадиган транспортдан фойдаланиш, яхши тараққиёт тошган савдо тармоғига эга бўлиш ва бошқалар.

30.3. Сотувни рағбатлантириш усуллари

Сотувни рағбатлантириш бу маркетинг фаолиятини қамраб олувчи ва рекламадан фарқ қилувчи жараён бўлиб, истеъмолчи ва дилерларни сотиб олишини рағбатлантиради. Ушбу жараённи муҳим хусусияти шундан иборатки, у тўғридан тўғри товарни истеъмол хусусияти билан боғлиқ эмас, чунки маҳсулотни асосий сифат ўлчамлари харидорларга уларнинг шахсий тажрибаси ва рекламага биноан олдиндан маълум, шунинг учун сотишни рағбатлантиришда бош масала — бу харидорларни қизиқтириш, маҳсулотни катта тушламлар билан сотиб олиш, маълум товарни сўнгра харид қилиш, сотувчи фирмалар билан доимий тижорат алоқада бўлиш ва бошқалар.

Сотувни рағбатлантиришдаги асосий тадбирларга қўйидагилар киради: маҳсулот ишловчиларни кўرғазмаларда, ярмаркаларда иштирок этишлари, фирма қошида кўрғазма залларини ташкил этиш, товарларни тажриба нусхаларини имтиёзли шартлар билан тарқатиш, янги товарларни презентация қилиш, сотилаётган маҳсулот нархини бирдан пасайтириш, ишловчи фирмаларга экскурсиялар ташкил қилиш ва бошқалар.

Маҳсулотни сотилишини рағбатлантириш қўйидаги вазиятларда мақсадга мувофиқ бўлади: бозорга бир хил истеъмол хусусиятига эга рақобат қилувчи кўп товарлар тақдим қилинса, агар маҳсулот позиция ёрдамида ёки ўзига-ўзи хизмат қилиш йўли билан сотилса, агар бозорга янги маҳсулот чиқарилса ёки фирма янги бозор майдонига чиқса, бозорда товарни ҳаётий цикли ўтиш босқичда фирмани тутган ўрни қўланса.

Маркетинг амалиётида рағбатлантириш субъект сифатида алоҳида харидорларни, воситачиларни ва сотув ишчиларни ажратадилар. Харидорга нисбатан рағбат-

лантйриш шундан иборатки уларга махсулотларни келишилган шарт билан сотиб олишдан келадиган сезиларли тижорат фойдаси тақлиф этилади.

Восита ва сотув ишчиларига нисбатан раббатлантириш қуйидаги шаклларда бўлиши мумкин уларга қимматбаҳо совға бериш, конкурс қанташчиларини мукофотлаш, керакли товарлар сотиб олишида савдо қайтармаларини бериш, бир қисм махсулотни бепул бериш, баъзи бир оилавий тадбирларни ўтказишда қўмаклашиш, қўшимча дам олиш кунларини бериш, бепул йўлланмаларини дам олиш масканларига бериш, имтиёзли кредитлар бериш ва ҳоказо.

Агар фирма сотувни доим раббатлантирадиган бўлса унда харидорлар бунн махсулот сифатини пасайиши деб тушунишлари мумкин ва харидорлар оддий нарх билан товарларни олмай қўйишлари мумкин, чунки улар сотувни раббатлантириш даврида керакли захира қилган бўлишлари мумкин.

30.4. Реклама соҳасидаги қарорлар мазиуин ва босқичлари

Рекламани турли-туман таърифлаш мумкин. У талабни шакллантириш мақсадида реклама қилишадиган товарга истеъмолчиларни огоҳлантириш жараёни сифатида, сотувни ташкил қилиш жараёни сифатида, иқтисодий ва ижтимоий жараён сифатида, жамоат билан боғланишни амалга оширувчи восита сифатида қўлланилади. Реклама тўғрисида маълумот Американинг «Замоавий реклама» деган дарслигида тўлиқ берилган.

Реклама бу яқка шахсга ҳисобланмаган ахборот бўлиб, у ҳамма харидорларга товар ва хизмат тўғрисидаги маълумот етказиш, шунингдек реклама берувчиларни рояларини изоҳловчи воситадир. Реклама бир гуруҳ одамларга мўлжалланган, шунинг учун ношахсий таъсифга эга. Рекламанинг катта қисмига буюртмачилар томонидан ҳақ тўланади, аммо баъзи бир реклама омилларига ҳақ тўланмайди.

Масалан, «Америка Қизил Ярим Ой», «Юнайтед Уэй», «Америка рақ касаллигига қарши жамияти»нинг рекламалари бепул жамоатчилик асосида ойнаи жаҳон орқали берилади ва кундалик матбуотда чиқарилади.

Рекламаларнинг катта қисми ўз таъсифи билан ишонтирувчи ҳисобланади. У алоҳида сотув учун ўзига йўл очиб боради: аудиторияни ахборотга эга эканлигини таъминлайди ва фирманинг махсулотга хайрихоҳлик муносабатини уйғотади. Ундан ташқари у чакана савдода, почта орқали сотувда ҳужм суришга имкон яратади, аммо баъзи бир реклама эълонлари масалан, юридик ишлар билан боғлиқликлари фақат ахборот таъсифига эга ва инкор қилишга мўлжалланмаган.

Реклама талабни шакллантириш тизимининг элементи ҳисобланади ва маълум «товар тимсол»ини таъминлайди, бу эса сотиб олиш қарорини қабул қилишга ёрдамлашади. Магазинлар, ярмаркалар хизматларини амалга оширишда реклама муҳим роль ўйнайди. Кенг тарқалиб ва юксалиб бориш даражасида реклама кенг роя доирасини яъни иқтисодий, сиёсий, диний ва ижтимоий таъиниқот қилишда ишлатилади.

Эълон реклама бўлиши учун/реклама берувчи ўзини таништириш керак. Ҳўжалик юритувчи субъектининг реклама билан боғлиқ фаолият тури турли-туман бўлиши мумкин: товарга ва уни ишлатилишига реклама, фирма рекламаси, очик (бевосита), ва ёпиқ (билвосита) реклама, сотувни кенгайтиришни таъминловчи реклама. Рекламани тарқатувчи воситалар — радио, ойнаи жаҳон, рўзнома, ойнама, почта, видео кассеталар ва бошқалар.

Реклама ишланишида қарорларни изланиши 9 босқичдан иборат (30.1-чизма). Реклама вақтини белгилаш унинг чиқиш муддатини аниқлайди ва унга бўлган буюртмалар сонини белгилайди.

Биргаликдаги ҳаракатларни таҳлили сотув каналларини вертикал ёки горизонтал йўналишлар бўйича воситаларни бирлаштириш бўйича қарор қабул қилишнинг ўз ичига олади. Бундан мақсад реклама харажатларини камайтиришдир. Реклама ҳақидаги биргаликдаги вертикал йўналиш бўйича келишувда сотув канали иштирокчилари харажатларни этаплар бўйича тақсим қиладилар (масалан ишлаб чиқарувчи ва чакана савдо).

Агар рекламада биргаликда ишлаш/келишувни горизонтал йўналиши бўйича бўлса икки ёки ундан кўп эркин сотув қатнашчиси харажатларини битта этапда тақсим қиладилар (масалан иккита чакана савдо дўкони).

1. Мақсадини аниқлаш	Бизнесда рекламанинг асосий мақсади — хабардорлигини бунёд этиш, сотиб олишни эълон этиш. Бу мақсадлар харидорлар ҳуқуқининг модели бўлиб ва корпоратив масала билан фирманинг имижини бунёд этиш.
2. Жавобгарлигини белгилаш	Жавобгарлигини белгилаш — реклама учун жавобгар бўладиган аниқ субъектни таъинлашнинг кўзда тутилади. Фирма ўзи реклама фаолияти билан шуғулланишни ёки махсус агентлар хизматида фойдаланиш мумкин.
3. Бюджет белгилаш	Реклама бюджетини аниқлаш рекламага ажратиладиган умумий маблағ белгилангандан кейин амалга оширилади ва пул маблағларини реклама фаолияти турига қараб ва уни ўтказиш воситалари асосида тақсимланади.
4. Мавзу ишлаб чиқиш	Реклама мавзуларини тула фирма учун ва маҳсулот мулкчилига ва истеъмолчига йўналтирилган қилиб ишланади. Агар товарга йўналтирилган бўлса, унда унинг хусусиятига қаратилади керак. Агар реклама истеъмолчига қаратилган бўлса, унда унинг устуворлиги тўғрисида таъкирланади.
5. Реклама воситасини топшириш	Реклама воситаси мавзуларининг вариант қиймати қараб тез қайтарилгани ва турли аудиторияга таъсир кўрсатиш даражаси, унинг тўлғамлигини ҳисобга олинади.
6. Реклама тўловларини бунёд этиш	Реклама қийматини баҳолашда аввал реклама воситаларининг харажатлари аниқланади ва рекламани битта томонбанди тўри келадиган қиймати Тўловсиз деб, аудиториянинг бир қисми, қайсики мақсаддаги бозор ҳисобланадиган.
7. Реклама вақтинини аниқлаш	Томоша муҳлати — реклама жойлаштириш учун керакли вақт.
8. Биринчиликдаги харажатлар таҳлили	Харидорлар одобини ҳисобга олиш, уларни реклама воситаларига муносабатини ва маҳсулотини ўзини спецификацисини ҳисобга олиш керак.
9. Муваффақият (мавзубийат) даражасини аниқлаш	Реклама тўловларини таъйинлашда қуйидаги масалаларни ечиш керак: узатиладиган ахборотни мазмун, тўловни жойлашадиган жойи, ахборотни мақбул вариантлар сонини белгилаш.

30.1-қизма. Реклама соҳасида қарор қабул қилиш талаблари.

Муваффақият ёки мавзубийатни аниқлаш, танлаб олинган реклама фаолияти усуллариин назорат қилиш ва реклама берувчиларининг рекламага кетган хара-

жатларини мақсадга мувофиқлигига ишонч ҳосил қилишдир. У қўтилган сотув ҳажминини ошириш билан бир қаторда рекламани самарадорлигини баҳолаш ва қўйилган мақсадга эришишни ҳисобга олади.

30.5. Омма билан алоқа («Паблик рилейшнз»)

Кичик бизнесда ҳар бир фирма, ташкилот, ассоциация ва шунга ўхшаш ҳокимият идораси бир гуруҳ одамларга эга, улар ушбу ташкилотни барча бажарадиган ишларига таъсир кўрсатади.

Бу гуруҳларга тадбиркорлар, мнжозлар, акционерлар, рақобатчилар ёки бизнес билан боғлиқ истеъмолчилар ҳамда давлат идоралари хизматчилари киради. Ушбу гуруҳларнинг ҳар бири мазкур ташкилотни жамияти деб қабул қилиниши мумкин. Жамият муносабатларини бошқариш учун, омма билан алоқа деб топилган жараён ишлатилади («Паблик рилейшнз»).

«Паблик рилейшнз» — бу тижорат билан алоқаси бўлмаган ҳолда амалга оширувчи ва фирма маҳсулотига, фирманинг ўзига нисбатан яхши жамоат фикрини шаклланишига йўналтирилган тадбирлар тизимидир, чунки пиروард натижада ҳўжалик юритувчи субъект фаолиятининг тижорат натижаси жамиятдаги турли ижтимоий иқтисодий ҳолатда кенг омманинг корхонага бўлган муносабатига боғлиқ.

