

438
334. 722
K53

Qodirov. A, Mamarayimov. Q, Tursunov. I.

BIZNES

VA TADBIRKORLIK ASOSLARI



Qodirov. A, Mamarayimov. Q, Tursunov. I.

BIZNES

VA TADBIRKORLIK ASOSLARI



«MERIYUS»

Toshkent - 2011

Biznes va tadbirkorlik asoslari. Kasb-hunar kollejlari uchun
Qodirov A., Mamarayimov Q., Tursunov I. - T., 2011.

Taqrizchilar:

i.f.n., dots. Umarov K.Y., O'zMU

i.f.n., dots. Tursunov A.M., ToshDTU

Biznes va tadbirkorlik asoslari risolasi kasb-hunar kollejlari talabalariga mo'ljallangan. Bu kitobda biznes va kichik tadbirkorlikning nazariy asoslari, ularni tashkil etish, biznes rejalari mohiyati, kichik korxonalar shakllari, O'zbekiston Respublikasi soliq tizimi, uning mohiyati, yuridik va jismoniy shaxslarni soliqqa tortish hamda soliqqa oid qonunbuzarlikka qarshi kurashish masalalari yoritilgan.

Ushbu kitob O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining Oliy o'rta maxsus kasb-hunar ta'limi yo'nalishi bo'yicha Muvofiqlashtiruvchi Kengashi tomonidan 2010 yil 17-iyundagi 234-sonli yig'ilishi qaroriga muvofiq nashrga tavsiya qilingan.

1-mavzu: BIZNESNING MOHIYATI VA UNING OBYEKTIV ZARURLIGI

1. Biznes tushunchasi va uning mohiyati

Har qanday iqtisodiy tizimning rivojlanishi xo'jalik yurituvchi subyektlar iqtisodiy faoliyatining samarali tashkil etilishiga bog'liqdir. Biznes tizimi bozor iqtisodiyotining muhim tizimi hisoblanib, uning rivojlanish darajasi milliy iqtisodiyotning umumiy holati va samaradorligiga bevosita o'z ta'sirini o'tkazadi.

Biznes — mulkka ega fuqarolarning daromad keltiruvchi faoliyatidir. Biznes bu ish, lekin u oddiy ish bo'lmagan insonlar o'rtasidagi ishbilarmonlik munosabatlari orqali yuzaga keladi. Demak, biznes — o'z ehtiyojini qondirishga qaratilgan faoliyatdir.

Ayrim adabiyotlarda «biznes» va «tadbirkorlik» tushunchalarining farqlanishi zarurligi, tadbirkorlik biznesning asosiy unsuri va jihati ekanligi ta'kidlanadi, boshqa adabiyotlarda esa, bozor iqtisodiyoti subyektlarining xo'jalik yuritish faoliyatida ushbu tushunchalar o'zaro bog'liq va amaliy jihatdan o'rindoshdir, ammo, «biznes» va «tadbirkorlik» harakatini iqtisodiy sohaning ko'لامي nuqtai nazaridan sinonim deb bo'lmaydi, deb ta'kidlangan.

G'arb adabiyotlarida, xususan S.Rozenblat, B.Bonniningten, B.Nidis tomonidan yozilgan «Biznes konsepsiyasi» kitobida biznes jamiyat ehtiyojlari, xohishlarini qondiruvchi ishlab chiqarish tizimi, deb talqin qilingan.

Aslini olganda ishlab chiqarish tizimining mavjud bo'lishi va harakat qilishi uchun inson faoliyat ko'rsatishi shart, «mehnat boylikning otasi va faoliyat prinsipidir, yer esa uning onasi» ...shu nuqtai nazardan biznes iqtisodiy kategoriya sifatida iqtisodiy munosabatlar subyekti o'z manfaatlariga asoslanib va oldiga qo'yilgan maqsadlariga erishish yo'nalishidagi ijtimoiy ishlab chiqarish doirasidagi faoliyatni aks ettiradi. Biznes uzoq davrni qamrab oluvchi taraqqiyot yo'lini bosib o'tgan. XX asrning o'rtalarida tizim tasnifiga ega bo'lgan.

Biznesda oliy strategik maqsadlar aniq sharoit, istiqboldagi o'zgarishlar asosida belgilanadi va o'z navbatida taktik maqsadlarga bo'linadi. Biznes iqtisodiyotning barcha sohalari, hududlari va

elementlarini qamrab olish zarurligida uning yaxlitlik xususiyatida namoyon bo'ladi. Biznes o'z muhiti va infratuzilmasisiz harakat qila olmaydi. Biznes bilan iqtisodiyotning qamrab olinishi uning subyektlarining maqsadga erishish darajasi me'yorida amalga oshiriladi.

Biznes tizim sifatida o'z mexanizmiga egadir. Ammo ushbu mexanizm xususida har xil fikrlar mavjud. Ayrim adabiyotlarda biznes tizimining tartibga soluvchisi sifatida qonunchilik va me'yoriy hujjatlar ilgari suriladi. Bu yerda bilvosita biznes tizimi davlat tomonidan tartibga solinishi e'tirof etiladi.

Ayrim adabiyotlarda bunday tartibga soluvchi sifatida biznes ishtirokchilari o'rtasidagi murosali munosabatlar xususida fikr yuritiladi. Murosa ish yuzasidan bir-biri bilan aloqa qiluvchi o'zaro majburiyatlarni bajarish xatti-harakatlari har tomonga zarar keltirmasligini, ularning suvereniteti buzilmasligini taqozo etadi.

Biznes tizimi iqtisodiy tizimning tarkibiy qismi hisoblanib, iqtisodiy tizim bozor mexanizmi va davlat tomonidan tartiblanadi va biznes subyektlari o'rtasidagi murosali munosabatlar bo'lishini taqozo etuvchi asosiy omil bu qonunchilikdir. Uni yaratish esa davlatning asosiy vazifasidir.

Biznes ishi bilan shug'ullanuvchilar biznesmenlar deb ataladi. Yaqin davrlargacha biznesmen deganda ishbilarmon kapitalist, har qanday ishdan o'zi uchun daromad qidiruvchi, o'zini boyitish uchun hech qanday yo'ldan qaytmaydigan kishilar tushunilardi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish natijasida bu tushunchaga boshqacha tus berildi va «biznes» deganda bozor iqtisodiyoti sharoitida foyda olish maqsadida mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarish va sotishga qaratilgan iqtisodiy faoliyat bilan shug'ullanuvchi subyekt tushunila boshlandi. Hozirgi vaqtda iqtisodiy adabiyotlarda «biznesmen» avvalgidek «ishbilarmon» deb atalsada, lekin uning tub negizida foyda keltiruvchi, o'zining yoki ijaraga olingan, kerakli mablag'ga ega bo'lgan, iqtisodiy faoliyatning xohlagan turi bilan shug'ullanuvchi kishilar tushuniladi.

“**Biznesmen**” so'zi birinchi marotaba Angliya iqtisodiyotida XVII asr oxirida paydo bo'lib, u «Mulk egasi» degan ma'noni bildiradi.



Biznes — bu ishlab chiqarishni tashkil etish, iqtisodiy faoliyat va munosabatlar, pul ishlash demakdir. Biznes soʻzi xorijiy soʻz boʻlib, u dunyoda keng tarqalgan va undan hamma mamlakatlarda foydalaniladi. Bu soʻzning maʼnosida ish bilan shugʻullanish yoki biznes faoliyatini tashkil etish tushuniladi.

Biznesmen — bu doimo oʻz ishini fidoyisi, bilimdon kishidir. Biznesmen eng avvalo biznes ishini qanday amalga oshirishni, qanday sharoitda amaliy harakat qilishni, tadbirkor oldida uchraydigan toʻsiqlarni hal qilish yoʻllarini va qanday yutuqlarga erishishni bilishi kerak.

U ishlab chiqarishni tashkil etishi, mahsulotni sota bilishi kerak. U bozor munosabatlari sharoitida vujudga keladigan sharoitlarni toʻgʻri baholay bilishi, toʻgʻri yoʻl tanlay olishi lozim.

Har bir biznesmen faqat oʻz kuchiga, bilimiga ishonishi va suyanishi kerak.

2. Biznesga taʼsir qiluvchi omillar

Biznes bozor iqtisodiyotiga xos iqtisodiy faoliyat turi boʻlib, u muayyan ijtimoiy-iqtisodiy natijaga erishish uchun tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish va ayirboshlashni tashkil etish boʻyicha mulk egalarining maqsadli iqtisodiy faoliyatidir.

Biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishga quyidagi omillar taʼsir koʻrsatadi:

- biznes faoliyati yiriklashuvi tendensiyasining pasayishi;
- ayollar ish kuchining iqtisodiyotga kirib kelishi;
- yirik ishlab chiqarishda xodimlarning qisqarishi;
- yangi biznes faoliyatini ochish surʼatlarining ortishi kabilar.

Biznesning mohiyati quyidagilarda oʻz aksini topgan:

1. Biznes faoliyatining subyekti boʻlib Oʻzbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi va Oʻzbekiston Respublikasida tadbirkorlik toʻgʻrisidagi qonunga muvofiq balogʻat yoshiga yetgan har bir fuqaro oʻz mulkiga yoki mulk egasining vakolati asosida qonunga zid boʻlmagan faoliyat turi bilan shugʻullanishi mumkin.

2. Biznes faoliyatini tanlash, uni tashkil etish va rivojlantirish mohiyat jihatidan davlat, jamiyat ahamiyatiga ega boʻlgan ish boʻlib, u erkin tanlanadigan faoliyatdir. Biznes faoliyatining uch turi va unga mos ravishda tadbirkorlikning 3 guruhi mavjud.

A) yangi tovar va xizmatlar loyihasini tashkil etish. Bu turdagi biznes bilan intellektual mulk egalari – innovatsiya tadbirkorlari shug'ullanadilar;

B) ishlab chiqarishni tashkil etish bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlar;

V) tovarni sotish, qayta sotish va tijorat ishlarini tashkil etish bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlar.

3. Maqsad jihatidan tadbirkorlikning ikki turi mavjud:

A) foyda olish, iqtisodiy samaraga erishish maqsadida;

B) ijtimoiy samaraga (masalan, tabiat muhofazasi, yosh avlod tarbiyasi, sog'liqni saqlash) erishishni maqsad qilganlar.

Biznes faoliyatiga quyidagi xususiyatlar xosdir:

- shug'ullanayotgan soha bo'yicha biznesmenning bilimiga egaligi;

- biznesmenning tavakkalchilikka asoslanib, tashabbuskorlik bilan qarorlar qabul qilishi;

- iqtisodiy jarayonlarni chuqur tahlil qila olishi;

- qonunlarga rioya qilishi;

- innovatsion faoliyat egasi bo'lishi;

- o'z maqsadiga intilishi;

- yaxshi tashkilotchi bo'la olishi;

- o'z so'zining ustidan chiqa olishi;

- tejamkor va halol bo'lishi;

- o'z jamoasi uchun doimo kurashishi.

Biznes faoliyati quyidagi shart-sharoitlarni taqozo etadi:

1. Mulk munosabatlarining uyg'unlashuvi, ya'ni bu munosabatlar quyidagilarda ifodalanadi:

- egalik qilish, ya'ni uni sotish, ijaraga berish, hadya etish;

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

- operativ boshqaruv, ya'ni mulk egasining nazorati ostida resurslarni tejab taqsimlash va ishlab chiqarishni tashkil etish bo'yicha mulkni boshqarishning huquqiga ega bo'lish;

2. Tadbirkorlikka quyidagi erkinliklar berilishi kerak:

- mahsulot assortimenti va ishlab chiqarish usulini tanlash erkinligi;

- hamkorlarni tanlash erkinligi;

- mablag'larni qonun doirasida sarflash erkinligi.