Жамият билан бўладиган алоқани мустаҳкамлашни учун ўтказиладиган тадбирлар мақсади бу омманинг фикрига таъсир кўрсатишни кучайтиришдир. Биринчидан кичик бизнесни мақсади кўпчилик томонидан қўлланиши бўлса, иккинчи томондан унинг тараққиёт топишидаги муаммоларни жамият тушиниши ёки бетарафлиги, учинчидан матбуотдаги ахборотга нисбатан оддий таъсирланишдир.

Корхона ва ташкилот тадбиркорлари шунини тушуниб етилларки, улар ўз фаолиятларини омманинг фикрига бўлган таъсирини ҳисобга олишлари керак. «Паблик рилейшнз»ни ишлатувчи фирманинг асосий мақсади — бу харидорни фақат даромад олиш учунгина эмас, балки ўзининг маҳсулотини уларнинг манфаати учун ишлаб чиқилишига, уларни муаммоларини ечиш эканлигига ишонтириш. Бунинг учун турли туман истеъмолчига ахборотни етказиш каналлари ишлатилади. Уларнинг асосийлари (30.2-қизмада) келтирилган. Омма

билан бўладиган алоқани баъзида янглиш «пулсиз реклама» деб номлайдилар.

Паблик рилейшнз

Брифинглар, пресс-конференциялар ташкил қилиш
Презентациялар ўтказиш
Ҳар хил юбилей тадбирларини ўтказиш
Баъзи бир шахс ва ташкилотлар фойдасига меҳр-шавқат фаолиятини ўтказиш
Фирманинг рекламага муносабати бўлмаган журнал ва бюллетенлар нашр этиш
Тижоратга алоқаси бўлмаган мақолаларни матбуотга чиқариш, телефильмлар яратиш ва уларни намойиш қилиш
Очиқ матбуотда кичик бизнесда хўжалик юритувчи субъектнинг тижорат фаолиятини ёритиш

30.2-чиқма. Омма билан бўладиган ишнинг асосий йўналишлари.

Ҳақиқатда янги реклама учун ҳақ тўланмайди, аммо у харидорларни огоҳлантиришга, маърузага, мақола текстларини тайёрлашга, презентация ўтказишга сезиларли меҳнат ва вақт талаб қилади.

Кўпчиликни диққат эътиборига фирма тўғрисида маълумотлар етказилишдаги воситалар сифатида корпоратив реклама ҳисобланади, у корхонанинг имиджини яхшилашга мўлжалланган ва қўйидаги мақсадларга эришишда ишлатилади: оммага фирма фаолияти тўғрисида маълумот беришда фирмани бозордаги аниқ ўрнини аниқлашда, штат ўзгаришларини ақс эттиришда, нарх снѳсати ҳақида, жасаба қўмиталари билан ўтказилган мулоҳазаларда, янги товарни бозорга олиб чиқиш ҳақида, ёки сотув каналини ўзгариши ҳақида, акциялар қийматини ошириш ҳақида, хизматчиларни ахлоқий қоидаларни мустаҳкамлашда ва бошқаларда.

Фаолиятни омма билан бўлган алоқасида ва рекламада энг юқори самарага эришиш учун марказлашган мувофиқлаштиришга эришиш керак, куплаб реклама агентликлари жамият билан алоқа қилиш бўлимига эга ва шу турдаги хизмат кўрсатиш билан шуғулланидилар, кўпчилик фирмаларнинг реклама бўлимлари ҳам жамият билан бўлган алоқа билан шуғулланадилар.

Фойдаланилган адабиётлар

1. И. А. Каримов. «Ўзбекистон иқтисодий ислохотларини чуқурлаштириш йўлида» Т., «Ўзбекистон», 1995.
2. М. И. Болошович. Кичик бизнес. Ватанимиз ва хорижий давлатлар тажрибалари М., 1995.
3. С. С. Руломов ва бошқ. «Инвестицияни лойиҳавий таҳлил». Тошкент, 1995.
4. С. С. Руломов, М. И. Тошмиезов ва бошқ. «Машинасозлик корхоналарида инноватсиясида» 1997.
5. С. С. Руломов ва бошқ. «Менежмент асослари». Тошкент, 1998.
6. Б. Н. Ичилович. Хўжалик юретишнинг кичик шакллари. М., 1991.
7. С. М. Кретов. «Тадбиркорлик моҳияти, топшириқлари ва шартшароитлари».
8. А. А. Крупанин. Тадбиркорлик асослари. Амалий қўлланма дарслиги Сиб., 1992.
9. Ю. Д. Львов. «Бизнес иқтисоди ва уюштириш асослари». Сиб., 1992.
10. Э. Е. Стародубинский. «Тижорат фирмасида менежмент асослари». М., 1994.
11. М. И. Тошмиезов, И. М. Шарифбоев, А. С. Обидов. «Корхоналарда бошқарув фаолияти асослари». Ўзбекистон, 1995.
12. А. Хосшиг. Тадбиркорлик курси (инглиз тилидан таржима). М. Халқаро муносабат, 1993.
13. Ўзбекистон Республикасининг Қонунилари, 1991.

Қўшимча адабиётлар

1. Бизнес-план — инструмент предпринимательского менеджмента М., 1992.
2. В. Р. Веснин. Менеджмент для предпринимателя. — Ч. I. М., 1993.
3. С. С. Гулямов. Коммерческий анализ агроинвестиционного проектирования. 1996.
4. В. П. Ефремин, В. В. Мотин. Оценка конкурентоспособности при маркетинговых исследованиях: Учеб. Пособие. Домодедово, 1993.

5. М. И. Левитан. Размышления предпринимателя о менеджменте и маркетинге. М., 1993.

И. В. Ашлиц. Бизнес-план — основа успеха. Практик. Пособие. М., 1992.

7. Методические рекомендации (комментарии) к разработке бизнес-плана. М., 1993.

8. И. Г. Минерских. Система государственной поддержки предпринимательства: Научно-аналит. обзор. М., 1993.

9. Ю. М. Осипов. Основы предпринимательского дела. М., МГУ, 1992.

10. Основы предпринимательской деятельности (экономическая теория, маркетинг, финансовый менеджмент). М., Финансы и статистика, 1994.

11. А. Н. Романов, И. Я. Лукасевич. Оценка коммерческой деятельности предпринимательства: Опыт зарубежных корпораций. М., 1993.

12. Серван-Жрейдбер Ж.-А. Ремесло предпринимателя. — М., 1993.

13. М. А. Федотова. Доходы предпринимателя. М., 1993.

14. Р. Харлинг, М. Питерс. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха. М., 1993.

15. В. Г. Янчевский. Менеджмент, маркетинг, бизнес: Деловым людям о предпринимательстве. М., 1992.

ГЛОССАРИЙ (GLOSSARY)

Авалл, вексел буйичча кафиралык — 1) вексель эгеси оидида жавобгарлык, 2) векселнинг узг бетида ёки унга мавла қилинган варақда имзо шаклида ифодаланган банк кафиралыги.

Авиэо (итал. avio) — банк тижорат амалиётида ҳисоб-китоб ҳаракатларининг бажарилаётганлиги тўғрисида расмий хабарнома. Бир контрагент томонидан яқинки ҳисобга жўнатилади. А. ёрдамида банклар ўз миқозларини ҳисоб варақчалари буйичча қириш ва кредит дафтлари, ҳисоб варақасидаги қолдиқ мобайлар, пул ўтказмаларини тўлаш, чек талабномаси, аккредитив очкиш ва бошқ. ҳаракатлар тўғрисида хабардор қилади. Товар жўнатувчи (сотувчи) томонидан товарни қабул қилувчи (харидор)га товар жўнатилагани ҳақидаги хат ҳам авиэо деб юритилади.

Агрегация (aggregation) — бу бarchа харажат ва даромадларни жам қилиш жараёни бўлиб у қушмича соф фойдани ҳисоблаш учун ишлатилади ва унинг ёрдамида лойиҳани мақсадга лойиқлиги аниқланади.

Акселератор (accelerator) — қиритиладиган капитал мобайлар ҳажмининг узгартириш тавсифловчи кўрсаткич бўлиб у иқтисода истеъмолчилар харажатлари ҳажмининг узгартириш ҳисобига юзата келади. Акселерация қандагини маъноси шундан иборатки иқтисодаги истеъмолчилар харажатларининг динамикаси инвестиция ҳажми динамикасига таъсир кўрсатади: истеъмолчилар харажатларини сезиларли ўсиш инвестицион фаоллигини рағбатлантириши ва аксинча рағбатлантирмаслиги ҳам мумкин.

Активалар (assets) — асосий ва айланувчи фондлар қиймати, иқтисодий фаолит субъектларини пул ва молия воситалари.

Айвиз (unit tax) — солиқ солинадиган объектни бир донасидаи белгиланган миқдорда олинмадиган солиқ миқдори.

Амортизация (depreciation) — капитал ресурсларни маълум давр давомида ишлаши ва уларни қийматини аста-секин ишлаб чиқариладиган мақсудотга ўтказилиши; пул воситаларини мақсаддан ажратилари ва уларни кейинроқ асосий фондлар емирилишини тиклашда ишлатилиши учун жамиярлаш.

Ампуитет (amplitude) — (фр. amplitude — йиғилмак бадал) — узок муд-

детан давлат қарзи, турларидан бири, асосий қарзни унга тўланадиган процентни билан аста-секин қайтариш имконияти ҳисобга олинган ҳолда, ҳар йили кредиторга маълум даромад келтиради. Азвалдан бу атама қар йилга тўловларини ахтидан бўлса ҳозирда турли давомийликка эга тўловлар учун ишлатилади. Масалан уч ойликлар оралиғида, ҳар ой оралиғида ва бошқалар. Аниқланиб ушун исол бўлиб сугурта тўловлари, кўчмас мулк учун ижара тўловлари ҳамда нафақалар.

Асосий фондларга капитал киритиш (fixed investment) — бу асосий фондларга жорий даврда киритиладиган инвестицияларнинг аввалги йилга қараганда ўсишидир. Бу миқдор — асосий фондлар қийматини йилнинг ҳозирги ва бошқадиги фарқи билан аниқланади.

Аудит (audit) — ҳўжжалар фаолиятини текшириш, тафтиш ва таҳлил қилиш.

Аукцион (auction) — махсус жимомдан савдо бозорлари, товарларни талабгор хариддорларга сотиш усули. Аукцион савдо товарларининг нисбатан текланган рўйхати бўйича (мўйна, чой, ҳў мева, сабзавот, балая, зотли от, бадий хўнармадчилик буюмлари, антиқа буюмлар ва б.) ўтказилади. Аукцион оддийдан ўзлон қилинган вақтда даврий: ҳар кўни, ҳар ойда, муайян ойларида ёки йилда бир марта товарларнинг бозорга келиб тушини мавсумига ва ҳажмига қараб ўтказилади. Хариддорлар савдо бошлангўнига қадар аукцион ошборларига қўйилган товар ёки унинг намунаси (лот) билан танишади. Савдо вақтида лотлар каталогада кўрсатилган тартибда навбатсиз савдога қўйилади, хариддорлар орасида энг юқори нархни тахмин қилган товарни сотиб олади. Битимлар орақим ёки шартли белгилар воситасида тузилади. Қарзни тўлашга қўрби етмейдиган қарздорлар мулки ҳам мажбурий аукцион шаклида сотилади. Қар қандай аукционларнинг умумий шарти — сотувчи намойишта қўйилган товарлар сифатига масъула ҳисобланмайди.