3. Bozorning ochiqqligi, ya'ni tovarlar, ma'lumotlar, sarmoyalar, ish kuchi, xomashyo harakati uchun to'siqlarning yo'qligi.

4. Bozor infratuzilmasining mavjudligi:

- tijorat banklari;
- tovar, fond, mehnat, valyuta birjalari;
- tijorat tavakkalchiligi va mulk sug'urtasi;
- ma'lumot va reklama manbalari, ommaviy axborot vositalari, aloqa vositalari;

-ekspert byurolari, sertifikat markazlari, bojxonalar, soliq nazorat tashkilotlari, arbitrajlar.

5. Tadbirkorlik uchun huquqiy kafolatlarning mavjudligi, ya'ni tadbirkorlikni himoyalovchi qonunchilik mavjudligi.

6. Yangi biznes faoliyatlariga kadrlar tayyorlash, kredit olish, soliq to'lash, tabiiy boyliklardan foydalanish bo'yicha davlat tomonidan beriladigan imtiyozlar.

3. O'zbekistonda biznesning shakllanishi

O'zbekiston Respublikasi mustaqillikka erishishi natijasida mamlakat iqtisodiyotida tub o'zgarishlar ro'y berdi. Ana shunday o'zgarishlardan biri mamlakatda biznes faoliyatining shakllanishidir. Yurtimizda iqtisodiyot ildam rivojlanishining asosiy sabablaridan biri biznes faoliyati va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash natijasida amalga oshirildi.

Mamlakatda biznes faoliyati va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash asosan moliyaviy, ma'muriy va huquqiy tarafdin amalga oshirilmoqda.

Biznes va xususiy tadbirkorlikning yo'lga qo'yilishi ishlab chiqarishni vujudga keltirdi. Biznes faoliyati bilan shug'ullanuvchilar yuridik maqomga ega bo'lib, mustaqil subyektlar sifatida o'z nizomiga muvofiq muayyan ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlikka va foyda olishga intilib, asosiy va aylanma mablag'lardan foydalanib faoliyat ko'rsatmoqdalar.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida quyidagi faoliyat tamoyillari mavjuddir:

- biznes faoliyati amaldagi qonunchilikka zid bo'lmagan har qanday faoliyat bilan shug'ullanishi mumkin. O'z ixtiyori bilan qonunga zid bo'lmagan har qanday qarorni mustaqil qabul

qilish, faoliyatni mustaqil rejalashtirish va sof foydani ishlatishni mustaqil belgilash huquqiga egadirlar;

- mulk egasi va mehnat jamoasining qaroriga muvofiq biznes faoliyati bilan shug'ullanuvchilar turli mulk shakllari: xususiy, hissadorlik, jamoa, davlat, qo'shma biznes faoliyati mulk asosida yuzaga kelishlari mumkin va ulardan teng huquqli shart- sharoitda foydalanadilar;

- biznes bilan shug'ullanuvchilar o'z huquqlari va mustaqilliklarini saqlagan holda, o'z xohishlari bilan xohlagan boshqa tadbirkorlar va biznesmenlar bilan muayyan maqsad yo'lida birlashishlari mumkin;

- biznes faoliyatini boshqarish uning nizomiga va qonunchilikka muvofiq amalga oshiriladi;

- biznes faoliyatini tugatish, birlashtirish, qayta tashkil qilish ularning ta'sischi tomonidan shunday vakolat berilgan, nizomida qayd etilgan maxsus organ yoki xo'jalik sudi qarori asosida amalga oshiriladi;

Bozor iqtisodiyoti sharoitida biznes faoliyatining o'ziga xos xususiyatlari mavjud. Bular quyidagilar:

1. Biznes faoliyati mustaqildir:

- ishlab chiqarish va mahsulot sotishning raqobatbardoshligini aniqlash va tovar assortimentining tarkibini bozordagi talabga va taklifga qarab mustaqil belgilashda;

- tovar va xomashyo yetkazib beruvchilarni, xaridorlarni, vositachilarni tanlash va shartnomalar tuzishda mustaqillikka ega bo'lishida;

- baholarni qonunchilik doirasida mustaqil belgilashda;

- soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar to'langach, qolgan foydani mustaqil taqsimlash, daromad va xarajatlarni mustaqil rejalashtirish imkoniyatiga;

- ishchi va xizmatchilarni mustaqil tanlash va joy-joyiga qo'yish imkoniyatiga;

- uzoq muddatli mablag'lar manbalarini qidirish va mablag'larni sarflash yo'nalishlarini topishda ifodalanadi.

2. Mulk va ishlab chiqarish vositalariga hukmronlik, egalik xususiyati quyidagilarda ifodalanadi:

- ishlab chiqarish vositalari, ishlab chiqarilgan mahsulot, daromadiga mulkdor bo'lib, ulardan o'z xohishicha foydalanishda;

- to'la xo'jalik hisobi asosida yuridik shaxs huquqlari va burchlari miqyosida faoliyat yuritishda;

- davlat biznes faoliyati mulkiy vositalar, resurslarni operativ boshqarish orqali amalga oshiriladi. Ular xususiy biznesdan farqli bo'lib, mulkni sotish, qarz o'rninga to'lash, boshqa mulk bilan qo'shish kabi ishlarni tashkilotlar ruxsatisiz amalga oshirmaydilar;

3. Biznes faoliyati davlat tomonidan u yoki bu yo'nalish tomon yo'naltirilishi:

- soliqlar va ularning tabaqalanishi orqali;
 - tabiiy resurslar uchun to'lanadigan haq orqali;
 - xarajatlar (amortizasiya) va tabiiy kamayish me'yorlari orqali;

- valyuta kursi orqali;
 - bojxona to'lovlari orqali;
 - ekologik me'yor va atrof-muhitga tashlangan chiqindi uchun to'lanadigan haq orqali;

- ijtimoiy haq orqali;
 - monopoliyaga qarshi kurash tartibi orqali;
 - davlat standartlari va texnik shartlar orqali amalga oshiriladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Xususiy tadbirkorlik, kichik biznesni rivojlantirishni yanada rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi farmoniga muvofiq xususiy tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirish asosida mulkdorlar sinfini shakllantirish kichik va xususiy tadbirkorlik faoliyati sohasiga kredit resurslarini keng jalb qilish va xorijiy sarmoyalarni bevosita olib kirish uchun maqbul sharoit yaratish maqsadida ularni har tomonlama iqtisodiy-ijtimoiy va moliyaviy qo'llab-quvvatlashda keng sharoitlar yaratilmoqda. Hozirda kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirish maqsadida ular son va sifat jihatidan rag'batlantirilmoqda.

2-mavzu: KICHIK TADBIRKORLIKNING TASHKILIY ASOSLARI

1. Tadbirkorlikni tashkil etishning huquqiy asoslari

Respublikamiz mustaqillikka erishgandan so'ng milliy iqtisodiyotni mustahkamlash uni rivojlantirish yo'lida

institutsional o'zgarishlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, respublikamiz Prezidenti tomonidan mamlakatimiz obro'-e'tiborini xalqaro miqyosga ko'tarish chet el investitsiyasini jalb qilish, xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash borasida qabul qilingan qaror va farmonlar bunga yaqqol misol bo'la oladi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini yaratish va rivojlantirish quyidagi asosiy normativ hujjatlar bilan tartibga solinmoqda: O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1992 yil 21 yanvardagi "Iqtisodiy islohatlarni yanada chuqurlashtirish, rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida", 1994 yil 15 martdagi O'zbekiston Respublikasida mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish jarayonini yanada rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari to'g'risida, "Kichik va xususiy tadbirkorlikni rag'batlantirish to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasining 1995 yil 21 dekabr qonuni, 1995 yil 5 yanvardagi "Xususiy tadbirkorlikda tashabbus ko'rsatish va uni rag'batlantirish to'g'risida"gi farmoni, "Kichik va o'rta tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirishning qo'shimcha choralari to'g'risida"gi 31 yanvar 1997 yil farmoni, "Xususiy tadbirkorlikda tashabbus ko'rsatishning ba'zi chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmoni (№ 55), "Xususiy tadbirkorlik kichik va o'rta biznesni rivojlantirishni yanada rag'batlantirish choralari to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1998 yil 9 apreldagi VII – 1978 t.r-li farmoni, 2001 yil 22 avgustdagi "Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish va hisobga qo'yish tizimini takomillashtirish to'g'risida"gi 347 t.r. qarori va boshqa qonuniy hujjatlar.

Tadbirkorlikka, shu jumladan kichik va xususiy tadbirkorlikka bag'ishlangan normativ – huquqiy hujjatlar O'zbekistonda yetarli darajada qabul qilingan. Qonunlarning ko'pchiligi xususiy va kichik biznesni davlat tomonidan qo'llab – quvvatlanish choralari, shart-sharoitlari, shakillarini o'zida aks ettirgan.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning 27 aprel 2007 yildagi PK-630 - sonli Qaroriga asosan kichik biznes subyektlarini ro'yxatga olish, biznesni tashkil etish uni olib borish va tugatish jarayonlari soddalashtirilib, ixchamlashtirilib yanada oydinlashtirildi.

Mahalliy hokimiyatlar huzurida tadbirkorlarni ro'yxatga olish bo'yicha inspeksiyalar tuzildi va ular zimmasiga hujjatlarni ro'yxatga olish hamda ularni rasmiylashtirish bo'yicha barcha javobgarlik ularga yuklatiladi.

Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish tizimi soddalashtirilib, uning muddati 5 kunga qisqartirildi, ularni davlat ro'yxatidan o'tkazishning aniq sxemasi ishlab chiqildi, biznesni ixtiyoriy tugatish jarayoni joriy etildi¹.

Ishlab chiqaruvchi korxonalar mahsulotlarini majburiy standartlashtirish va sertifikatlashtirish tizimi soddalashtirildi, 250 ta mahsulotlarga va 170 xil majburiy deklaratsiya turlari qisqartirildi, auditorlik tashkilotlari faoliyatini yanada takomillashtirish hamda ular ko'rsatayotgan xizmatlar sifati uchun javobgarlikni oshirish mexanizmi ishlab chiqildi².

2. Tadbirkor subyektlarning huquqlari

Tadbirkorlik faoliyati bozor iqtisodiyotini harakatga keltiruvchi asosiy kuch hisoblanadi. Respublika fuqarolari tadbirkorlik faoliyatlari bilan shug'ullanish huquqiga ega.

Tadbirkorlar uchun berilgan huquqlar quyidagilardan iborat:

1. Har bir fuqaro mamlakatda qabul qilingan qonunlar talablari doirasida tadbirkorlik faoliyatlari bilan shug'ullanish huquqiga ega.

2. Tadbirkorlar ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatishning turli korxonalarini tashkil etish huquqiga ega, agar ular qonunlar talabiga zid bo'lmasa.

3. Tadbirkor o'z ishlab chiqarishini shaxsiy jamg'armalariga, kredit mablag'lariga tashkil etishi mumkin.

4. Tadbirkor ishlab chiqarishni tashkil etish uchun o'zini, oila a'zolarini mehnatlaridan foydalanish bilan birga shartnoma asosida begona fuqarolarni ham ishlab chiqarishga jalb qilish huquqiga ega.