Базис баҳо — 1) умуман товарлар ва уларнинг айрим гуруҳларини бўйича савдода (экспорт ва импорт) баҳолар индексини аниқлаш учун ишлатиладиган асос. БМТ даврий иқтисодий нашрларида, халқаро ва миаллий ташқи савдо статистикада чоп этилади. Ҳозирги шаронда БМТ статистикасида база сифатида 1980 йилнинг экспорт баҳоларидадан фойдаланилади. 2) муайян маҳсулотнинг ташқи савдо баҳосини аниқлашда намуна сифатида олинган ва қайда қилинган, маълум сифатларга эга бўлган буюм баҳоси.

Банкротлаш (итал. bancarotta — айнан синган курси), сийиш —

фўқаро, корхона, фирма ёки банкнинг мабала еттишмасангидан ўз мажбуриятлари бўйича қарзларни тўлашга қўрби етмаслиги. Банкротликка уграшнинг сабаблари товар ишлаб чиқаришда қиймат қонунининг амал қилиши, рақобат ва инфляция билан белгиланади. Корхонанинг банкрот деб ўзлон қилиниши унга нисбатан қатор санациялаш тадбирларини амалга ошириши, унга ҳар томонлама ёрдам кўрсатишини кўзда тутеди. Бозор шароитида давлат томонидан банкрот корхоналар ва ақволларини яхшилаб олиш ушун кўмак тарзида бир қатор тадбирлар кўрилади. Банкрот деб ўзлон қилинган корхоналар асосан шу корхона жамла аъзоларига ижарага берилиши ёки бошқа корхоналарга сотилиши, улар билан бирлашиб кетиши мўкин.

Бартер, бартер келишўви (barter) — пулсиз бевоСИта товар айрбошлаш. Кўпроқ ривожланмаган товар муносабатлари даври учун хос бўлган келишўв. Ҳозирги замон бартер келишўвининг аниқ шакллари — валютасиз айрбошлаш, компенсацияли келишўвлар, турли хил кўпиринлар. Бартер ҳозирги шаронда аҳолини истеъмол моллари билан таъминлашда мўҳим аҳамиятга эга бўлмоқда.

Бартер битими — келишўвга биноан мувозанатли, лекин пулсиз товар айрбошлаш ҳаққидиги шартнома. Бартер битими ташқи савдода кўпроқ қўлланилади. Кейинги йилларда мамлакат ичида ҳамда корхоналар ўртасида кент тарқалди. Бартер битимига биноан келишўган томонлар ўз товарларини маълум нархда баҳолайдилар. Бу нарх айрбошлашнинг тенг бўлишини, бож сарф-харажатларини ҳисобга олади. Тенг баробарлик товарларини жаҳон бозори нархларига кўра айрбошлаш орқали таъминланади. Бир томон иккинчисига қарздор бўлиб қолса, у ўз қарзини валюта билан эмас балки, товарлар билан ўзди. Валюта тақчил бўлса ёки унга ишонч кам бўлса бартер битимини қўлланади. Бундай битимга асосан савдо қилганда валюта талаб қилинмайди, бир вақтнинг ўзида экспорт ва импорт муомалалари амалга ошади, улар юзасидан ҳисоб-хисоб дарҳол кичиктирилмаёй ўтказилади. Бартер битимлари икки томонлама ёки кўп томонлама бўлиши мўкин.

✓ **Бизнес (business)** — даромад келтирадиган ёки бошқа наф берадиган ҳўжалар фаолияти ёки соҳибкорлик-тижорат ишлари билан шуғулланиш. Шу топиш мақсадида бирор иш билан банд бўлиш. Бизнес товар ишлаб чиқариш ва уни сотиш, хизмат кўрсатиш, транспорт ва бошқа соҳалардаги фаолиятдир. Бизнес ҳўжалар юритиш қўлимига қараб йирик, ўрта ва майда турларга бўлинади. Йирик бизнестга асосан ишлаб чи-

қаршида 500 дан ортқ киши банд бўлаган, ўрта бизнестга 20—500 киши банд бўлаган корхона (фирма)лар, майда бизнестга 10—20 на ундан кам киши ишлайдиган корхоналар хиради. Йирик ва ўрта бизнестга асосан йирик ишлаб чиқариш, кўп сонли товарлар чиқарадиган, механизациялашган ва автоматлаштирилган соҳалар хиради. Майда бизнес қилмак хўжалиги, аҳолига хизмат кўрсатиш соҳаларида кент тарқалган. Майда бизнес шаронгта тез мослашувчанлиги билан ажралиб туради. чунки унинг фаолияти катта маблағ талаб қилмади ва кичик маблағни тез топиш мумкин. Майда бизнес самарали бўлагандан кент тарқалади, айниқса, йирик бизнес учун қўлай бўлмаган соҳаларда авж олади.

Бозор (market) — сотувчи билан харидор ўртасида товарни пулга айрбошлаш муносабати; товарлар билан одди-сотди муносабатлари, товар ишлаб чиқариш, товар айрбошлаш ва пул мунмаласи қонунарига бинван амалга оширилади. Бозорда икки жараён амалга ошади: бири товарларни сотиш, буьда товар пулга алмашади. Айрбошлаш ихтиёрий ва эркин шакланган нархларда олиб борилади. Айрбошлаш объектининг моддий шакли жиҳатида олганда истемол товарлари ва хизматлар, ишлаб чиқариш воситалари, инвестиция, қимматбаҳо қорозлар, илмий боялар, техникавий ишланмалар ва меҳнат (иш кучи) бозорлари машжуд. Айрбошлаш миқёси жиҳатида маҳаллий, хуудий, миллий ва жаҳон бозори, ички ва ташқи бозорларга ажратилади.

Бозор мувозанати — бозордаги талаб ва тахлифининг миқдоран ва таркиби жиҳатида бир-бирига мувофиқ келиши. Бозор мувозанатини таъминлашнинг асосий йўллари: товар ишлаб чиқариш талаб даражасига етказиш орқали бозорни тўйдирини; етарли товарлар захирасини барво этини; харидортгир товарлар нархини ошириш, ўтмай турган товарлар нархини пасайтирини; экспорт ва импортни ортини ёки камайини; аҳоли даромадларининг товарлар ва хизматлар қунайишига қараб ортин бориини; меҳнат унмдорлигининг иш ҳақига нисбатан тезроқ ўсиши. Бозор мувозанати маърифатли жамиятда бозорни тартибга солиш орқали таъминланади.

Бозор мухофазаси — миллий бозорни ёки айрим товарлар бозорининг давлатнинг экспорт-импортни тартибга солувчи тадбирлари воситасида қимоя қилиниши. Бозор мухофазаси четдан товар келтиришнинг чеклаш, тақдирлаш ёки бож тўловини ошириш орқали амалга ошади. Муайян давлатнинг бозор мухофазасини бартераф этини учун бошқа давлатлар ўз территориясида шу мамлакатдан чиқарилган товарларга бож тўловини ошириб, ўз рақибини ён босишга мажбур қилади.

Шу сабабли бож тўловлари ўзгартиб туради. Бозор мухофазасини четлаб ўтишнинг мумкин йўли илгари товар чиқарилган мамлакатга капитал чиқариб, муайян товарни ўша ернинг ўзида яратиш ва сотиш ҳисобланади.

Баланс қиймати (book value) — компания балансида белгилан қўйилган активларнинг (асосий фондларнинг) амортизацияни айриб ташлангандан кейинги қиймати. Одатда активларни таърикий қийматини акс эттиради (яъни улар сотиб олинган вақтидаги қиймати) ва активларни жорий вақтдаги бозор қийматига турри келмаслиги ҳам мумкин.

Банд аҳоли (employees) — бу жамият ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш секторида банд бўлаган меъерлар асосида маълум қонуниятлар билан ҳисобга олинувчи меҳнатга лойиқ йшдаги халқдир.

— *биргаликда банд аҳоли (total employees)* — банк таловиқ плас ҳарбий хизматдагилар.

— *бандлик сависси (rate of employment)* — банд бўлаганлар сонини меҳнатга лойиқ халқ сонига нисбати.

Бенефициар (beneficiary) — лойиҳани амалга оширилиши натижа-сига келадиган маълум фойдани олувчи.

Бизнес-режа (business plan) — компанияни фаолиятини шу жумладан инвестицион фаолиятини тараққийти режаси. Одатда бизнес режани тузиш кичик ва ўрта, унча катта бўлмаган инвестиция ҳажмли компаниялар учун таъсифлядир. Йирик инвестицион лойиҳалар учун ушбу астама, қонда бўйича, қўшнча ишлатилмади.

Бир вақт солими (lump-sum tax) — белгиланган ўлчамдаги солиқ, у иқтисодий ўзгартувиладан қатъий назар (даромад, нарх ёки ишлаб чиқариш ҳажми) олинмади. Баъзида «жам солими» ёки «сайловчилардан олинмаган солиқ» деб ҳам аталади.

Бюджет чекланиши (budget constraint) — бу жисмоний ва юридик шахсларни харajatларини молия билан таъминлаишининг давр бошига турри келадиган амалдаги менбаалари билан (бозор фаолиятдан келадиган даромадлар ва давр бошидаги бошқа активлар) ва давр охиридаги жамиярма харajatлар билан ўзаро бир-бирига боиликлигидир.

Бюджет тақчиллиги (budget deficit, fiscal deficit) — давлат харajatларини (маҳаллий ҳокимият идоралари харajatларини) маълум вақт даврида (уч ойлик, йил) даромад бандлари устидан, бюджетга келадиган тушумларни устидан юқорилиги, яъни давлат томонидан хушнча ички талабни бунёд бўлиши ҳисобига.

Грант (grant) — пулни қайтармаслиқ шарти билан тўланити. Лойиҳа таҳлилида одатда маълум миқдордаги пулни давлат ҳокимия-

ти томонидан якка шахста (фермерга) ёки компанияга шифос-
тичини рақобатлантириш мақсадида улар томонидан мўъуим
лойдига туланиши.

Гомоген ёки бир турдаги фойдали буюмлар (homogeneous goods) —
барча харидорлар турли ишлаб чиқарувчилар томонидан бо-
зорда таклиф қилинадиган фойдали буюмларга бир хил деб
қарасалар гомоген деб аталади.

Давлат бюджети (маҳаллий) (state budget, local budget) — давлат-
ни даромад ва хароҷатлар баланси (маҳаллий ҳокимият ҳи-
соби).

Давлатнинг ташқи қарзи (external debt) — давлатнинг ташқи кре-
диторларга заёмлар ва улар бўйича туланимаган фоизларни
биргаликдаги миқдорига тенг қарзи.

Давлат харидлари (government purchases) — давлат сектори томо-
нидан товар ва хизматларни харид қилиш. Улар буюд-
жетки хароҷатлар бандида ҳисобга олинади.

Даромад (income) — ишлаб чиқариш омилларини ишлатишдан ке-
ладиган пул ва натурал тушумлар.

— **хусусий даромад (personal income)** — алоҳида ҳисмоний
шахсий солиқ тулашдан олдинги даромади.

— **ишлай даромад (national income)** — ишлай ишлаб чиқ-
аришдан келадиган даромад; иқтисоддаги барча турдаги даро-
мадлар жамъияси. Уни ҳаққини, рента даромадини, кор-
порация даромадларини қийметдан келадиган соф фонд ва
даромадларни ўз ичига олади. Яна яшаш ишлай маҳсулот
билан асосий капитални истеъмоли хароҷатлари ва қўшмача
солиқлар тафовут сифатида аниқланади.