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 27 aprel 2007 yildagi PK-630-sonli qarori.
² 14 aprel 2007 yildagi 615-sonli Prezident qarori va 48 may 2007 yildagi 104-sonli Vazirlar mahkamasi qarori.

5. Tadbirkor ishlab chiqarishini tashkil etishda begona fuqarolarni, xorijiy fuqarolarni yoki huquqiy mulk egalarini ham jalb qilish huquqiga ega.

7. Qabul qilingan qonunlar doirasida o'zi ishlab chiqarishini tashkil etish dasturi asosida mustaqil ravishda iste'mol mahsulotlarini ishlab chiqish, uning iste'mol mahsulotlarini ishlab chiqish, uning iste'mol narxlarini belgilash huquqiga ega.

8. Tadbirkor mustaqil subyekt sifatida o'zi istagan subyektlar bilan iqtisodiy aloqalarni o'rnatish, ishlab chiqarish shartnomalarini tuzish huquqiga ham ega.

9. Ishlab chiqarishga jalb qilingan yollanma mehnatga mehnat shartnomalarida belgilangan darajada ish haqlarini belgilash.

10. Banklarda hisob raqamlarini ochish, kreditlar olish, pul jamg'armalarini saqlash.

11. Davlat yordamidan va ijtimoiy sug'urta tizimidan foydalanish.

12. Davlat sudi oldida javobgar va da'vogar bo'lish.

13. Xorijiy subyektlar bilan tashqi iqtisodiy munosabatlarni amalga oshirish va boshqa huquqlarga egadirlar.

3. Tadbirkorlarning majburiyatlari

Tadbirkor subyektlar qabul qilishgan qonun va Vazirlar Mahkamasi qarorlari doirasida jamiyat va ishga yollangan fuqarolar oldida, huquqiy subyektlar oldida ular o'rtasida tuzilgan bitimlari asosidagi majburiyatlarini bajarishlari majburiydir.

Tadbirkor subyektlarning majburiyatlari quyidagilardan iborat:

1. Yollanma mehnatdan foydalanish fuqarolar bilan tuzilgan shartnomalarga to'liq rioya qilish.

2. Ishlab chiqarishga jalb qilingan ishchi subyektlaridan ixtisosliklari bo'yicha foydalanish.

3. Ularga belgilanadigan ish haqlari minimal darajadan kam bo'lmasligiga, Prezident qaroriga asosan ish haqining o'sishiga to'liq rioya qilish.

4. Ish kuchlarini, mol-mulklarni sug'urtalash va o'z vaqtida davlat ijtimoiy-sug'urta fondiga to'lash.

5. Atrof muhitni muhofaza qilish chora va tadbirlarini amalga oshirish.

6. Iste'molchilar huquqlarini va manfaatlarini himoya qilish.
7. Olib borilayotgan faoliyatlari qanday yo'nalish, qanday mahsulot ishlab chiqarilishidan qat'iy nazar litsenziyalashtirish majburiyatlarini amalga oshirish lozim.

4. Tadbirkorlik faoliyatlarini davlat tomonidan boshqarish va nazorat qilish

Tadbirkorlik faoliyatlari qanday mulkchilik shakllariga asoslanishidan qat'iy nazar, uning muqobil rivojlanishida davlatning roli katta.

Davlat qabul qilingan qonunlar va qarorlar asosida uning rivojlanishini, ishlab chiqarishning huquqiy tomonlarini tartibga solib tursa, bozor iqtisodi mexanizmi orqali tadbirkorlik faoliyatlarining iqtisodiy tomonlari tartibga solib turiladi.

Davlat bozor iqtisodiyotining bosh islohotchisi sifatida tadbirkorlik faoliyatlarini rivojlanishi ustida to'liq nazorat olib borishi zarur. Bu nazorat tadbirkorlik faoliyatlarini mamlakatimizda rivojlanishini doimiy ravishda, aniqlangan kamchiliklarni bartaraf etish hisobiga amalga oshirib boradi.

Davlat tomonidan tadbirkorlik faoliyatlarini nazorat qilishning asosiy yo'li davlatning fiskal siyosati asosida amalga oshiriladi.

Davlatning fiskal siyosati tadbirkorlik bilan shug'ullanayotgan subyektlardan soliq va turli to'lovlarni olish orqali tartibga solinadi.

Shu bilan birga tadbirkorlik faoliyatlari davlatning monetar siyosati orqali ham tartibga solinadi. Monetar siyosat davlat tomonidan banklar orqali milliy iqtisodiyotni shu jumladan, tadbirkorlik faoliyatlarini rivojlantirish uchun muomalaga tushadigan pul miqdori ustidan nazorat qilishga asoslanadi.

Muomalaga chiqarilayotgan pul miqdorining nazorat qilinishi afzalliklari quyidagilardan iborat:

- tadbirkorlar o'z faoliyatlarida ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishni ta'minlashda innovatsiya (yangiliklardan) yutuqlaridan foydalanishga;

- ishlab chiqarishni tejamkorlik asosida tashkil etishga;
- tayyor iste'mol mahsulotlari tannarxini tushirishga;
- atrof-muhitni muhofaza qilish ishlarida qo'yilgan xatolarga javob berishdan iborat.

Bu tadbirkorlik majburiyatlari ularning faoliyatlarini to'g'ri tashkil etishga xizmat qiladi.

3-mavzu: TADBIRKORLIK KORXONALARIDA BIZNES-REJASINI TAYYORLASH

1. Biznes-rejani tuzishning obyektiv zarurati va ahamiyati

Biznesda yangi (innovatsiya) fikrlar, xohish o'z vaqtida haqiqatga aylantiriladi. Ko'pincha asoslanmagan yangi biznes g'oyasini saqlab qolish imkoniyati biznes-rejani to'g'ri tayyorlash orqali yuzaga keladi.

Dunyo amaliyoti biznes-rejaning hamma vaqt zarurligini ko'rsatadi. O'z loyihangizni amalga oshirish uchun kimdandir pul olmoqchi bo'lsangiz bankirlar, investorlar uchun tadbirkorlarning maqsadlarini va uni amalga oshirish uchun ularning maqsad va vazifalarini aniq bilishda biznes reja bo'lishi lozim. Biznes-reja biznesning o'tgan davrdagi, hozirgi va kelgusi holatini aks ettiradi.

Biznes reja bu sizning amalga oshiriladigan fikr-mulohazalaringiz rejasidir. U faoliyatingizning aniq maqsadi, yo'nalishi va asosiy bosqichlarini belgilab beradi.

Biznes ishlari boshlangandan keyin olingan natijalar reja bilan solishtirib boriladi, rejaga tuzatishlar kiritilib boriladi, shu tariqa biznes to'g'ri yo'nalishga solinadi. Biznes-reja shuning uchun ham zarur. U hozirgi va keyingi yutuqlari, o'sishini aks ettiradi.

Biznes-reja har bir tadbirkorning amalga oshirishi belgilangan hujjati hisoblanadi. Unda biznes faoliyati mohiyati, boshlash imkoniyatlari, moliyalashtirish sharoitlari aks ettiriladi.

Biznes-reja aniq iqtisodiy holatdan kelib chiqadi. Biznes-rejani tuzishda zarur bo'lgan mutaxassislar maslahatlarida foydalanish zarur. Biznes-reja ishlab chiqarishga qabul qilinishi uni moliyalashtirishga asos bo'ladi.

Biznes-rejaning asosiy vazifasi. Uni tayyorlash jarayonida insonning fikrlash qobiliyatlarini rivojlantiradi. Tadbirkorlik faoliyatini to'g'ri yo'lga qo'yishni barcha imkoniyatlardan kelib chiqqan holda amalga oshiradi. Biznes-reja asosida ishlab chiqarishning barcha

tomonlarini nazoratga soladi. Biznes-rejaning asosiy vazifasi ishlab chiqarishni tashkil etish uchun zarur bo'lgan mablag'larni jang'arish, ya'ni jalb qilish imkoniyatini yaratib beradi.

2. Biznes-rejaning tuzilishi.

Biznes-rejani ishlab chiqish aniq chizmaga ega bo'lishi kerak. Biznes-reja korxonaning katta yoki kichikligini, maqsadli rejaning yo'nalishini, biznesning xususiyatini, kerakli axborot ma'lumotlarini va qanday mutaxassislarning yordamiga muhtojligini qamrab oladi. Biznes-rejani ishlab chiqarishda quyidagi savollarga aniq javob berilishi kerak. Biznesning asosiy yo'nalishi va mohiyati nimadan iborat:

- mahsulot yoki xizmatning qanday talabni qondira olishi;
- uning o'ziga xos tomonlari nimada ifodalanadi va nima uchun iste'molchilar raqobatchilar mahsulotidan bu mahsulotni afzal ko'radilar;

- mahsulot yoki ishlab chiqarish texnologiyasi patentlar bilan himoyalanganligi;

- biznes muhiti yoki firma haqidagi ma'lumotlar.

Rejaning bu qismida biznesning mohiyati va barajariladigan ishlarining yo'nalishlari ko'rsatiladi. Biznesning qaysi shaklini tanlash va uning kamchilik va afzalliklarini tahlil qilib chiqish lozim.

Buning uch variant mavjud:

- yakka xo'jalik mulki asosida;
- sherikchilik asosida;
- korporatsiyani tashkil etish asosida.

Mahsulotni iste'molchilarga (bozorga) yetkazish biznes rejaning eng asosiy qismidir. Tajriba shuni ko'rsatadiki, bozorni yetarli darajada o'rganmaslik natijasida ko'pincha tijorat loyihalari vaqt o'tishi bilan barbod bo'ladi. Tadbirkor bozordagi ma'lumotlarga ega bo'lishi lozim. Agar xaridor sizning raqobatchilaringiz taklifiga qaramay mahsulotingizni xarid qiladigan bahosini aniqlab olsangiz, bozor o'rtasidagi vazifani maksimal darajada bajargan bo'lasiz.

Marketing ishlari va mahsulotni sotish rejasida sotiladigan mahsulot hajmini va unga qanday qilib erishish mumkinligi ko'rsatiladi. Marketing rejaning asosiy elementlari quyidagilar:

- mahsulotni tarqatish smetasi, tarkibi;
- bahoni shakllantirish;
- reklama;
- sotishni rag'batlantirish usullari;
- mahsulot sotilgandan so'ng mijozlarga ko'rsatiladigan xizmatlarni tashkil etish (texnik tovarlar uchun);
- o'z firmangiz va tovaringiz haqidagi ko'pchilikning fikrini shakllantirish;

- raqobat rejasi. Siz mahsulotingiz borib tushadigan bozordagi raqobat to'g'risida bilganlaringizni o'zingizning potentsial sheriklaringizga va investorlarga ma'lum qilishingiz lozim. Bunda siz quyidagi savollarga aniq javob berishingiz kerak bo'ladi.

- xuddi shunga o'xshash tovarni yirik ishlab chiqaruvchilari kimlar?

- ularning faoliyati-mahsulot sotish hajmi, daromadi, yangi modellarni qo'llashi, texnik servis ishlari qanday?

- raqobatchilarning mahsuloti haqida tafsilotlar, sifat darajasi, dizayni, xaridorlar fikri qanday?

- raqobatchilar mahsulotining bahosi darajasi, ularning baho siyosati (umumiy tarzda bo'lsa ham);

- ishlab chiqarish rejasi. Asosiy vazifa sheriklarga haqiqatda zarur bo'lgan mahsulotlarni, kerakli sifat, miqdor va muddatlarda ishlab chiqara olish imkoniyatini asoslab berishdan iborat. Siz quyidagi savollarga javob topishingiz kerak:

- mahsulotingiz eski ishlab turgan korxonada ishlab chiqariladimi yoki yangi korxonadami?

- buning uchun qanday ishlab chiqarish quvvatlari zarur bo'ladi va har yili qanchaga ko'payib boradi?

- qanday dastgohlar zarur bo'ladi va ular qayerdan keltiriladi?

- ishlab chiqarish aloqalariga mo'ljallanganmi yoki yo'qmi, bo'lsa kim bilan?

- mehnat va moddiy resurslar rejasi (tashkiliy reja). Rejaning bu qismida qanday mutaxassislar ishlatilishi, ularning kasbi, ma'lumoti, tajribasi, ishini muvaffaqiyatli bajarilishi uchun beriladigan ish haqi.

Korxonaning nima bilan shug'ullanishi, bo'limlarining o'zaro aloqalari, ularning faoliyatini qanday boshqarishingiz va nazorat qilishingiz haqida tashkiliy chizmasi berilishi kerak.

Moliya rejasida rejalar ma'lumotlar umumlashtirilib, bir qancha hujjatlar tayyorlash zarur.

- ishlab chiqarib sotiladigan mahsulot hajmini chamalab chiqish;
- pul mablag'lari xarajati va tushumining balansi;
- daromad va xarajatlar jadvali;
- korxona aktivi va passivining umumiy balansi.
- zararsiz ishlashga erishish grafigi.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, biznes-reja sizning maqsadingizni, bajariladigan ishlaringiz yo'nalishi aks ettiradi.

3. Biznes-rejani tayyorlash

Biznes-reja faqat firmaning rahbari yoki mulk egasi tomonidan tayyorlanadi. Bunda ishbilarmon, huquqshunos va buxgalterlar jalb qilinishi mumkin. Bunda ikki tavakkalchilik turi uni baholashga yordam beradi:

- ichki tavakkalchilik-xodimlar, tovar moddiy zaxiralarning joylashgan manzili kabilar ustidan nazorat o'rnatish;
- tashqi tavakkalchilik-iqtisodiyot yangi qonunlar, ob-havo, ya'ni siz o'zgartira olmaydigan narsalar.

Biznes-reja tuzilishi unda ishtirok etuvchilardan katta bilim, ma'lumot, bozorni, yangi texnologiyalarni bilshni talab etadi. Unda eng avvalo yaqin va uzoq muddatdagi maqsadlarni aniqlab olish zarur.

Biznes-rejani tayyorlash quyidagi maqsadlarni taqozo etadi:

- rahbarlar tomonidan korxonani to'g'ri boshqarish;
- bozor iqtisodiyotida biznesni amalga oshirishga o'rgatish;
- korxonaning haqiqiy faoliyatini baholash va rejaga o'zgartirishlar kiritish;
- banklar, investorlar va kreditorlarni korxona faoliyatiga baho berish uchun ma'lumotlar bilan ta'minlash.

Biznes-rejani tayyorlashda juda katta ma'lumotlarga ega bo'lish lozim.

Bular quyidagilar:

- korxona ishlayotgan sharoitini o'rganish, tahlil qilish;
- korxonaning kuchli va ojiz tomonlarini tahlil qilish;
- mahsulot(xizmat)larga bo'lgan talabning o'sishi va pasayishini istiqbollashtirish;

- korxona faoliyatidan kutiladigan natijalar;
- korxona uchun zarur resurslar, ularning manbalari;
- korxona faoliyati rejasi;
- natijalarni aniqlash;
- korxona faoliyati natijalari nazorati.

Rejani tayyorlash uchun avvalo bozorni tahlil qilish zarur.

Marketing-iste'molchilarga xarakteristika berish (ularning yoshi, jinsi, daromadi, mahsulotni iste'mol qilish hajmi); iste'molchilarning joylashgan manzili; tovarlarga talabning o'zgarib turishi, savd qilish qobiliyati; mahsulot sifatida xaridorlarning qiziqish hosil qilishi, xaridorlarni tovarga jalb qila bilish; korxonaning mahsulotini sotish vaqtidagi baho siyosati; mahsulotni sotish hajmi, miqdori, bozordagi xaridorlarni segmentlarga bo'lib mahsulot sotishni rejalashtirish. Shundan so'ng raqobatchilarning vaziyati tahlil qilinadi. Bunda firma bo'yicha bozor xarakteristik, mahsulot (xizmatlarning) xususiyatlari, ularning segmentlarga bo'linishi, reklama ishlari, mahsulotni iste'molchilarga yetkazish bahosi, raqobatchilarni kuchli va qobiliyatlari sinchiklab o'rganib chiqiladi.

Reja faoliyat uchun resurslarga bo'lgan talab, kelajarda sotish mumkin bo'lgan mahsulot hajmi, xarajatlar, foyda miqdori hisoblab chiqiladi. Bu ishlar jadvallar va chizmalarda aks ettiriladi.

4. Rejaning strategiyasi tashkilotchilik va menejment

Kichik korxonalarni muvaffaqiyatli tashkil etishning yana bir omili biznes reja asosida ishlashdir. Ya'ni har bir ish boshlashdan bu faoliyatning aniq maqsadi, yo'nalishi va asosiy bosqichlari belgilanadi. Buning uchun tadbirkor o'zi ishlab chiqarmoqchi bo'lgan mahsulot yoki xizmat ishlari turi to'la yoritilishi kerak. Bundan tashqari u o'z faoliyatini yakka xo'jalik, mulki asosida yoki sherikchilik asosida yoki korporatsiya tashkil etish asosida olib borishni tashkil etish sharoitini, bahosini o'rganib chiqishi lozim.

Rejada korxonaning strategik maqsadlari va shu maqsadga erishish uchun zarur harakat yo'llari (taktikasi) o'z aksini topishi lozim. Shuningdek, korxonaning ishlash sharoitini o'rganish va tahlil qilish kerak.

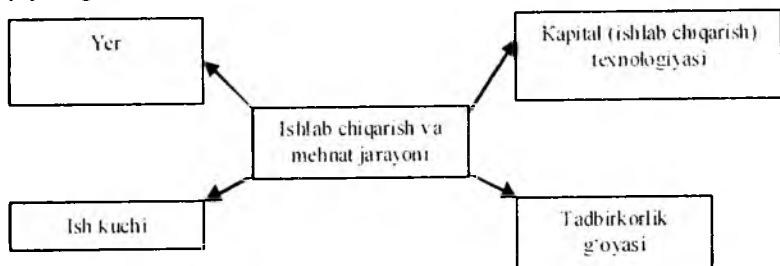
Shuningdek, korxonaning kuchli va ojiz tomonlarini tahlil qilish, mahsulotga bo'lgan talabning o'sish va pasayishini istiqbol qilinishi, korxona uchun zarur resurslar va ularning manbalari, korxona faoliyat natijalari nazorati o'rnatilishi kerak.

Tadbirkorlik faoliyatida yuqori tashkilotchilik, boshqaruv va tashabbuskorlik bo'lishi kerak.

4-mavzu: KICHIK KORXONALAR ISHLAB CHIQUARISHINI TASHKIL ETISH

1. Kichik korxonalarni ishlab chiqarishni tashkil etish omillari

Kichik korxonalar faoliyatini muhim jihati — bu ishlab chiqarishdir. Bu jarayonda iqtisodiy resurslar ishlatiladi mahsulot xizmatlardan iborat hayotiy ne'matlar yaratiladi. Ishlab chiqarish yuz berishi uchun uning omillari harakatga kelishi shart. Bu quyidagi chizmada ifodalangan.

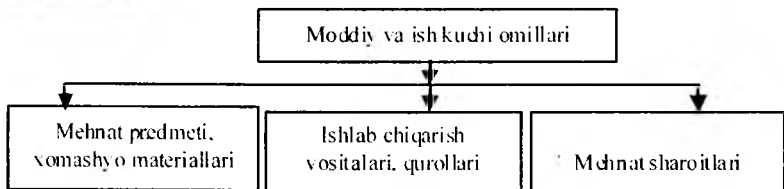


1-chizma. Ishlab chiqarish omillari

Yer va kapital ishlab chiqarishning moddiy ashyoviy omil bo'lib, o'z tarkibiga:

- tabiiy resurslar, ulardan olingan xomashyo;
- mashina, mexanizm;
- asbob-uskuna;
- qurilma-inshootlarini tashkil etadi.

Ular ishlab chiqarish vositalari yoki ishlab chiqarish fondlari deb yuritiladi. Moddiy omil tarkiban 3.qismdan iborat bo'lib, u quyidagi chizmada aks ettirilgan.



2-chizma. Ishlab chiqarishning moddiy ashyoviy omillari

Chizmada ishlab chiqarishning moddiy-ashyoviy omillari Moddiy ashyoviy omil bilan shaxsiy insoniy omil ishchi kuchi birikib, mehnat jarayoni, ya'ni ishlab chiqarish yuzaga keladi.

Tadbirkorlik faoliyatining bosh omillaridan yana biri tadbirkorlik subyekti va obyekti hisoblanadi.

Tadbirkorlik to'g'risidagi respublika qonuniga muvofiq O'zbekistonda quyidagilar tadbirkorlik subyektlari bo'la oladilar:

-aql-xushi raso bo'lib, o'z ishi yuzasidan qonun oldida javob bera oladigan har bir fuqaro;

-fuqarolar (sheriklar) guruhi, davlatga, kooperativga qarashli va boshqa turdagi korxona-jamoa tadbirkorligi;

-chet el fuqarosi yoki yuridik shaxsi, shuningdek, fuqaroligi bo'lmagan shaxslar;

-aralash mulk subyektlari.

Tadbirkorlik subyektlari bo'lib:

-xususiy shaxslar;

-yakka shaxslar bo'lishi mumkin, ular kichik korxonalar ochib faoliyat ko'rsatadi;

-jamoa tadbirkorligi hissadorlik jamiyatlari asosida tashkil etilib, ular sarmoyalarini birlashtirib birgalikda ish tutadilar.

Tadbirkorlik obyekti bo'lib:

-ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish faoliyatidagi tadbirkorlik;

-vositachilik sohasidagi tadbirkorlik;

-moliyaviy sohadagi tadbirkorlik hisoblanadi.

Tadbirkorlik faoliyatiga ta'sir etuvchi yana bir omil — kapital hisoblanadi. Tadbirkor sarmoyador bo'lmasa o'zi mustaqil o'z faoliyatini tashkil eta olmaydi³.

Tadbirkorlik kapitali manbalari quyidagi chizmada:

³ „Tadbirkorlik va tadbirkorlar faoliyatining kafolatlari to'g'risida“gi O'zbekiston Respublikasi qonuni. „Xalq so'zi“ 1999 y 29 aprel



3-chizma: Tadbirkorlik kapitali manbalari.

Xususiy kapital-tadbirkor oladigan foyda, amalga oshiradigan amortizasiya ajratmalari evaziga shakllanadi.

Xususiy kapital yetarli bo'lmagan sharoitda u qarz olib uni to'ldiradi va kichik korxona ochib ish boshlaydi. Tadbirkorning kredit kapitali bank, byudjet, boshqa korxonalardan olinadigan kreditlar chiqariladigan obligatsiyalar evaziga shakllanadi.