— **эгалитет даромад (disposable income)** — секторларин
хароҷати ва жамъияси учун эгалит қиладиган даромадла-
ри. Даромадлар безосита солиқларни айирмаси сифатида
аниқланади.

— **омил даромади (factor income)** — ишлаб чиқариш, ишчи
кутини, капитални ва мулкни омилларини ишлатишдан
келадиган даромад.

Девальвация (devaluation) — марказий банк акцияси бўлиб ишлай
валютани бирликлари сонини расмий ошириб беради, улар
эса хорижий валюталарга алмашганиш мумкин. Девальва-
ция ишлай валюта қийметини хорижий валютага нисбатан
пасайишида намоён бўлади.

Депозитлар (deposits) — мўъмурий, адлия, болжона, молия-кредит
идораларида сақланувчи пул воситалари ёки қийметбаҳо
қўроқларидир. Бу бир неча маънога эга: банклардаги омонат-
лар, молия-кредит институтларида сақланайтган қийметбаҳо
қўроқлар, солиқ тулаш ва бошқа туловлар бадаллари.

Дефицит (етишмаслик) (shortage) — бу бозордаги воситат бўлиб
амалдаги нархда талаб миқдори таклиф миқдоридан ортиқ
бўлади. Етишмаслик барқарор воқеа бўлиб фақат пул нарх-
лари камёб фойдали буюмлар рақобатчи харидорлар ораси-
да тақсимлашда ўз вазифасини бажармай қўяди (тақсимлаш
механизмига қаранг).

Дефляция (deflation) — биргаликдаги талабни қамайиши сабабли
иқтисодда ўртача нарх савиясини пасайишига олиб келувчи
ананадир. Жанит мехнат унумдорлигини ошиши ҳисобида
товарлар қийметини пасайиши ёки бўлмаса муомаладаги пул-
лар миқдорини қамайиши юзга келади.

Дивиденд (dividend) — акционерлик жамиятига тегишли даромадин
бир қисми бўлиб, уни ҳар йили акциядорлар орасида уларда
малжуа бўлган акцияларни турни ва сонига қараб тақсимла-
нади.

Дюда ва афзал кўриш (tastes and preferences) — истеъмолачини
турли товар ва хизматларга муносабатларини, уларни истеъ-
молчи учун зарурийлик даражасини ва унинг яхши қийфиа-
тига таъсирини аниқлашдан иборатдир.

Дисконт (discount) — марказий банки тижорет банкларига кредит
беришдаги фонд ставкалари.

Дисконтлаш (discounting) — мураккаб фонд қўшмачисига қарма-
карши бўлган операция, улар келажак қийметларини ҳозир-
ги даврда мавжуа қийметларга айлантиришда ишлатила-
ди, келажак туловларини ёки тушумларини жорий қий-
метини аниқлашга микон беради. Улар «п» соқия йилдан
сўнг фонд ставкаси 1 га тенг бўлганда ақалга ошади. Қўйи-
даги ифода билан бажарилади:

$$U_0 = U_n / (1 + r)^n,$$

Бу ерда: U_0 — «п» соқия йилдан кейинги қиймет, келажак
қиймати;

r — дисконт ставкаси (метёрн);

n — йиллар сонн.

Дисконт омил (discount factor) — $[(1 + r)^{-n}]$ омил бўлиб у келажак
пулларини уларни ҳаққий қийметига ўтказди.

r — дисконт ставкаси,

n — келажак даврлари сонн.

Дифференциал маҳсулот (differentiated products) — агар истеъ-
молчилар турли фирмаларни маҳсулотларини бири бирдан
фарқли деб ҳисобласаларгина бозор маҳсулот бўйича диф-
ференциацияланган деб ҳисобланади. Икки турли маркадаги
пиво дифференциация дастлабки маҳсулотте мисол бўлади.

Бу эса тармоқ таркибини аниқловчи омиллардан бири ҳисобланади.

Дуополия (duopoly) — иккита ишлаб чиқарувчи ҳуқуқона қиладанган бозор. Энг охири ҳолатдаги олигополия.

Заёмлар (borrowing) — қайтариб бериш шарти билан маълум муҳлатга пул воситаларини жисмоний ва юридик шахс ва давлатлар томонидан олиниши. Заёмлар фондсиз, иштиёсиз, ва тижорат шартда бериладиган ва ички ва ташқи булушлари мумкин. Заёмлар давлатларни иқтисодий сиёсатда кенг ишлатилади. Давлат ички заёмлари жисмоний ва юридик шахсларга берилганда улар давлатни ички ҳарзни шакллантиради, агар давлат томонидан хорижий кредитлардан фойдаланилса, унда давлат учун ташқи ҳарз ташкил бўлади.

Бепарволик картаси (indifference map) — бу истеъмолчини бепарволигини тўла эъти қизиқлари тўпланқидир. Ҳар бир координата бопидан нарироқ турган эъти қизиқ — бу қониқибшини энг юқори савиясидир.

Картел (cartel) — бу ишлаб чиқарувчилар маҳсулот чиқаришини пасайтириш ва бозор нархларини ошириш бўйича келишувдир.

Лойиҳа тақдирини тижорат жиҳати (commercial aspects of projects) — бу лойиҳа тақдирини бир бўлини бўлиб лойиҳани тижорат бўйича яшай олиш қобилиятини тасдиқлаш мақсадага эга зарурий маҳсулотни асосий таъсирларини, кутилган сотув ҳажминини, унинг нарх савиясини, маҳаллий ва хорижий бозорларда сотилиш имкониятларини, ҳамда мақсадаги лойиҳа сотув каналларини аниқлаб беради. Тижорат тақдирини натижалари лойиҳани техник жиҳатларини ишлаб чиқишда (ишлаб чиқариш ўлчамини, маҳсулотни зарурий сифатига нисбатан ва ҳажазолар), ҳамда молиявий тақдир ва лойиҳани бошқа бўлимларини ишлаб чиқаришда асос бўлиб ҳисобланади.

Компундализм (compounding) — бу мураккаб фондга қўйишдир. Келажикда маълум миқдордаги жорий пул миқдори қийматини аниқлаш жараёни бўлиб, агар унинг ўсишини мураккаб фондга аниқ бўлса:

$$\text{КЕЛАЖАК ҚИЙМАТИ} = \\ = \text{БУГУНГИ ҚИЙМАТ (ЖОРИЙ)} / (1 + i)^n$$

Бу ерда i — йиллик фонд ставкаси. $(1 + i)^n$ миқдори одатда махсус жадвалдан дисконтлаш ёки мураккаб фонд қўйиш (компаундализм) учун олинади.

Компаунд омил (compounding factor) — бу мураккаб фонд коэффициентидир $[(1 + i)^n]$.

Компенсацион дифференциал (compensating differential) — иш ҳақида қўшиб ишчиларга тўланадиган қўшимча бўлиб уларни ўқшини малага талаб қилувчи ишларни бажаргани учун, асосий аҳоли даражадаги пул билан боғлиқ бўлмаган хусусиятлари билан.

Банк резервлари (reserves) — бу банкларда сақланувчи нақд пуллари, ҳамда марказий банкда сақланувчи фондсиз депозитларидир.

Дисконт даражаси (discount rate) — бу бугунги қийматни ҳисоблаш учун ишлатиладиган фонд ставкаси.

Жамғарималар тақлифини қоплаш эъти қизиқи (compensated saving supply curve) — жамғаримани тақлиф ҳалқини фонд ставкаси билан ўзаро боғлиқлиги (бирлашти фойдаланиш савиясини ўзгартирмай сақлаб келиши шарти билан).

Жорий ёки дисконтлаштирилган қиймат (present value) — бу сизни келажикда маълум вақтда ушбу миқдордаги пулни эъти қилиш ҳуқуқини сотиб олиш учун керак бўлган пул воситасининг энг катта миқдоридир.

Иқтисодий ўсими (economic growth) — бу иқтисодий потенциални ўстириш ва ўзгармас нархда ифодаланган, ЯИМни потенциал ўсишидир.

Импортга бўлган қобилият (propensity of import) — даромадаги импорт харажатлари улуши.

Инвестиция қилиш қобилияти (propensity to invest) — бу миллий даромадда капитал киритиш учун ишлатиладиган улуши.

Истеъмол қилиш қобилияти (propensity to consume) — бу даромадаги истеъмол харажатларини улуши.

Иқтисодий харажатлар (AC) (average cost) — ўртача харажатларга ўқшади.

Иқтисодий фойда (economic profit) — бу жамғарима даромаддаги биргаликдаги харажатларни айирганишда кейинги миқдоридир. Бошқа сўз билан айтганда бўласак фирмани эъти қилиш уларни фойдаланидиган барча ишлаб чиқариш омиллари тўловларини тўлағакларини тўлағакларидан кейин даромадидир.

Иқтисодий рента (economic rent) — бу фойдали буюм ёки хизмат ишлаб чиқарувчини ишлаб чиқаришни таслаши учун кераклигидан ортиқча олашидир ишлаб чиқарувчини ортиқчалиги синонимидир.

Иқтисодий агентлар (economic agents) — бу иқтисодий бирлигини тўлалиқ қарорларини қабул қилувчи ва амалга оширувчилар бўлиб, уларга иқтисодий фойдали буюмга эъти қилиш ҳуқуқи берилаётгандир. Ҳўжалик қарорларини турига қараб (ишлаб чиқаришга, меҳмонга оид, мувофиқлаштириш маса-

масштабда қўйиладиган иқтисодий агентлар турлари мавжуд фирмага, уй-рўздор хужалиқига (household) — бу товар ёки хизмат бўлиб фойдаланган хусусиятга эгадир (бевосяга ёки фойдаланган буюм ишлаб чиқаришда ресурс сифатида) ва камеб ҳисобланувчидир.

Идентификация (identification) — лойиҳаларга бўлган талабларни аниқлаш. Бу лойиҳа циклининг бир босқичи бўлиб унда инвестиция киритиш керак бўлган имконли объектиларни аниқлаш амалга оширилади. Бунинг мақсади инфротаркибни, табиий ресурсларнинг заҳирасини, халойиқ талабини қондириш ва бошқалардан иборатдир. Хусусий инвестицияларга нисбатан эса кўпроқ даромад келтирувчи соҳаларни излаб топишдан иборатдир. Ушбу босқични ҳулаосаи бўлиб бир қатор муқобили лойиҳаларни танлаб олиб улар орасида ўтказиладиган таҳлиллар асосида амалга оширилиши керак бўладиган лойиҳа танлаб олинади.

Импорт (import) — товар ва хизматларни хориждан олиб келиниши, ҳамда технология ва капиталларни ҳам четдан амалга ошириш учун олиб келиниши ва давлатни ички бозори учун қўшмича ролида импортини ҳам.

Индексация (indexation) — иқтисодда нархни ўртача савиясини ўзгартиришга боғланган ҳолда иш қилини ва бошқа даромадларни тузатиш тизими.

Инвестиция (капитал киратиш) (investment) — хусусий сектор ва давлат ичда ва хорижда турли иқтисод тармоқларига ёки қимматбаҳо қорозларига капитал маблағларини узоқ муддатга киритилиши.

Инерция (inertia) — аввалги давр аниқлигига асосан жорий даврдаги иқтисодий кўрсаткичлар динамикаси.

Инженеринг (engineering) — бу лойиҳаларни техника ишлаб чиқариши, сметапар тузилиши, баъзида эса лойиҳани молиявий ва экологик асослаиши ва бу соҳадаги хизмат кўрсатиш феолатиқдир.