Qo'shma kapital bu-chetdan jalb etilgan resurs bo'lib, aksiyalarni sotish, pay va kirish badallarini to'plash, korxonalarni birlashtirish natijasida aktivlarni ko'paytirish evaziga shakllanadi. Chunki, bular o'z sarmoyalarini birlashtirilgan holda qo'shma kapital paydo qiladilar va birgalikda ish ko'radilar.

2. Korxona moliyasini tashkil etish shartlari va vazifalari.

Korxona moliyasi to'g'risida ko'pchilik bu uning pul mablag'laridir, deb hisoblaydilar. To'g'ri, u korxonaning moliyasini tashkil etadi. Ammo, hamma mablag'lar ham uning moliyasi bo'lib hisoblanmaydi.

Korxonaning moliyaviy mablag'i deb uning ixtiyorida kassasida yoki bank hisob raqamida bo'lgan mablag'larga aytiladi.

Korxona mablag'lari moliyaviy munosabatlarini ifoda etadi. Korxona moliyasi yangi qiymatga ega bo'lgan boylikni ishlab chiqarishda faol qatnashadi.

Demak, korxona moliyasini quyidagicha ta'riflasak bo'ladi, korxona moliyasi bu umumlashtirilgan pul munosabatlari bo'lib, u ishlab chiqarish jarayonida olingan tovar shaklida qiymatini pul qiymatiga aylantirish asosida yuzaga keladi.

Korxona moliyasi ishlab chiqarish jarayoni uchun zarur bo'lgan asosiy va aylanma fondlarini shakllantirishda faol qatnashadi.

Korxona moliyasi nafaqat korxona ishlab chiqarishni tashkil etish munosabatida, balki davlat byudjeti, soliq tashkilotlari, sug'urta kompaniyalari va moliya-kredit muassasalari bilan ham muloqotda bo'ladilar.

Tadbirkor korxona moliya mablag'larini ishlatishda asosan uning taqsimotiga, ishlab chiqarishda belgilangan yo'nalishlarida foydalanishga va uni ustidan nazorat o'rnatishga e'tibor berishi kerak.

Tadbirkorning korxona moliya mablag'i asosiy va aylanma fondlar tariqasida doimiy ravishda kengaytirilgan takror ishlab chiqarish tariqasida takrorlab turishini nazorat qilinishi zarur.

Korxona moliya kapitali ishlab chiqargan yangi qiymatiga ega bo'lgan tovar shaklidagi qiymat uning tijorat korxonalari, subyektlari bilan bo'lgan iqtisodiy muloqot asosida uning daromadi shakllanadi. Shakllangan korxonaning yashash faoliyati bir qancha sikllardan iborat bo'lib, u quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi: korxonani tashkil qilish, qayta tashkil etish, tarkibini takomillashtirish, sanatsiya, bankrotlik va tugatish. Bu bosqichlar korxonaning faoliyat natijasiga qarab amalga oshiriladi. Bu jarayonning vujudga kelishi aksariyat holda korxonaning moliyaviy holatiga bog'liq.

Korxonaning moliyaviy resurslari uning o'z maqsadlarini amalga oshirish yo'nalishida ishlatishi mumkin bo'lgan pul mablag'lari resurslaridir. Ular korxona faoliyatining rivojlanishiga, ishlab chiqarishni tashkil qilish va rivojlanishiga, iste'molchiga, noishlab chiqarish faoliyatini rivojlantirishga yo'naltirish yoki hozircha zaxirada saqlab turishi mumkin. Kapital-moliyaviy resurslarning bir qismi bo'lib, u ishlab chiqarish, savdo jarayonini rivojlantirish uchun (masalan, xomashyo sotib olish, ish qurollari, zaxira qismlarini xarid qilish, ish kuchini jalb etish va boshqa ishlab chiqarishga zarur bo'lgan narsalar) olish uchun mo'ljallanib, pul ko'rinishidagi kapital sifatida namoyon bo'ladi. Demak, kapital-aylanishiga yo'naltirilgan pullar bo'lib, ular ma'lum darajada foyda keltiradi.

Pul aylanmasi uni tadbirkorlik faoliyatiga jalb qilish, qarzga berish, yo'llanma ish kuchini jalb qilish, kabi bir qancha imkoniyatlar natijasida amalga oshiriladi.

Kapital-potensial ravishda va aql-farosat bilan ishlatilganda o'zining yanada ko'payishiga olib kelishi mumkin bo'lgan boylik desa bo'ladi.

Kapitalning hozirgi paytda ko'pchilik tan olgan umumiy ifodasini (formulasini) quyidagicha izohlash mumkin.

Investor tomonidan avans sifatida berilgan pul mablag'lari ishlab chiqarish jarayonida sotib olingan ishlab chiqarish resurslari orqali yangi qiymatga ega bo'lgan tovar mahsulotlarini yaratadi.

Tovarlarni sotishdan hosil bo'lgan qiymat o'zide investor kapitalini, ishchi kuchi qiymatini va yangi yaratilgan ustama qiymatni ifodalaydi.

Investor tomonidan sarflagan pullar tamomila sarf qilib yuborilmay, balki investor tomonidan avans tariqasida berilib, pul aylanmasi tugaganda so'ngi investorga qo'shimcha daromad bilan qaytariladi. Moliyaviy zaxiralar sarmoyasi qo'shimcha foyda keltirish uchun u ko'proq aylanishi kerak.

Moliyaviy zaxiralar sarmoyasining tuzilishiga asosiy fondlar aylanma fondlar, muntazim fondlariga qo'yilgan pul mablag'lari kiradi. Asosiy fondlar mehnat qurollari yig'indisini qimmatli ko'rinishda u ishlab chiqarish vositalari, korxonalari chegarasida faoliyat ko'rsatib o'z qiymatini qanchada yaratilgan mahsulot qiymatiga o'tkazadi.

Aylanma fondlar korxona ishlab chiqarish faoliyatiga bir qism bo'lib u bir ishlab chiqarish davri (tsiklida) ishlatilib, o'z qiymatini ishlab chiqarilayotgan mahsulotga o'tkazadi.

3. Biznesni moliyalashtirish manbalari

Kichik biznes korxonalarida korxonaning moliyaviy faoliyati ularning davlat, boshqa korxonalar, tashkilotlar, shaxslar bilan o'zaro munosabatlarini tartibga solish bilan bog'liq bo'lgan pul hisob-kitoblarini ifodalaydi.

Uncha ko'p bo'lmagan ishbiarmonlar o'z ishlarini o'zlari moliya bilan ta'minlaydilar. Ko'pchilik kishilar tashqi manbalarga muxtoj bo'ladilar. Pul resurslarining 4 ta toifasi mavjud:

1. Savdo krediti bu "pul" tovar qiymati hisoblanib, uni sizga yetkazib beruvchilar sizga qarz qilib beradilar va qarzni eslatilgan muxlatlarda to'plash shartini qo'yadilar.

2. Qisqa muddatli banklar va boshqa kredit beruvchilar, maxsus maqsadli-muddatli kreditlar sifatida ehtiyojini qondirish uchun beriladi. Bu kabi kredit uchun qarz bir yilga yetmasdan uziladi.

3. Uzoq muddatli kredit bu zayomlar bir yildan ortiq muddatga korxonani kengaytirish yoki takomillashtirish uchun beriladi.

4. Aksionerlik kapitalda investorning qatnashishida bu kabi resurslar qaytarilmaydi. Siz vositalarni olasiz va foydaning bir qismini investorga berasiz. Ya'ni, siz o'z korxonangizning bir qismini sotasiz. Endi yangi savol tug'iladi.

Pul mablag'larini qayerdan olish mumkin?

Moliyaviy ta'minlashning imkonli manbalari quyidagilar:

- tijorat banklari;
- moliyaviy kompaniyalar;
- investitsion kompaniyalar;
- investitsion fondlar;
- kredit idoralari;
- xaridorlar;
- mahsulot beruvchilar;
- do'st va tanishlar;
- xayriya tashkilotlari;
- trans kompaniyalar va banklarning trans bo'linmalari;
- davlat, xalqaro va jamiyat tashkilotlari, kichik biznesni qo'llab-quvvatlash dasturida ishtrok etuvchilar;
- ishlovchilar;
- dastgoh ishlab chiqaruvchilar;
- sug'urta kompaniyalari;
- nafaqa fondlari;
- xususiy investorlar;
- moliyaviy maslahatchilar;
- daromadning ma'lum qismi korxonaning jamg'arma fondi mablag'larini tashkil etadi va ishlab chiqarishni kengaytirish uchun sarflanadi.

Korxona moliyasining yana bir vazifasi uni ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish maqsadidan kelib chiqqan holda taqsimlashdan iborat.

Korxona moliya taqsimoti, undan foydalanish ustidan tadbirkor tomonidan, moliya tashkilotlari tomonidan nazorat o'rnatiladi.

Maqsad korxona moliyasidan maqsadli foydalanishni ta'minlashdir.

Korxona ishlab chiqarish va iqtisodiy faoliyati korxona ishlab chiqarish faoliyati nazorat qilish orqali olib boriladi.

Moliyaviy nazorat korxona moliyasidan to'g'ri, samarali belgilangan maqsadlar yo'nalishida bajarilishini ta'minlaydi. U korxona xodimlarining mehnatlari samaradorligini oshirishga, xomashyo resurslaridan tejamkorlik asosida foydalanishi ta'minlaydi.

4. Korxona moliyasini tashkil etish shartlari

1. Korxona moliyasining tashkil topishi va undan samarali foydalanish quyidagi shartlarga bog'liq bo'ladi. Korxona darajasida moliya mablag'larini markazlashtirish bu korxonaga moliyaviy yo'nalishlarni tashkil etish uchun zarur sharoitlarni yaratadi.

2. Korxona moliya mablag'lari zaxiralarining shakllanishini ta'minlaydi. Bu esa pul mablag'larini zarur bo'lgan ishlab chiqarish yo'nalishlariga sarflashini ta'minlaydi.

3. Moliyaviy rejalashtirish. Kelajakda mablag'larning kelib tushish manbalarini aniqlashni va undan rejali foydalanishni ta'minlaydi.

4. Korxona o'zining sohibkorlari bilan moliyaviy munosabatlarini to'g'ri tashkil etish.

Demak, korxona moliyaviy menejer bilan birgalikda, korxona moliyasidan to'g'ri foydalanish bo'yicha reja ishlab chiqishi kerak. Bu reja tadbirkorning ma'lum daromad olishni ta'minlashi kerak.

Korxona moliyasining samarali ishlashi korxona daromadining o'sishiga bog'liq.

Uning daromadli bo'lishi: ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarni iste'mol bozori talabi asosida takomillashtirib borish, foydalanilayotgan xomashyo resurslarini, texnika va texnologiyalarni sotib moliya mablag'iga aylantirish, ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish, mehnatni intensivlashtirish, ishlab chiqarish texnika va texnologiyalari ishlab chiqarish quvvatlaridan to'liq foydalanish, mehnatni tashkil etishning progressiv usullaridan foydalanish zarur.

Korxonaning foyda olish xarajatlarga nisbatan olinayotgan daromadlari ustunligiga bog'liq.

Korxonaning samaradorligini oshirish:

-marketing tadqiqotlari asosida ishlab chiqarishni bozor iste'mol talablariga muvofiqlashtirib borishga;

-ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning sifatlarini oshirib borishga;

-foydadan sababsiz, samarasiz foydalanishning oldini olishga

-iste'molchilar bilan tuzilgan xo'jalik bitimlariga rioya qilishga bog'liq.

Korxona moliyasi ikki qismga xususiy va yollanma mablag'lardan tashkil topadi. Xususiy moliya mablag'lari korxona foydasi va o'zidagi ortiqcha bo'lgan texnika va texnologiyalarni sotishdan tushgan tushum.

Yollanma yoki jalb qilingan moliya olingan kreditlardan tashkil topadi. U belgilangan muddat ichida mablag' egasiga qaytariladi.

5. Korxona moliyaviy boshqaruvi mohiyati

Korxona (firma) faoliyati boshqaruvining muhim vositasidan biri bozor iqtisodiyoti davrida mulkchilik va xo'jalik yuritish shaklidan qat'iy nazar, korxonalarda ishlab chiqarishni samarali tashkil etish, eng avvalo tuzilmalar boshqaruvini oshirishdan boshlanadi. Boshqaruv vositasidan korxona o'z oldidagi vazifalarini hal qiladi va qo'yilgan maqsadga erishadi. Boshqaruv obyekti - bu ishlab chiqarish subyekti esa-boshqaruv tartibi.

Boshqaruvning yetakchi vazifalarini marketing rejalashtirish, buxgalteriya hisobi, tahlil tartibga solish hamda nazorat va auditlarni amalga oshiradi.

Korxonada audit tekshirishlarida moliyaviy holat, barqarorlik natijalari hisoblanadi.

Moliyaviy boshqaruv turli mulk shaklidagi firma, uyushma, birlashmalar moliyaviy xo'jalik jarayonlarining sodir bo'lishi, rivojlanishi va o'zgarishining ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligi hamda moliyaviy barqarorligi, to'lov qobiliyati, raqobatga chidamli bo'lib faoliyat ko'rsatishi uchun zarur texnik, tashkiliy, moddiy, moliyaviy, innovatsion boyliklardan oqilona foydalanilayotganligiga baho berishga aytiladi.

Moliyaviy hisobning maqsadi-xo'jalik yurituvchi subyektlarning faoliyatini amalga oshirishda foydalanadigan resurslarni samarali boshqarish uchun zarur bo'lgan axborotni shakllantirishdan iborat.

Moliyaviy boshqaruv natijasida:

-iqtisodiy jarayon, xodisa va voqealarning rivojlanishini o'zgarishini obyektiv (tashqi) va sub'ektiv (ichki) ta'sir etuvchi omillarni bog'liq holda o'rganish;

-o'rganilayotgan firma, tashkilot muassasa va uyushmalarning faoliyatini to'liq va keng o'rgangan holda aniq va xolisona baho berish;

-ijobiy va salbiy ta'sir etgan omillarni aniqlash;

-bor bo'lgan imkoniyatlar, samaradorlikni oshirishning yo'l-yo'riqlarini ko'rsata olish;

-ilg'or g'oya va tajribalarni o'rganilayotgan jarayonga qo'llash yo'nalishlarini belgilash.

Ishlab chiqarish-taqsimot, aylanish jarayonlariga xizmat qilib, korxona fondlarini uzluksiz doirada aylanishi amalga oshiradi. Shuning uchun buxgaltyeriya hisobi moddiy boyliklarni yaratishga yo'naltirilgan doira va aylanish jarayonidagi korxonalarning mablag'lari holatlari va ulardan foydalanishning samarali boshqarish uchun zarur bo'lgan axborotni shakllantiradi.

6. Korxona ishlab chiqarish xarajatlari

Mablag'lar aylanishdagi asosiy bosqich va moddiy boyliklarni yaratish jarayonida sodir bo'ladigan ishlab chiqarish bosqichidir. Ishlab chiqarish jarayonini buxgaltyeriya hisobida aks ettirish, ishlab chiqarishga qilingan harajatlar-sarflangan ishlab chiqarish vositalari (mehnat buyumlari va mehnat vositalari amortizatsiyasi) va ishchi kuchi (ish haqi shaklidagi zaruriy mehnat) va ishlab chiqarish mahsulotlari-tayyor buyumlar shaklida qayd etiladi. Ishlab chiqarish xarajatlari pul shaklida hisobiga olinadi. Ishlab chiqarish jarayonida yaratilgan milliy daromadning taqsimlash jarayoni vujudga keldi. Taqsimlash vaqtida zaruriy mahsulot (korxona xodimlarining ish haqi)ning puldagi ifodasi, korxona sof daromadi (foйда)ning va davlatning markazlashtirilgan sof daromadi (qo'shilgan qiymat solig'i, aksiz solig'i, foydadan ajratmalar) summasi hisoblanadi.

Korxonaning ta'minot bosqichida korxona pul mablag'lari bilan o'ziga zarur bo'lgan moddiy boyliklarni sotib oladi. Sotish bosqichiga ishlab chiqarish bosqichida yaratilgan mahsulotni xaridorlarga sotish sodir bo'ladi. Bu bosqichdan so'ng korxona mablag'lari yana pul shakliga aylanadi.

Sotish jarayonining yakunlanishi moddiy ishlab chiqarish sohasida yaratilgan sof daromadni taqsimlash imkonini beradi. Bu yerda buxgalteriya hisobida davlat daromadiga o'tkazilishi lozim bo'lgan, korxona tomonidan olingan summa, qo'shilgan qiymat solig'i, aksiz solig'i, foyda (daromad) solig'i aniqlanadi va qayd qilinadi. Sotish jarayoni tugagandan so'ng korxona tegishli idoralarga (byudjet, byudjetdan tashqari fondlarga, banklar, mol yetkazib beruvchi)larga berilishi lozim bo'lgan summalarni o'tkazish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Ishlab chiqarish faoliyatini amalga oshirish korxona mablag'larning harakatiga bog'liq.

5-mavzu: TADBIRKORLIKNING TASHKILIY HUQUQIY SHAKLLARI

1. Tadbirkorlikning afzalliklari va kamchiliklari.

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

Xususiy tadbirkorlik — xo'jalik yuritishning shunday huquqiy shaklidirki, unda mulk egalari bitta shaxs yoki oilaga qarashli bo'lib, uning faoliyatidan kelgan daromadga (turli to'lov va soliqlar to'langandan qolgan qismi) ga to'liq egalik qiladi.

Xususiy tadbirkorlik chakana savdoda, umumiy ovqatlanish sohasida, maslahat sohasida, maishiy xizmatda, fermerchilikda, tibbiy amaliyotda va xunarmandchilikda ko'proq uchraydi. U ikki xil:

- a) yakka — ya'ni korxona tashkil qilmasdan;
- b) xususiy korxona — ya'ni yuridik shaxs shaklida bo'lishi mumkin.

Xususiy tadbirkorlikning afzalliklari quyidagilardan iborat:

-ishni tashkil qilishdagi oddiylik, mustaqillik, erkinlik va tezkorlik. Ya'ni, tadbirkor biror qaror qabul qilish uchun yuqori tashkilotlarga murojaat qilishi yoki sheriklari roziligini olishiga zarurati bo'lmaydi;

-ishga qiziqtiruvchi sabablarning ko'pligi bunda foyda faqat tadbirkorning o'ziga kelib tushadi va uni ko'proq ishlashga, ish ustidan nazorat o'rnatishga, ish ko'lamini kengaytirishga intiltiradi;

-xususiy tadbirkor o'z faoliyatida qo'llayotgan texnologiyalar, ishlab chiqarish uslublarni maxfiylikda saqlash imkoniga ega.

Xususiy tadbirkorlikning kamchiliklari ham mavjud, bular quyidagilar:

-zaif moliyaviy poydevorga egalik, katta miqdordagi kapitalni jalb qilishda qiyinchiliklarning mavjud bo'lishi;

-xo'jalik faoliyatida xavf-xatar va tavakkalchilik yuqori darajada ekanligi, faoliyatning davomiyligini, qancha muddatga ekanligining noaniqligiga olib keladi;

-barcha xo'jalik faoliyati uchun cheklanmagan javobgarlikning hukm surishi;

-yakka xo'jalik mulkini boshqa shaxsga berishda noqulayligi;

-mulk egasining mehnatga noloyiq bo'lib qolishi yuz berganda yakka xo'jalik mulki tarkibini saqlab qolishning qiyinchiliklari va boshqalar.

Yuqoridagi kamchiliklarni bartaraf etish niyatida ishbiarmonlar ko'pincha mol-mulkini yoki kapitallarini qo'shib birlashadilar.

2. Aksionerlik jamiyatlari shakllari, aksionerlik jamiyatining afzalliklari

Aksionerlik jamiyati — bu jismoniy shaxslar kapitallarining birlashuvi bo'lib, u aksiyalar chiqarish yo'li bilan bunyod etiladi. Aksiyalar fond birjalarida muomalada bo'ladi — bir shaxsdan ikkinchisiga erkin o'tadi va aksiya qimmatli qog'ozi aksiyador uchun uning qo'shgan hissasi haqidagi hujjati hisoblanadi.

Jamiyatning omonatchi — aksionerlar oldidagi majburiyati, aksiya uchun to'lanadigan pul miqdori, ya'ni, jamoat kapitaliga kiritilgan hissasi bilan cheklanadi. U ochiq va yopiq turda bo'lishi mumkin.

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

Ochiq turdagi aksionerlik jamiyatlari o'z aksiyalarini ochiq sotadilar. qimmatbaho qog'ozlar bozori qonun doirasida cheklanmay erkin savdo — sotiq qilinadi.

Yopiq turdagi aksionerlik jamiyatlari aksiyalari qimmatbaho qog'ozlar bozorida muomalada bo'lishi jamiyat nizomiga binoan man etilgan, u faqat nomlanganlar egasiga yozilgan aksiyalar chiqaradi.

Ochiq aksionerlik jamiyatlari boshqa turdagi jamiyatlarga aylanishi mumkin emas. Yopiq turdagi aksionerlik jamiyatlari o'z aksiyalarini ochiq obuna o'tkazish yoki fond bozorida sotish uchun chiqarish yo'li bilan ochiq aksionerlik jamiyatiga aylanishi mumkin.

Aksiyalarga ochiq obuna o'tkazish orqali ochiq turdagi aksionerlik jamiyatlarini bunyod etish uchun quyidagilar lozim:

- bir yoki bir nechta shaxsga jamiyatni bunyod etish uchun vakolat berish to'g'risidagi shartnomaga ega bo'lish; jamiyatni tashkil qilish va birgalikda faoliyat ko'rsatish;

- aksiyalarga obuna o'tkazish, ta'sis konferensiyalarini o'tkazish, jamiyat va uning aksiyalarini ro'yxatdan o'tkazish.

Davlat mulkini xususiylashtirish orqali quyidagi usullar bilan aksionerlik jamiyatini bunyod etish mumkin:

- oddiy yo'l bilan — bunda fuqarolar yopiq yoki ochiq aksionerlik jamiyatlarining obyektlarini aukcion orqali yoki konkurs yo'li bilan sotib olish orqali;

- davlat korxonasi mehnat jamoasi tomonidan yopiq aksionerlik jamiyatini barpo etish va ushbu yuridik shaxs tomonidan korxonani sotib olish yo'li bilan;

- davlat yoki ijara korxonalarini ochiq aksionerlik jamiyatlariga aylantirish yo'li bilan.