Институционал таҳлил (institutional aspects of Project Analysis) — лойиҳа таҳлилининг жиҳати ёки бўлими бўлиб у ўзининг мақсади қилиб, ташкилий, ҳуқуқий, сиёсий ва бошқарув шартларини қамраб олади ҳамда улар доирасидаги аниқ лойиҳа амалга ошади.

Инфляция (inflation) — бу иқтисодда нархларни ўрта савия динамикаси бўлиб, ҳамма вақт мавжуд бўлган ошиб борувчи аниқнади.

— инфляция паражаси (rate of inflation) — маълум вақт даврида (ой, йил) нарх савиясини фондан ўзгариши.

— кутулган инфляция савияси (expected rate of inflation) —

алоҳида шахс ва қоразаларни кутулган амалдаги иқтисодий-иқтисодий алоқотариш асосидаги келажак инфляция савияси.

Гиперинфляция (hyper-inflation) — инфляцияни энг юқори савияга (оғдатда 200%дан ортиқ бўлади) бўлиб ишлаб чиқариш ҳажминини қисқариши ва жамиятда иқтисодий таскинликни жамлашгани билан боғлиқ.

Босқ (мазфий) инфляция (suppressed, hidden inflation) — бу иқтисоддаги инфляция жароёнларини қаттиққўлалик билан тартибга солиниши ва белгиланган нархларни ўзига ҳосил билан намоеи бўлишқидир. Нархларни юқоридан белгиланган савияда сақлашда инфляция муомаладаги пулар миқдорини ошириб бериши ва уларни сотиб олиш қобилиятини пасейиб кетиши, шу сабабми товар ва хизматларга бўлган талабини ҳаддан ташқари ўсиши ва уларни етишмасавлиги, ҳамда халқни одат бўлиб қолган талабини йўққа чиқариши олиб келади.

Давомли инфляция (chronic inflation) — бу узоқ давом этган вақт даврида муқтазам юқори ёки паст савиядаги инфляциянинг барқарор туришига оид вазиятдир. Барқарорлиқга қадар давомли инфляция ҳуқи сурган давлатларга мисол сифатида Бразилия, Исроил, Мексика, Перу, Аргентиналарни келтириш мумкин.

Инфротаркиб (infrastructure) — бу моддий, ташкилий-ҳуқуқий шартларни бириктириб бўлиб, барқарор иқтисодий тараққиётни таъминлайди. Моддий шароит — бу тараққиёт топган боғланган бўларини, алоқа воситаларини, суя ва электр таъминоти тармоқларидир. Ташкилий-ҳуқуқий шароитлар — булар тараққиёт топган давлат ва хусусий институтилар, ҳамда барқарор қонуният асосларини мавжудлиқдир.

Истеъмол имкониятларининг чегараси (utility possibility frontier) — агар ушбу фойда келтирувчанлик савияси бошқаларда қисқарган ҳолда ёққа шахс олиши мумкин бўлган фойда келтирувчанлигини энг катта ўлачовини кўрсатувчи жадалдир.

Истеъмолчилар нархи индекси (consumer price index) — ўртача оилалар томонидан истеъмол қилинадиган товар ва хизматлар нархини асос қилиб олинган даврга нисбатан ўзгаришини ўртача савия кўрсаткичи.

Ички ечим (interior solution) — истеъмолчинини мувозират ҳолати, у ҳар бир яхши нарсадан маълум сонда истеъмол қилади. Геометрия бўлиб бу нуқта координат ўқлари оралиғида жойлашган, ва $MRS = P_x/P_y$ шарти бажарилади.

Ички назорат механизмлари (internal control mechanisms) — бу механизмлар фирмани ичда жойлашган бўлиб фирма бошқарувчисини фойдали илож борица қўлайлигида ундади.

Улар бошқаруви умуий чизмасини, ҳуқуқга эгалли қилиш курашини ва унутдорликка асосланган қад тўлаш тизимини ўз ичига олади.

Ишлаб чиқарувчилар нархиси индекси (producer price index) — асосий деб (база) қабул қилинган даврга нисбатан оралик истеъмолига тегишли хомаше, материал ва товарларни нархини ўзгаришини ўртача савиясини кўрсаткичи. Ялпи ишлаб чиқарувчи маҳсулотни қисмларини энг кўп бўлаклари бўлишлари билан қайта ҳисоблашда ишлатилади.

Ишлаб чиқарувчиларнинг ортиши (producer surplus) — икки шахсни бир ниятни берилган соғда тақлиф қилиниши учун ўзига қараган ортиқ олдирган даромади. Тақлифни қопловчи эгри чизмқ маъдони ва иш ҳақи ставкаси билан ўлчанади.

Ишсизлик (unemployment) — ишчи кучини банд бўламаслиги, ишга эга бўлишни хоҳловчи, уни изловчи.

Ишсизлик савияси (unemployment rate) — ишсизларни умуий социал ишчи кучларига нисбати.

Ишсизлигини табиий савияси (natural rate of unemployment) — иқтисодий тараккият даври таъсифига лойиқ ишсизлик савияси, бунда реал ва потенциал ялпи маҳсулот (ЯММ) динамикаси бир бирига тўғри келади. Фрикцион ва тарихий ишсизлик кўрсаткичлари жамғармаси сифатида аниқлаш мумкин. Шу билан бирга яна NAIRU атамаси ишлатилади (nonaccelerating rate of unemployment) — кўпаймайдиган ишсизлик савияси, иқтисодий жидатдан нейтрал ҳисобланади ва инфляцияни барқарор суръатида ва ЯММни реал ва потенциал динамикаларини бир-бирига тўғри ялпилиши акс эттиради.

— **фрикцион ишсизлик (frictional unemployment)** вақтинчалик иш билан банд бўламаслик, бу ҳолат бир ишдан иккинчисига ўтиш даврида юзата келади.

— **маъфий ишсизлик (hidden, latent, concealed, disguised unemployment)** — ишлаб чиқаришда банд бўлган, ҳақиқатда эса ортиқча ҳисобланган ишчиларлар, чунки ушбу ишлаб чиқариш жараёни ҳақиқатда оз сонли ишловчилар талаб қилади.

— **тарихий ишсизлик (structural unemployment)** — мажбурий ишсизлигини бир турли бўлиб иқтисодий тарихий қайта қурилиш, эскирган тармоқлар ва касбларни йўқотилиши, ишчи кучини маънавий пастлиги ёки бутунлай йўқлиги ҳисобига юзата келади.

Капитал (capital) — бу турли маъноларда ишлатиладиган атамалардан:

1) Инсон томонидан қратилган товар ва хизматлар ишлаб

чиқаладиган ресурслар. (Инвестицион товарлар ишлаб чиқариш воситалари).

2) Даромад олиш мақсадида у ёки бу фаолият соҳасидаги ишбилармонлик операцияларида (ишлаб чиқариш, савдо ва бошқалар) ишлатиладиган асосий воситалар ва пул ресурсларини бирлиги.

Капитализация капиталлари (capitalization) — деб қўйиладиган айтилади.

1) Компаниянинг активлар ичига киритилган тақсимланмаган даромадди капиталга айланттиришнинг ва унинг ҳусусий капиталини ўсишини намоён қилади.

2) Кредит операцияларида имтиёзли давр давомидаги фондларни асосий қарз миқдорига киритилиши, бу эса қарздорни асосий қарз қисмидан ва уни имтиёзли даврдаги фондлардан озод қилади.

Ласпейерес индекси (Laspeyres index) — даромад ўзгаришига асосланган ҳаёт тарзининг савияси, уни икки шахс томонидан истеъмо қилиниши учун руҳсат бериш ёки уни ўзига хос фойдалани буюм тўғрисида. Ҳақиқатда эса у агар нархлар бир неча бор ўзгарса у қопланиш тафовутига мос келади. Истеъмоли нархлари индекси (қисқача ИИИ) ялпи таъиниш бўлган Ласпейерес индексиго мисол бўлади.

Марказий банк (central bank) — давлат идораси бўлиб пул муомаласини молия бозорлари ва институтларини йўлга солиш ва назорат қилиш билан шуғулланади.

Масштабдан келаётган иқтисод (economies of scale) — айтишларига, ишлаб чиқариш ҳажми ошгани сари агар узоқ муддатли ўрта харажатлар қамайса унда улар иқтисод келтиради.

Масштабдан олаётган самара даражаси (degree of returns to scale) — бу барча ресурсларни пропорционал кўпайишини маҳсулот ишлаб чиқаришини ўсиши билан боғлиқлиги. Масштабдан тўхтовсиз самара ишлаши мумкин, агар икки баробар оширилган ресурслар назарга икки баробар ортиқ маҳсулот ишлаб чиқалса. Масштабдан ҳамме вақт кўпайиб келувчи самара икки баробар оширилган ресурслар икки баробардан кўп маҳсулот ишлаб чиқилишига олиб келса ўринли бўлади. Масштабдан келаётган самара икки баробар ресурслардан кам маҳсулот олинса қисқариб боради.

Меҳнат таълифини қоплаиши эгри чизми (compensated labor supply curve) — иш соатлари сонини иш ҳақи ставкасини бирламчи фойдаланили савиясини ўзгармай қилини шарти билан ўзгаро боғлиқлиги. Меҳнат таълифини қоплаш эгри чизми бўлаб снжланиш фақат ўрни эгаллаш самараси эва-

зига жолага келади, бу эса иш ҳақини ставкасини ўзгартириш эвазига келиб чиқади.

Молиявий капитал (financial capital) — фирмага ссуда кўришишида бериладиган воситалари бўлиб уш ҳақиқий капиталга солиштирилган ёки ижарага олиб туриш мақсадида ишлатилади.

Муддатли омонатлар (time deposits) — банкларда маълум муддати қўйилган ва у муддат тугагунча қадар талаб қилиш мумкин бўлмаган омонатлар.

Мулк (property) — бу ҳақдаги тегишли ва қийматга эга бойликдир.

Муқобиллик (альтернатив) харажатлар (opportunity cost) — муқобиллик қиймати, қўлдан кетган имкониятлар қиймати — иқтисодада барча харажатларни аниқлаш усули, баъзи бир харажатни муқобил харажатлари.

— бу сиз бирон нимага эга бўламоқчи бўлиб воз кечмоқчи бўласиз ёки сиз учун маълум бўлган ушбу харажатни амалга оширишда воз кечмоқчи керак бўлган қийматларни имкониятлари. Муқобил харажатларни жиҳати иқтисодий ресурсларини баҳолашнинг уларни қийматини (ёки улардан келаётган самарани) энг яхши муқобил ишлатилишида ақс эгитиришнинг таъдиқланади. Агар ресурслар хусусий мулк эгасида бўлса харидорлар савдоси ва сотувчилар ресурслар эгалари учун муқобил харажатларига яқин бўлган нархларни шакллантиради.

Муқобил вариантлар ичидан саралаб олиш (tradeoff) — қарор қабул қилиш зарурати, танланган вариант муқобил вариантдан воз кечмоқчи ҳисобига амалга оширишнинг фойда қилади. Микроиқтисод атамачилигида иқтисодий сиёсат чорасини ишлаб чиқишда у ёки бу мақсадларни танлаш муаммосини белгилашда қўлланади. Масалан, ишсизликни ўсиши ва инфляцияни тезлаштиришнинг танлаш (tradeoff between unemployment and inflation) — даромаднинг ошиши ёки маошнинг қўпайиши оралиғидаги муаммо ишлатилади (Profit-wage tradeoff).

Муомилладаги пуллар, валюта (currency) — давлат томонидан муомиллага чиқарилган фойсиз қороз ва метали пуллар — пул массаси + муқаддатли омонат.

1 сон пуллар (M1) (narrow money) — «тар маънодаги пуллар» — муомилладаги вақт пуллар миқдори (M0) + сўраб олинмаган ҳалқ ва корхоналарнинг омонатлари ва ёйла чеклари, муомилла воситалари сифатида ишлатилмайдиган ва жорий тўлов оборотида хизмат қилувчи пуллар.

2 сон пуллар (M2) (money) — пул воситалари жамиятмаси, улар жорий оборотта хизмат қилади (M1), + ҳалқ ва корхоналарнинг муқаддатли омонатлари.

3 сон пуллар (M3) (broad money) — «кент маънодаги пуллар» ўз ичига жорий оборотта хизмат қилувчи биргаликдаги пул массаси, вақс муқаддатли омонатлар ҳамда тугатилмаб борилаётган қийматбаҳо қорозлар (зобёллар, сертификатлар, казначичилар мажбуриятлари) ва бюджетда турувчи жамият ташкилотларини ҳисобидаги давлат ёки маҳаллий воситалар ва капитал маблағ кўриштириш молия билан таъминловчи воситалар.

4 сон пуллар (M4) — биргаликдаги пул массаси (M3) + банкларда сақланувчи йўқотиладиган пул воситалари.

Муомилладаги пулларнинг иккиёрдаги ортинглиги (monetary overhang) — ҳалқ хўжалигини ҳақиқий талабидан ортиқ қороз пул воситалари билан муомилла қаналарини тўлиб топиши — бу пулларнинг қийматини пасайиштириб олиб келади. Муомилладаги ортиқча пул — бу иқтисодада инфляция хавфини бортган сари ошишига олиб келади.

Нарх (price) — товарни пул билан ифодалувчи қиймати. У товарни ишлаб чиқариш билан боғлиқ харажатларини ва даромадини ўз ичига олади.

— *базис (асос) нархи (base price)* — бу солиқларнинг ҳисобга олини ва тўлавишига бўлган нархдир. У товар ёки хизматларнинг ишлаб чиқариш, ишлаб чиқарувчинини — даромадини ва субсидия миқдорини ўз ичига олади.

— *ишлаб чиқарувчилар нархи (producer's price)* — товар ва хизматларнинг базис нархини, барча қўшимча солиқларнинг ўз ичига олади, фақат субсидиянинг ҳисобга олмайд.

— *бозор нархи (market price)* — бу талаб ва тақлиф таъсирида бозорда ўрнатилмаган нарх бўлиб, у харидорларнинг товар ва хизматларини товар ва хизматлар учун тўлабидиган ҳақиқий нархдир. Бунадай нарх харажат ва фойдадан ташқари соф қўшма солиқларини ва чой пулнинг ҳам ўз ичига олади.

— *эластик нархлар (flexible prices)* — бу талаб ва тақлифини биргаликдаги ўзгаришда жога келувчи эркин ўзгарувчан нархдир.

— *қаттиқ нархлар (sticky prices)* — бу қисқа муқаддатли келажакда биргаликдаги талабни ўзгаришидан кейин ҳам ўзгармай қолмаган нархдир.

Нарх эластич ёки праёк-ишкор (price maker) — бу шундай шахс бўлиб иқтисодада онда қарор қабул қилишида шу аён бўлади, сон таловни ўзи харид қилаётган ёки сотаётган фойдали бўлган нархга таъсир кўрсатади.

Нархлар индекси (price index) — икки турли вақт даврида товар ва хизматлар нархини нисбатини ақс эгитирувчи кўрсаткичдир.

Ресурслар аллоцирланиши (allocation of resources) — иқтисодий агент.

Талаб ўзгариши (change in demand) — бу талабни бошқачича эгри чизилмадаги сэлжитиш. Бу битта ёки бир неча ўзгаришларнинг ўзгариши билан юзага келади ва талабни эгри чизили шаклига таъсир кўрсатади: даромида, бошқа товарлар нархлари, яна ва аёвнал кўришларида.

Тарифлар (tariffs) — бу давлатга олиб кириладиган божхона тўловин тўланадиган товарлар рўйхатидир. Бу давлат томонидан иқтисодий тартибга солишда импортни бошқарилиши воситаси сифатида ишлатилади.

Тартибга солиш (regulation) — бу жараён бўлиб, унинг ердимида иқтисодий кўрсаткичларни яхшилаш ниятида ҳокинмийнинг бозор ишига ҳар томонлама аралашини ва узлуksиз ишлаб туриши учун шароит яратилишидир. Бунга мисол сифатида, давлат томонидан шундай тармоқларни, яъни электроэнергетика, суз таъминоти, телефон алоқасини тартибга солишиб турилишини келтириш мумкин.

Ташқи назорат механизмлари (external control mechanisms) — бу фирмадан ташқарида жойлашган механизмлар бўлиб фирма бошқарувчисини дарамадан иқтисодий борица оширишга мажбур қилади. Улар ўзларига умумий бозор назоратини, сабдо бозоридаги рақобатни ва бозордаги капитал томонидан қиланадиган тақлифни иқтисодга таъсирини таъсирини олади.

Ташқи дунё (rest of world) — бу хорижда иқтисодий агентларни бирлаштирувчи институционал сектор бўлиб, улар ушбу давлат иқтисодий агентларини ташқи иқтисодий алоқаларини амалга оширилишини таъминлайди.

Ташқи қарз хизмати (external debt service) — олинган қарзлар бўйича мултиазам тўланадиган фондлар механизми.

Таққослаш статикаси (comparative statics) — бу икки турдаги мувозанат ҳолатини таққослаш жараёнидир.

Таққослаш устуворлиги (comparative advantages) — баъзан бир иқтисодий агентларни бошқаришда қараганда товар ва хизматларни кам харажатлар билан ишлаб чиқариш қобилияти. Макросавияда таққослаш устуворликлари қондаси ички ишлаб чиқариш ва экспорт утув самарали тартибни шакллантиришда ишлатилади.

Товар ва материаллар захираси (inventories) — ишлаб чиқилган, аммо ҳали сотилмаган ишлаб чиқарувчилар омборларидаги ва кўтара савдонини кутайтган маҳсулот.

Товар ва хизматлар баланси (balance of good and services) — товар ва хизматлар экспорти ва импорти баланси (савёҳлик, транспорт ва бошқалар) бўлиб ҳисобот даврини охиридаги сальдонини акс эттиради.

Тўлов баланси (balance of payments) — жамғарма баланс ҳисоби бўлиб ташқи дунё билан операциялар ҳулоасини кўрсатади (жорий операциялар балансини қаранг). Капиталлар ва давлат валюта воситаларини қаракатини сальдонини хорижга тўланадиган жамғарма тўловлар ва хориждан ишладиган тўловлар айирмаси сифатида аниқланади. Агар хориждан

олиб тушадиган валюта — молия воситалари хорижга тўланадиган тўловлардан кўп бўлса, унда тўлов баланси ижобий ҳисобланади ва аксинча, кам бўлса — салбий бўлади.

Узоқ муддатли тақлиф эгри чизиги (long run supply curve) — бу узоқ муддатли келажакда турли нархда фирмалар тақлиф қиладиган маҳсулот сонидир. Фирма учун прайс-тейкер чекланган харажатларни узоқ муддатли ўртача харажатлардан орттиқлигини кўрсатувчи эгри чизмадир.

Узоқ муддатли чекланган харажатлар (long run marginal cost) — бир дона қўшимча маҳсулот ишлаб чиқариш учун талаб қиладиган қўшимча узоқ муддатли биргаликдаги харажатлар.

Узоқ муддатли ялпи харажатлар (long run total cost) — берилган ҳажмдаги маҳсулотни узоқ муддатли даврда ишлаб чиқариш учун зарур бўлган биргаликдаги харажатларни энг кичик савияси (муқобил харажатлар бўйича ўлчанган).

Узоқ муддатли давр (long run) — етарли миқдордаги узоқ вақт бўлади, у ҳамоа омилларни ўзгартувчан бўлиши ва бирортаси ҳам белгиланиб олмаслигини таъминлайди.

Умумий мувозанат тақлими (general equilibrium analysis) — маълум вақт давомида барча бозорларда мувозанатни ўрганиш. Бундай тадбир бозорлар орасидаги ўзаро беваситаликни аниқлаш учун ва тизимни бир бутундек ишлатилиши таърифлаб беради.

Филлипс эгри чизиги (Phillips curve) — бу инфляция динамикаси савиясини ва ишсизлик динамикаси савиясини оралиқдаги борақлиқни ёки ҳақиқий ЯММни потенциал ЯММдан фарқли таъсирловчи вазифадир.

ФОВ (FOB) (free on board) — тўри маънода СИФдан фарқли равишда юкларга ишлов бериш, қафолатлаш ва борадан манзильга етказиб бориш қиймати унинг нархига оширилиши лозим.

— **ФОВни нархи (FOB price)** — агарда бу аъма қўшимча тушунтиришларсиз ишлатиладиган бўлса унда у белгиланган жойдаги нархига тегишамдир (фермада, заводда, сквалкина оғзида, шактага тушиш жойда, олиб борди ёки нархда, яъни товар қверда ишлаб чиқилган, қилиб олинган, турган бўлса). Хорижий харидорга юкни олиб бориб бериладиган бўлса, унда экспорт нархига юкни орттиқлиги олиб келиши ва ишлов берилиши харажатлари ҳам қиради.

Фойдаланишнинг асосий вазифаси (cardinal utility function) — бу бир тўплам фойдали бутон бошқасидан қанчалик авза ва фойдали даражасини аниқлаш. Муҳимлик назариясига асосан фойдаланишнинг 20та бирликтан олинган фойда 10та бирлик савиясига қараганда икки баробар орттиқдир.

Фойзининг ҳақиқий ставкаси (real interest rate) — бу маълум вақт даврида активларини ҳақиқий қийматининг депозитив ҳисобларида ва қийматбаҳо қорозларда ошиб бориши фойз ставкасидир; ҳозирги даврда кутулган инфляция жадаллашти билан аниқлаштирилган фойзинг номинал ставкаси.

Хорижий операциялар бааласи (ҳисоби) (current account) — бу баалас ҳисоби бўлиб ташқи иқтисодий операцияларини товар, хизматлар ва жорий трансфертлар билан ташқи сальдоини кўрсатади.

Чеklangан импорт, инвестиция, истеъмол қобилияти (marginal propensity to import, invest, consume) — бу бир пул бирлигига тўғри келадиган даромаднинг кўпайиши билан боғлиқ харажатларини импортга, инвестицияга ва истеъмолга ўсишидир.

Экспорт (exports) — бу ташқи бозорларда амалга оширилган натижада хорижга товар, хизматлар ва капитал чиқариш.

— **товарлар экспорти** — бу ички ишлаб чиқариши товарларини хорижга чиқариш, ҳамда хорижий шерикларга ишлаб чиқариш ва истеъмол тавсифига эга хизматларини ҳақ тўлаш тўғрисида кўрсатиш.

— **капитал экспорти** — бу ўз давлатини ташқарисига капитални тижорат мақсадларга чиқариш.

Эркин кириш (free entry) — бу энг ишлаб чиқарувчиларини бозорга ҳеч қандай тўсиқсиз кириш вазияти.

Ялпи ички маҳсулот (ЯИМ) (gross domestic product GDP) — давлат ҳудудида ишлаб чиқариладиган товар ва хизматларини маълум вақт даврида ялпи бозор қиймати.