Barcha jamoa korxonalari uchun quyidagi umumiy jihatlari mavjud:

- nizom kapitalining tegishli bo'laklariga yoki aksiyalariga majburiy bo'linishi;

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

- aksiyadorlar orasida o'zaro munosabatlar, korxonalarni boshqarishda olingan daromadlarni ularning kiritgan ulushlariga qarab taqsimlanishi;

- aksiyadorlar jamiyatga o'z kapitalarini kiritish orqali uning faoliyatini boshqaradilar, ammo o'z mehnatlari bilan unda ishtirok etishlari zarur emas.

Aksiyadorlik asosida olingan daromad aksiya egalari aksiya paket miqdoriga qarab to'lanadi. Albatta aksionerlar jamiyatlari asosida tashkil topgan ishlab chiqarish jarayoni ma'lum imtiyozlarga ega. Bu imtiyozlar quyidagilardan iborat:

- aksiyadorlik jamiyatlarida ishbilarmonlik xususiy tadbirkorlik sharoitidagiga nisbatan yuqori bo'ladi. Sababi aksiyadorlik jamiyati ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish uchun yetarli darajada zarur bo'lgan ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarish bo'limlarga, ishlab chiqarish mutaxassislari ega bo'ladi;

- aksiyadorlik jamiyatida qabul qilingan majburiyatlar bo'yicha javobgarligi yuqori bo'ladi;

- aksiyadorlik jamiyatida bo'linmalar darajasida mutaxassislarni yetarli bo'lishi uni boshqarish va tegishli chora va tadbirlarni qabul qilishni ta'minlaydi va uning mohiyatini oshiradi;

- investitsiyalarni jalb qilish imkoniyat doiralari keng bo'ladi;

- aksiyadorlik jamiyati korxonalarida ish bilan ta'minlash, ish joylariga ixtisosliklari bo'yicha joylashtirish yaxshi yo'lga qo'yiladi.

- aksionerlar jamoasida olinadigan daromaddan uning a'zolari manfaatdorlik darajalari yuqori bo'ladi;

- aksioner a'zolari aksioner jamiyati faoliyatlari bo'yicha to'liq javobgardirlar.

3. Korporatsiyalar

Korporatsiya—bu ishlab chiqarish subyektlarining tarmoq manfaatlaridan kelib chiqqan holda tashkil topgan birlashmadir. Korporatsiyalar rivojlangan Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida, AQSh, Yaponiya va Janubiy Sharqda rivojlangan Janubiy Koreya, Tayvan, Gonkong, Malayziya va shunga o'xshash mamlakatlarda keng rivojlangan.

Korporatsiyalar davlat va nodavlat shakllariga bo'linadi. Ular iqtisodiy rivojlanish bo'yicha ishlab chiqarish bilan va noishlab chiqarish korporatsiyalariga bo'linadi.

Noishlab chiqarish korporatsiyalari tijorat ishlari bilan deyarli shug'ullanmaydi. Ular asosan aholi sog'liqlarini saqlash, yoshlarni tarbiyalash, maorif tizimlarini rivojlantirish, nogiron, nafaqaxo'rlarni, ijtimoiy himoya qilish ishlari bilan shug'ullanadi.

Korporatsiyalar ochiq va yopiq shakllarida uchraydi. Yopiq korporatsiyalar faqat shu korporatsiyada ishlaydigan xodimlarga uning aksiyalarini sotish orqali shakllanadi. Ochiq turdagi korporatsiyaga har bir fuqaro uning aksiyalarini sotib olish asosida a'zo bo'lishi mumkin.

Korporatsiyaga a'zo bo'lganlar uning umumiy yig'ilishlarda qatnashish huquqiga ega bo'ladilar. Yopiq turdagi korporatsiya aksiyalariga a'zo bo'lgan subyektlar bunday huquqiga ega emaslar.

Korporatsiya shaklida tashkil topgan korxonalar rivojlangan bozor iqtisodiyotiga asoslangan davlatlarda iqtisodiy jihatdan asosiy o'rinni egallaydi.

Korporatsiyalar quyidagi vazifalarni amalga oshirishlari kerak:

- korporatsiyalar ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish uchun avvalo bozor talablarini chuqur o'rganish asosida o'zlarining ishlab chiqarish strategiyalarini ishlab chiqish;

- korporatsiyalar kichik biznes korxonalariga nisbatan ilmiy-texnik yutuqlarini ishlab chiqarishda ma'lum ustunlik darajasiga egadirlar;

- korporatsiyalarda ularga zarur bo'lgan ishlab chiqarish vositalari, xomashyolari bilan ta'minlash kichik biznes korxonalaridagiga nisbatan ustun darajaga ega;

- korporatsiyalar o'zlarining ishlab chiqargan mahsulotlari xarajatlarini kichik biznes korxonalarida ishlab chiqargan mahsulotlar qiymatiga nisbatan arzon bo'lishi ularning raqobatbardoshlik darajalarini oshiradi.

Xulosa qilib aytsak, bozor iqtisodiyoti sharoitida korporatsiyalar eng raqobatdosh korxonalar bo'lib, o'zlarining to'liq moliyalashtirish manbalariga ega. Albatta ma'lum davrlarda ishlab chiqarish jarayonini kengaytirish yoki yangi mahsulot turlarini ishlab chiqarishda ma'lum miqdorda kreditlardan foydalandilar. Ammo, ularning kreditni yopish darajalari kichik biznes korxonalariga nisbatan yuqori darajada bo'ladi.

4. Offshor kompaniyasi

Offshor kompaniyasi — bu imtiyozli soliq to'lash (yoki to'lamaslik) hududida bunyod etilgan korxona bo'lib, u ro'yxatga olingan joyda barqaror turmaydigan shaxslarga tegishlidir. Ko'pgina

davlatlarda xorijiy investitsiyalarni ko'proq jalb qilish maqsadida kiritilgan omonatlar haqidagi axborotning qonunchilik yoki an'anaviy kafolatlar yo'li bilan oshkor etilmasligini ta'min etuvchi va qator imtiyozlar berish tizimini bunyod etilgan bo'lib, bu tizim xorijiy tadbirkorlarga ularning tadbirkorlik faoliyatini mazkur davlat hududida olib borish sharti bilan joriy qilinadi. "Offshor zonasi" deb nom olgan bunday hududlarga G'arbiy Yevropada — Gibraltar, Irlandiya, Genua, Djersi, Malta, Lyuksemburg vayaqin sharqda — Kipr, Baxrayn, B.A.A, Livan, uzoq sharqda Gonkong, Singapur, Labudan oroli, Markaziy Amerika va Karib dengizida — Bagam orollari, Britan, Viriji orollari kabilar kiradi.

Offshor korxonasi mas'uliyati cheklangan jamiyat yoki kompaniya shaklida bunyod etiladi. Offshor kompaniyasining soliq to'lash tartibiga ta'sir ko'rsatuvchi asosiy shart bu uning rezident va norezident emaslik maqomidir. Norezident kompaniyalarning rezidentlardan farqi shundaki, ular o'zlari joylashgan hududdan tashqaridan turib boshqariladi. Norezident kompaniyalar amalda mahalliy soliq to'lash tizimidan butkul chiqariladi. Kompaniya egalari yer sharining har qanday nuqtasidan turib bevosita boshqarilishi mumkin. Kompaniyalarning moliyaviy faoliyati valyuta bo'yicha cheklanishlarning bo'lmaganligi sababli olingan daromad istalgan turdagi valyutada erkin chiqib ketishi mumkin. Shu sababli offshor kompaniyalari, go'yo kapitalni qochirish uchun bunyod etiladi degan fikrlar tarqalgan. Lekin offshor kompaniyalarning ko'pchiligi haqiqiy xo'jalik faoliyatini amalga oshirish va savdo operatsiyalarini moliya bilan ta'minlash, xizmat ko'rsatish, investitsiyalarni boshqarish kabi faoliyatlar bilan shug'ullanadilar.

5. Xolding kompaniyasi

Xolding — bu mulk egalari tomonidan bir qancha mustaqil aksionerlik jamiyatlari faoliyatini nazorat qilish maqsadida bunyod etilgan jamiyatdir. Xolding birlashgan korxonalar — Shuba korxonalar deb ataladi. Xolding kompaniyalar o'zining Shuba korxonalari aksiyalarining nazorat paketlarini o'zida jamlash yo'li bilan moliya kapitalini to'playdi.

Xolding kompaniyalari mustaqil faoliyat ko'rsatuvchi alohida korxonalar aksiyalari nazorat paketlarini bitta shaxs tomonidan sotib olish orqali tashkil qilinishi mumkin.

Xolding kompaniyalari ikki xil bo'lishi mumkin:

-moliyaviy xolding. U asosan moliyaviy jihatdan nazorat boshqaruv vazifasini bajaradi;

-aralash xolding — turli xil xo'jalik faoliyati va savdo — sotiq bilan shug'ullanadi.

Mamlakat qonunchiligiga asosan xolding kompaniyalari quyidagicha tashkil etilishi mumkin:

-yirik korxonalarni qayta tashkil qilishda ularning tarkibiy bo'limlarini mustaqil yuridik shaxs sifatida bunyod etish yo'li bilan;

-yuridik jihatdan mustaqil korxonalarning aksiya paketlarini birlashtirish yo'li bilan;

-yangi aksionerlik jamiyatlarini ta'sis etish yo'li bilan.

Quyidagi faoliyatlarda xolding kompaniyalarini bunyod etish ruxsat berilmaydi:

-ishlab chiqarish vositalari va iste'mol tovarlari savdosida;

-qishloq xo'jaligi ishlab chiqarish, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini qayta ishlash va ularning moddiy-texnik ta'minotida;

-umumiy ovqatlanish va aholiga maishiy xizmat ko'rsatishda;

-aholiga xizmat ko'rsatishda.

Xoldingni asosiy sharti — bu korxonalar birlashuvining ixtiyoriy bo'lish zaruratidir.

6. Shuba korxonalari

Shuba korxonalar — bu korxonalar yuridik shaxs tomonidan bunyod etilgan bo'lib, har qanday mulk shakliga ega bo'lishi mumkin. Bunda:

-bunyod etilayotgan Shuba korxonaga mulkni yoki uning bir qismini berish;

-Shuba korxonaga beriladigan mulkka mulk egasining yoki uning vakolatiga ega bo'lgan korxonaning roziligi;

-ta'sis korxonasi Shuba korxonaga beriladigan mulkka egalik qilmaslik shartlariga rioya qilinishi kerak.

Shuba korxonani bunyod etish va uni ro'yxatdan o'tkazish asosiy korxonalar tashkil qilinishi tartibida o'tkaziladi. Ta'sischi va shuba korxonalari o'rtasidagi munosabatlar ta'sis hujjatlari asosida tartibga solinadi.

Shuba korxonalari har qanday mulk shaklida tashkil topib u yuridik maqomga ega bo'ladi. Shuba korxonalarini tashkil etishda quyidagilarga rioya qilish zarur:

- tashkil etilayotgan shuba korxonalariga a'zo bo'lganlar. Mulkning ma'lum bir qismini yoki to'liq shaklda berishi;
- tashkil etilayotgan shubaga berilayotgan mulkka mulk egasini yoki uni berish vakolatiga ega bo'lgan tashkilotning roziligi;
- shubani tashkil etuvchi ta'sis korxonasini uning mulkka egalik qilmasligidan iborat.