Ялпи миллий маҳсулот (ЯММ) (gross national product GNP) — маълум вақт даврида миллий иқтисодий ишлаши натижаси (бир ой, ўч ойлик, бир йил), у миллий ишлаб чиқариш орқали ўлчангани мумкин, ЯММни даромадлари ва сўнги истеъмоллари, ишлаб чиқариш орқали ўлчанган бўлса у маълум вақт даврида давлатини резидентлар — секторини томонидан ишлаб чиқилган товар ва хизматларини ялпи бозор қиймати ҳисобланади, ундан ўртача истеъмолнинг қиймати айиримлари даркор. Ялпи даромадлар орқали ўлчанган бўлса — бу омила даромадлар жамғирмаси бўлиб ички ишлаб чиқаришдан маош шаклидаги омила даромадлари жамғирмаси қорхона эгаларига туланган фондлар ва даромадлар, ҳамда хориждан келадиган резидентлар секторини даромадини соф омиладир. Сўнги истеъмол орқали ўлчанган ЯММ — бу уй хўжалиқлари, қорхоналар ва ҳокимият томонидан сотиб олинган товар ва хизматларини, асосий фондларга қириштирилган капитал маблағларини, ҳамда сотилмай қолган маҳсулотни биргаликдаги бозор қийматидир. ЯММни

ўлчанишини ушта усул ҳам аниқлаштири бўйича бир хил натижага олиб келади.

— **номинал ЯММ (nominal GNP)** — бу жорий нархларда ифодаланган ЯММдир.

— **ҳақиқий (реал) ЯММ (real GNP)** — бу ўзгариш нархлардаги ЯММдир. У жорий нархларни нархлар ўзгариши кўрсаткичи асосида тузатиш қириштиш орқали аниқланади (инфляция савияси).

— **потенциал ЯММ (potential GNP, potential output)** — амалдаги ресурс ва иш кучи ёрдамида эришиш мумкин бўлган ишлаб чиқариш қамғи.

— **ЯММ савиясидаги мос келмаслик (GNP gap)** — ЯММни потенциал ва реал савиялари оралиғидаги ўзгариш.

Ялпи миллий маҳсулот дефляторлари — индекси (GNP deflators) — ЯММни кўрсаткичларини бунёд этиш учун ишлатиладиган тақдирловчи нархлардаги индекслари гуруҳи. Улар таркибига — нархларини агрегат индекси, нолийн нарх индекси — дефлятор, бақолар занжирини индекси, истеъмолчилар нархини индекси, ишлаб чиқарувчилар нархи, ҳамда махсус бунёд этилган индекслар кирала.

ЯММни нолийн нархини дефлятор индекси (GNP implicit price deflator) — бу жорий нархлардаги ЯММни, тақдирловчи нархлардаги ЯММни нисбатини, ёки бошқа сўз билан айтганда номинал ЯММни реал ЯММга нисбатини тавсифловчи кўрсаткич.

Якка шахс талабни эгри чизик (individual demand curve) — бу эгри чизик алоҳида истеъмолчинини товарини берилган нархда ҳар қандай шароитда ҳам энг кўп миқдордаги товарга эга бўлишини кўрсатади. Эгри талаб чизикидаги ҳар бир нуқта истеъмолчи танловини кўрсатади, у маълум нархдаги фойдали буюмин бошқа ўзгариш нарх, даромад дилга қарамасдан самарасини оширади.

Қабарилдик (convex) — координат бошига нисбатан эгри чизик, қабарилдик. Бу фараз қилиш натижаси бўлиб чекланган меъёрини аламптирилишини истеъмол қилинадиган фойдали буюмин сонини кўпайиши ҳисобига амалга ошади.

Қайтмас харажатлар (sunk expenditure) — омила харажатлари, бир марта қилинган бўлиб, қайтариллиб олинмаслиги мумкин. Масалан, агар машина 100 минг сўм турса ушбу эски машиналар бозорда 80 минг сўмга сотилса, унда иқтисодчи айтишини мумкин тўғри ҳар маҳал хизмат орасидаги фарқ, 20 минг сўм қайтмас харажатлар таркибига кирала. Қайтмас харажатлар бир вақтдаги харажатлар сонига қирмайди.

Қийматбаҳо қорозлар (securities) — булар молиявий ҳужжатлар

бўлиб (векселлар, чеклар, акциялар, облигациялар ва ҳоказолар) улар активлар эгасига дивидент кўринишида даромад келтиришига тўғриват беради.

Қисман мувозанат таҳлили (partial equilibrium analysis) — алоҳида бир чекланган бозор ҳисобда мувозанатни ўрганиш.

Қўшилган қиймат (value added) — ишлаб чиқилган товар ва хизматлар қийматлари билан ва ғўғалиқдаги истеъмол қиймати оралиғидаги материал харажатлари, амортизация ажратилари ва қўшма харажатлар билан фарқидир. У сотилган маҳсулот қиймат билан уния ишлаб чиқарилишига сарфланган харажатлар айирмаси билан аниқланади. Харажатларга ишчи кўчининг қиймати қўшилмайди.

Қўшилган харажатлар (imputed costs) — шартли ҳисобланган харажатлар бўлиб, улар омиш эгаси уни оптимал тарзда ишлатмаслиги ҳам мўқкин. Масалан, хўсўсий мулк эгасини вақтда ишлатирилган харажатлар, агар у ўз вақтинки хизматчиларни қабул қилиш билан эмас, балки бизнесни харажатлаштириш учўн ишлатса бу улар учўн шикоятини бой берш билан баробардир.

Ўртача харажатлар (average cost) — бу ғўғалиқдаги харажатларини маҳсулот бирлиғи сонига нисбатидир, яни чиқариладиган маҳсулот бирлиғига туғри келадиган харажатлар. Яна қисқа муддатли ўрта харажатлар ва узўқ муддатли ўрта харажатларига ҳам қаранг.

Ўзаро манфаатдор савдо (mutually beneficial trade) — ҳар иккила томон (сотувчи ва олувчи) манфаатдор бўладиган савдо.

Ўртача туғшўм (AR) — (average revenue) — бу ғўғалиқдаги даромадини ишлаб чиқилган маҳсулот бирлиғи сонига нисбат: $AR = TR/x$. Агар фирма барча маҳсулотини бир хил нархда сотса, ўнда бу нарх ўрта туғшўм ҳисобланади. Агар $TR = p \cdot x$, ўнда $p \cdot x/x = p$.

МУҲАРАҲЖА

Кириш 3

1.6 ў л м. Тадбиркорлик ва кичик бизнеснинг юзига келиши ва ривожланиши

1. Тадбиркорлик ва кичик бизнеснинг моҳияти

✓ 1.1. Тадбиркорлик ва кичик бизнес туғрисида туғшўнча 7

1.2. Кичик бизнесда тадбиркорлик тараққийетининг сабаб ва омиллари 9

✓ 1.3. Кичик бизнесдаги тадбиркорлик турлари, субъектлари ва шакллари 11

1.4. Кичик бизнес ва тадбиркорликни тараққийет тоғишида Ватанимиз ва хориғий давлатларининг тағрибоблари 12

2. Тадбиркорлик ва кичик бизнесни ривожланишининг ташкилий асослари

✓ 2.1. Тадбиркорлиқнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари 14

2.2. Тадбиркорлик кафолатлари ва унинг қўллаб-қувватланishi даваат идораларининг тадбиркорлар ҳуқуқини бузганликлари учўн жавобгарлиғи 16

2.3. Муамсий жавобгарлик ва тадбиркорлик фаолиятининг тўғатилиши 19

2.4. Хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини даваат томондан йўлга солиш ва назорет қилиш чора тадбирлари 20

3. Тадбиркорлиқнинг ташкилий-ҳуқуқий шакллари

✓ 3.1. Хўсўсий тадбиркорлик 22

3.2. Ўрғўқлик, йомандағит, тўла ва чала ширкатлар 23

3.3. Кичик корхоналар, Шерикчилик ва жамоя кичик корхоналари 27

3.4. Ҳиссадорлик жамияти. Очик ва ёпиқ турлиғи қиссадорлик жамияти 31

3.5. Фирмалар ва корпорациялар 33

3.6. Ҳолдинг компанияси 35

3.7. Оффшор компанияси 37

3.8. Шўъба корхоналар, шохобча (мақолатхона)лар, хориғий корхоналар 39

3.9. Консалтинг биғлаштирилари 41

4. Тадбиркор — бозор иқтисодиётининг марказий аربоби	
4.1. Тадбиркорлик — ҳаракатчи ва жўшқин фаолият	43
4.2. Иқтисодий ҳаракатлар усулини излаш ва танлаш эркинлиги	44
4.3. Тадбиркорлик турли иқтисодий кучлар ўртасидаги муросачиларни яфдалаш шакли	45
4.4. Тадбиркорликнинг иқтисодий-психологик аҳамияти	46
5. Тадбиркорлик фаолиятининг давлат томонидан ҳимоя қилиниши	
5.1. Тижорат сирини қонуний қондалари, баҳолашни меъзола-ри ва маъноси	47
5.2. Тижорат сирини муҳофиза қилиш ва рақобатчилар туғрилидаги маълумотни қонуний равишда олиш усуллари	50
5.3. Иштиро ва радиомониторинг тақдирлари муаллиф-лик ҳуқуқини ҳимоялаш	53
5.4. Сановат нусхаси ва товар белгиси	55
5.5. Ноу-хау	58
5.6. Маҳсулотни сертифициция қилиш	58
5.7. Сановат мулкнинг ҳимоялаш ҳужжатларини бериш учун тўлов ва бадаллар	61
6. Таваккалчилик тадбиркорликнинг муқаррар йўналишлари	
6.1. Тадбиркорлик муҳити ва хўжалик таваккалчилиги	62
6.2. Иқтисодий асослар ва таваккалчилик чегрелари	65
6.3. Таваккалчиликни ўлчаш усуллари	67
6.4. Таваккалчилик элементлари билан боғлиқ қарорларни танлаш ва амалга оширишга таъсир қилувчи омиллар	68
6.5. Таваккалчилик шароитида фаолият йўналишини тан-лаш таҳлили	70
6.6. Кичик бизнесда баъзи бир хўжалик таваккалчилиги турларини суғурталаш	72
7. Тижорат ҳуқуқи асослари	
7.1. Савдо битимларини тузиш	73
7.2. Савдо битимларини шартномавий расмийлаштириш-нинг муҳовида усуллари	75
7.3. Воситачилик битимларининг шартномавий расмийлаш-тирилиши	78
7.4. Сотувчи, хариддорнинг ҳуқуқлари ва битим тузилаши-даги кафолатлар	81
7.5. Шартномавий мажбуриятларнинг айланма ҳужжатла-ри	83

8. Тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишнинг асосий бошқичлари	
8.1. Бозорнинг конъюнктураси ва ресурсларининг иқтисо-дий таҳлили қилиш	85
8.2. Тадбиркорларни давлат рўйхатида ўтказиш	87
8.3. Хўжалик юритувчи субъектларга баъзи бир фаолият турларини олиб боришлари учун рухсатнома бериш тартиби	89
8.4. Таъсис ҳужжатлари	90
8.5. Корхонани таъкилий расмийлаштириш	92
9. Кичик бизнес ва унинг тараққийёт истиқболи	
9.1. Республикада кичик бизнеснинг ҳозирги пайтдаги иқти-содий самарадорлиги	94
9.2. Кичик бизнес стратегияси ва муаммолари	95
9.3. Кичик бизнеснинг давлат томонидан қўллаб-қувватлаш тизими	96
9.4. Кичик бизнеснинг иқтисодий самарадорлигини оши-ришнинг асосий йўллари ва омиллари	97 ва 4.3
10. Кичик бизнес ривожланишининг йўналишларини аниқлаш	
10.1. Тадбиркорлик соҳаларининг шаклланиши ва кичик биз-нес йўналишини танлаш	100
10.2. Тадбиркорлик дойирларини техник-иқтисодий асос-лаш	102
10.3. Дастлабки тижоратчилик таҳлифларини асослаш	104
10.4. Маслаҳатчиларни жалб этиш ва улар билан ишлаш	105
10.5. Моликиятнинг манбааларини излаш	106
11. Тадбиркорлик фаолиятида бизнес-режа	
11.1. Бизнес-режанинг моҳияти ва аҳамияти	108
11.2. Кириш ёки қисқача маълумотнома	110
11.3. Чинқарилаётган маҳсулотларнинг сифат хўрсатишчи-ри ва ўлчов шакллари	111
11.4. Маҳсулот сотиш бозорини иқтисодий баҳолаш	113
11.5. Ишлаб чиқариш жароени	114
11.6. Маҳсулотнинг рақобатбардорчилигини баҳолаш қилиш	115
11.7. Маркетинг соҳасининг йўналишлари	117
11.8. Бошқариш режаси	118
11.9. Юридик режа	119
11.10. Таваккалчиликнинг иқтисодий баҳолаш ва уни суғур-талаш	120

11.11. Молиявий режа	121
11.12. Ташки иқтисодий феолият режаси	122
12. Тадбиркорлик тузилмаларининг ташкилий тузиллиши	
12.1. Кичик бизнес корхоналари бошқарушининг ташкилий тузилмалари	124
12.2. Корхона бошқарушининг ташкилий тузилмасида бўлинмаларнинг ўрни ва аҳамияти	128
12.3. Тадбиркорлик фирмалари ташкилий тузилмаларининг турлари	130
12.4. Тадбиркорлик тузилмалари аъзоларининг ўзаро муносабатлари	136
13. Кадрларни таъкилаш ва ўқитиш	
13.1. Кадрлар сисёвети ва кадрлар бўлимининг вазифалари	138
13.2. Ишловчиларни ёллаш ва танлашга режалаштириш	141
13.3. Ишчи-хизматчиларини ўқитиш. Ўқитишнинг қандай усуллари	144
13.4. Ўқитиш дастуруларининг таҳлил	147
13.5. Кадрларни илмий жиҳатдан тайёрлаш ва касб бўйича ўсишининг ўзаро болашлиги	148
14. Кадрларни жой-жойига қўйиш ва ишчи кучининг айланмаси	
14.1. Ишчиларни иш жойларига жойлаштириш	148
14.2. Вазифаларнинг максабга кўра тақсимлалиши	151
14.3. Кадрлар қўнимсизлиги билан болақ қаражатарини камайтириш	154
15. Тадбиркорлар ахлодий қондалари	
15.1. Бизнеснинг ахлоқ меъёрлари, тадбиркорлик этикаси	159
15.2. Тадбиркорнинг шахсий қусусиятларини тахминлаштириш	163
15.3. Шериклар ўртасидаги ўзаро муносабатлар	165
15.4. Хизмат кўрсатди муносабатлар	167
15.5. Минжолар билан муносабатлар	169
16. Кичик бизнес қандай маълумотлар	
16.1. Ахборотларни тушлаш ва сақлаш	171
16.2. Иш юритиш асослари	173
16.3. Бизнесменнинг тариф қўроз ва шериклар қидириш	173
16.4. Махфий ахборотлар	175
16.5. Ахборотларни қандай қилиш	176

17. Кичик бизнесни молиялаш ва кредит билан таъминлаш хусусиятлари	
17.1. Молиявий ресурслар ва молиявий капиталнинг моҳияти ва тузиллиши	178
17.2. Кичик бизнеснинг молиявий ресурс манбалари	180
17.3. Капитал инвестицияси ва ўқини турлари	183
17.4. Инвестиция ва даромадларни дисконтлаштириш	185
17.5. Кичик бизнесни кредит билан таъминлаш шакллари	188
18. Кичик бизнесда инвестицияларнинг лойиҳавий таҳлил	
18.1. Инвестицион лойиҳалар таҳлилининг ўзига хос жиҳатлари	191
18.2. Инвестицион лойиҳа цикллари	194
18.3. Инвестицион лойиҳа менежменти	196
18.4. Инвестицион лойиҳанинг устуворлиги	201
18.5. «Оли» хўжалиги инвестицион лойиҳасининг тижорат таҳлили	203
19. Кичик бизнесни юритишда франчайзинг тизими	
19.1. Франчайзингнинг моҳияти	213
19.2. Франчайзингнинг асосий турлари ва қондалари	214
19.3. Кичик ва катта бизнес корхоналари ўртасидаги шартномавий муносабатларда франчайзинг тизими	216
19.4. Франчайзда даромадлар ва молиявий муносабатлар	217
20. Кичик бизнеснинг ҳаётий цикллари	
20.1. Кичик бизнеснинг ҳаётий циклининг дескриптив моделаи	219
20.2. Кичик бизнес корхоналарининг ҳаётий циклини бошқариш самарали тахкил этиш усуллари	221
20.3. Кичик бизнес корхоналарининг молиявий мослашувчанлигини таъминлаш	222
20.4. Кичик бизнес корхоналари ҳаёт циклининг муҳим босқичларида қимматбадо қўрозлар юртқели	226
21. Кичик бизнесда банкротлик	
21.1. Банкротлик — рақобат курашининг объектив ҳодисасидир	228
21.2. Кичик бизнес корхоналари инқирозга учрашининг асосий сабаблари	230
21.3. Тадбиркорларнинг ўзига хос хатто ва камчиликлари	231

21.4. Кичик бизнесда хужалик юритувчи субъектларин тур- гатиш ва қайта ташкил этиш шарт-шароитлари.	231
21.5. Ишдан бўшатилган ишловчиларнинг ҳуқуқий ка- фоллатлари.	233

IV Б ў л и м. Кичик бизнес ва маркетинг

22. Маркетингнинг фикр юритиш усули	
22.1. Маркетинг мақсад ва вазифалари.	235
22.2. Маркетинг фикр юритиш усулини узлуқсиз такомил- лаштуруш.	239
22.3. Кичик бизнес маркетингнинг вазифалари.	241
22.4. Маркетинг тадқиқотлари, оддиндан билиш ва режа- лаштириш, бошқариш ва маркетинг назорати.	241
22.5. Тижорат таҳдиди асосида бозорини ўрганиш.	249
23. Товар бозорлари ва уларнинг тавсифи	
23.1. Товар бозорларининг моҳияти.	255
23.2. Узоқ ва яқин хорижий давлатларнинг асосий товар бозорларининг тавсифи.	256
23.3. Регионал агросаноат бозорлари.	260
23.4. Товар бозорининг таркиби ва уни бошқарушнинг ташкиллий шакллари.	260
23.5. Бозор сегментацияси ва бозорини қамраб олишда мар- кетинг вариантлари.	263
24. Харидорлар ва уларнинг кулқлари (ахлоқлари)	
24.1. Харидорларнинг ахлоқ моделлари.	265
24.2. Харидорлар тавсифи.	266
24.3. Сотиб олиш қарорини қабул қилиш жараёни.	270
25. Асосий товарлар ва уларнинг тавсифи	
25.1. Кенг истеъмол товарларни туркумлаштиш.	272
25.2. Маҳсулотни белгилаш ва жойлаш.	273
25.3. Товар ассортиментни ҳақдадаги қарор.	274
25.4. Янги товарларни кетма-кет ишлатиш Асосий этап- ларнинг моҳияти.	276
25.5. Товарнинг ҳаётий цикли.	278
26. Нарх ва нарх-нази сифати	
26.1. Нархнинг бунад бўлиш табиати ва аҳамияти. Нархлар тури.	279
26.2. Нарх белгилаш жараёни ва унинг вазифалари.	283
26.3. Нарх белгилаш усуллари.	285
26.4. Нархнинг калькуляция қилиш услуби.	289

26.5. Нархнинг амалиётдаги калькуляцияси.	289
---	-----

27. Нарх белгилашнинг асосий аҳамияти

27.1. Нарх хил турдаги бозорларда нарх белгилаш.	292
27.2. Янги товарга нарх қўйиш.	296
27.3. Товар номенклатураси доирасидаги товарларга нарх белгилаш.	298
27.4. Нархлар ва жуифофик бозорлар.	302
27.5. Нархларни ташаббусли ўзгариши.	304

28. Алоҳида турдаги товарлар учун талаб ва тақлифлар

28.1. Қундалик истеъмол товарларига бўлган талабни ол- диндан таълаб олиш ва харидорлар буюртмаси асосида аниқ- лаш.	305
28.2. Потенциал талаб.	307
28.3. Талаб нархнинг эгилувчанлиги.	309
28.4. Тақлиф. Тақлифини эгилувчанлиги.	311
28.5. Талаб ва тақлифини тартибга солишнинг бозор усу- ллари.	313

29. Воситачилар ва воситачилик операциялари

29.1. Воситачиларнинг бозорда товар қаракатини самара- дорлигини оширишдаги аҳамияти.	314
29.2. Кичик бизнесда воситачилик ташкилотлари.	316
29.3. Воситачилик фаолиятининг турлари.	323
29.4. Товарларни бозорга бўлган қаракатини ташкил қили- нишда муҳобил қарорлар.	324

30. Товар айланмаси ва ўтнинг асосий шакллари

30.1. Сотув каналларининг таркиби, қўламини, вазифаси ва тушунчаси.	326
30.2. Товар қаракати тушунчаси, мақсади, захираси ва та- шкиллаштириш.	327
30.3. Сотувни раёбатлаштириш усуллари.	329
30.4. Рекламе соҳасидаги қарорлар мазмунини ва бошқича- ри.	330
30.5. Омма билан алоқа («Паблик рилейшн»).	333
Фойдаланилган адабиётлар.	335
Глоссарий.	337

САИДАСРОР САИДАХМЕДОВИЧ ГУЛОМОВ

**ТАДБИРКОРЛИК
ВА КИЧИК БИЗНЕС**

«Шарқ» нашриёт-матбаа
акциядорлик компанияси
Бosh тахририяти
Тошкент — 2002

Муҳаррир Ҳ. Султонова
Расм А. Мусихўжия
Бадний муҳаррир К. Ахуляев
Техник муҳаррир Д. Габдрахмонова
Мушаккил Н. Муҳамедия

Тарихига берилган 16.10.2001. Босишти руҳсат элилади 17.01.2002.
Бичими 84x106²/ — Бахтияга гарнитураси. Офсет босма. Шартаи бос-
ма табои 19,32. Нашриёт ҳисоб табои 20,3. Амади 5.000 дора. Бу-
корга № 2580. Баҳоси қолганидан нарҳи.

«Шарқ» нашриёт-матбаа акциядорлик компанияси босма-
хонаси, 700063, Тошкент шаҳар, «Буюк Турон» кўчаси, 41

F—79

Фуломов С.С.

Тадбиркорлик ва кичик бизнес: Иқтисодиёт йўналишидаги Олий ўқув юртлари учун ўқув қўлланма Т.: «Шарқ», 2002.—368б.

Сарлавҳада: Ўзбекистон Республикаси Олий ва Ўрта махсус таълим вазирлиги

ББК 65.053я73