Shuba korxonalari barcha korxonalar singari davlat tomonidan belgilangan tartibda ro'yxatdan o'tkaziladi. Shuba korxonalari o'zlarining shoxobchalarini qanday mulkka asoslangan holda tashkil topishidan qat'iy nazar ochishlari mumkin.

Shuba shoxobchalari banklarda o'zlarining hisob raqamlarini ochib, o'z faoliyatlarini kichik biznes faoliyatida tashkil etishga va ma'lum darajada foyda olishni ta'minlashlari kerak.

Shuba korxonasi mustaqil shoxobchalari mustaqil ravishda xo'jalik hisobi asosida o'z faoliyatlarini olib borishlari kerak.

7. Xorijiy firmalar

Bozor iqtisodiyoti sharoitida milliy iqtisodiyot faqat ichki iqtisodiyot subyektlari asosida rivojlanishi mumkin emas. Ular xorijiy shuba, korxonalari, firmalarni jalb qilishlari mumkin. Xorijiy firma xo'jalik faoliyati bilan xorijiy yoki qo'shma korxonalar tomonidan tartibga solib turiladi.

Xorijiy firmalarning doimiy vakolatxonalari norezident hisoblanadi. Xorijiy firmalar tashqarida turib o'zining shuba korxonalarini zarur bo'lgan tovarlar va xizmatlar bilan ta'minlab turadi.

Xorijiy firmalar ichki bozorga kirib borish uchun o'zlarining mahsulotlarini o'zga mamlakatlarning ichki bozorlarida targ'ibot qiladilar. Xorijiy firmalar mahsulotini reklama qilish juda ham kichik harajatlarni tashkil qilib yuqori darajada daromad olishni ta'minlaydi. Xorijiy firmalarda ish haqlarini to'lash, o'zga firmalar

bilan iqtisodiy aloqalarni olib borishda ifodalanadi, uni amalga oshirilishi uchun infratuzilmalarning tarkibiy tashkil topishni ta'minlash mumkin.

Xorijiy firmalar ham ichki milliy iqtisodiyotda faoliyat ko'rsatayotgan firmalar singari banklarda maxsus hisob raqamlariga, ish fondiga va aholini ijtimoiy himoya qilish talablariga rioya qilishlari zarur. Xorijiy korxonalar — yuridik shaxs rezident hisoblanadi, uning nizom kapitalida ya'ni, ta'sis qiluvchi kapitalda xorijiy kapitallar qatnashadi.

Xorijiy korxonalar faoliyati daromad olish bilan bog'liq bo'lib ichki iqtisodiyotda belgilangan soliq turlarini to'lab borishlari majburiydir.

Xorijiy korxonalar shu soha yo'nalishida vakolati bo'lgan banklarda hisob raqamlarini ochishlari mumkin. Hisob raqamlari ikki yo'nalishda milliy valyuta va xorijiy valyuta yo'nalishida ochilishi mumkin.

Xorijiy mamlakatlar investitsiyalariga asoslangan korxonalar mablag'lari ulushi nizom kapitalining 50 foizdan oshmasligi kerak.

8. Konsalting birlashmalari

Konsalting firmalari ishlab chiqarish, mijozlariga tegishli maslahatlar berish, texnik loyihalarni amalga oshiruvchi maxsus firmadir. Konsalting firmalari kichik biznesni rivojlanishi uchun zarur bo'lgan maslahatlarni beradi. Konsalting firmalarining asosiy vazifalari — axborot to'plami asosida so'rovnoma fondini yaratish, reklamalar strategiyasini ishlab chiqish, turli soha yo'nalishlari bo'yicha firmalarining tashkil topishi, uning rivojlanishi, maslahatlar berish xorijiy texnika va texnologiyalarni milliy iqtisodiyotni rivojlantirishga jalb etish, investitsiya xorij mablag'laridan foydalanishni afzalligini aniqlash masalalari bo'yicha ham tegishli maslahatlarni beradi. Konsalting xizmatlari bozor iqtisodiyoti sharoitida respublikada keng yoyilgan bo'lib, u asosan quyidagi masalalar bo'yicha maslahatlar berishni qamrab olmoqda.

Jumladan, kichik biznes subyektlarini qaysi soha tarmoqlarida tashkil etish, uni tashkil etish va yuridik maqomini berish uchun qanday hujjatlar zarurligi, kichik biznes korxonalari tashqi

iqtisodiy faoliyatlarini tashkil etish masalalari bo'yicha ularning maslahatlardan foydalanadilar. Kichik biznes subyektlarini moliyaviy barqaror rivojlanishi, mahsulotlarni sifatli, raqobatdosh bo'lishi bo'yicha va ularni xavfsizligini ta'minlash yo'lida ham maslahatlar beradilar. Konsalting xizmati firmalari milliy iqtisodiyotning hamina tarmoqlari va iqtisodiy mintaqalarida joylashgan huquqiy va jismoniy subyektlar bilan munosabatlarda bo'ladilar.

6-mavzu: KORXONANI TASHKIL ETISHNING ASOSIY OMILLARI

1. Kichik korxonani tashkil qilish uchun zarur bo'lgan eng muhim omillar

Bugungi kunda bozor iqtisodiyotining muhim talabi kam mehnat sarflangan holda, ko'proq va sifatli mahsulot ishlab chiqarish asosida kishilarning talab va ehtiyojini to'la qondirish va shu asosda foyda olishdan iboratdir.

Milliy iqtisodning asosiy yo'nilishi ilmiy yutuqlar asosida jamiyat ishlab chiqarishni muntazam rivojlanishni ta'minlaydigan yangicha iqtisodiy munosabatlarni va g'oyalarni qaror toptirish, iqtisodni rivojlantirishni tubdan qayta isloh qilish, yangicha xo'jalik yuritish usullarini izlab topish va uni amaliy kundalik hayotga tatbiq qilishni talab etadi.

Buning uchun:

-moddiy ishlab chiqarish sohasiga ko'proq ishbilarmon tadbirkor va bilimdon kishilarni jalb etish;

-menejer, marketing, tadbirkorlik va bozor iqtisodiyoti sohasi bo'yicha, turli mutaxassislar uchun yetarli har tomonlama doimo yangi bilim berishning keng tadbir-choralarining amalga oshirish;

-ishlab chiqarish jarayonlarini raqobatga chidamli qilib tashkil etish;

-joylarda mahsulotni qayta ishlaydigan kichik korxonalarni tashkil etish;

-shaxsiy yordamchi xo'jaliklar rivojlanishini takomillashtirib borish;

-xususiy mulkchilikka keng imkon berish;

-aksionerlik uyushmalarini tashkil etish;

- chet el munosabotlarini mustahkamlash asosida ularning kapitallaridan unumli foydalanish;
- moliya, kredit va bank ishlarini takomillashtirib borish zarur.

2. Kichik biznes va kichik korxonalar

Bozor iqtisodiyoti sharoitida kichik biznesni tashkil etishda subyektlar o'z mulklari, ishlab chiqarish vositalari bilan qatnashadilar.

Bular:

- yakka holda faoliyat olib boruvchi tadbirkor;
- mikrofirmalar;
- kichik korxonalar.

Yakka tadbirkor ishlab chiqarishni o'zlari tashkil etib biznes faoliyati bilan shug'ullanadi. U menejerlik vazifasini o'zi bajaradi.

Tadbirkor o'z shaxsiy faoliyatining rivojlanishi, ishlab chiqarish hajmini o'sib borishi ma'lum qiyinchiliklarini keltirib chiqaradi. Bu qiyinchiliklar asosan tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish uchun zarur bo'lgan mablag'larga ega bo'lish, kerakli ishlab chiqarish vositalari, xomashyolar bilan ta'minlash, mahsulotlarni sifatli bo'lishini ta'minlash uchun malakali ish kuchlariga ega bo'lish, tayyor mahsulotlarni iste'molchilarga yetkazib berish bilan bog'liq.

Korxona faoliyatni muvaffaqiyatli olib borish uchun ishbilirmon quyidagi sifatlarga ega bo'lishi kerak:

- o'z sohasining bilimdoni bo'lishi;
- iqtisodiyot asoslarini bilishi va uni iqtisodiy tahlil qila olishi;
- huquqiy tarbiyachi sifatida o'z xodimlarini huquqiy jihatdan tarbiyalashi;
- xodimlar dunyo qarashlarini bilish;
- kompyuter texnikasini mukammal egallash;
- xorijiy subyektlar bilan hamkorlik qilish uchun chet tilini bilishlari zarur.

Biznes olamida mashhur nazoratchi va amaliyotchi hisoblangan Gerbert Nyutonning "Puldorlik san'ati" kitobidagi pul topish va asrash haqidagi qoidalarga tadbirkorlar rioya qilishlari zarur. Bu qoidalar quyidagilardan iborat:

- aniq maqsadni ko'rishga;

- qilinadigan ishlarni rejalashtirishga;
- shartnomalar doimiyligini ta'minlashga va uni saqlab qolishga;
- mulk hisobiga pul qilishga;
- tanish bilishlardan foydalanishga va ular bilan doimiy aloqa o'rnatishga;
- sotish mumkin bo'lgan narsalarga pul sarflashga;
- o'z foydasini olishga;
- narx arzonligida sotib olishga va qimmatlashganda sotishga;
- o'z bankirlaringizni so'zlarini tinglashga;
- pulingizni har doim aylanib turishini ta'minlashga;
- qancha pul qo'yish mumkin bo'lsa shuncha qarz olishga;
- hech qachon qarz bermaslikka;
- qarzni ishni rivojlantirish uchun olishga;
- narx tebranishini kuzatib borishga e'tibor berishga Gerbert Nyuton tadbirkorlarni da'vat etadi.

3. Kichik korxona va bozor

Kichik korxonaning muvaffaqiyatli faoliyatiga ta'sir qiluvchi yana bir omil bu ishlab chiqarayotgan mahsulotga mos bozorning mavjud bo'lishidir.

Bozor muhiti tadbirkorning raqibidir. U goh hujum qiladi goh himoyaga o'tadi. Bozor muhitiga chiqishdan oldin talabgorlarning didi yaxshilab o'rganiladi va tijoratga katta ahamiyat beriladi. Bozor muhitida oldin kamroq qismini. keyinchalik ko'proq qismini egallashga harakat qilishi kerak.. Raqobatchilardan ko'ra sifatliroq, arzonroq mahsulot yetishtirish bozor muhitida o'z o'rnini saqlab qolish garovidir. Buning uchun esa, texnika vositalarini tanlash, mehnat va iqtisodiy-tashkiliy ishlar, hisob-kitob ishlari to'g'ri olib borilishi kerak Bozor muhitida mahsulot yagona bo'lib, unga raqobatbardosh boshqa mahsulot bo'lmasa, u holda mahsulot bahosi yuqori bo'lish imkoni yuzaga keladi.

Mahsulot bahosini aniqlashda quyidagilarga e'tibor berish kerak:

- bahoni mahsulot sotilishiga imkon berishiga;
- mahsulot uchun sarflangan mablag'larning qoplanishiga;
- baho foyda va iloji boricha ko'proq foyda keltirishi kerak..

Mahsulot bahosi aniqlangandan so'ng uni talabgorga yetkazish kerak. Bu vazifani tadbirkor o'zi yoki boshqa maxsus tashkilotlarga topshirishi mumkin. Bunda, mahsulotingiz sotilgandan keyin ham xaridorga qo'shimcha xizmat ko'rsatish tadbirkorlik faoliyatining muvaffaqiyati garovidir.

4. Resurslar bilan ta'minlash. Tadbirkor va uning qobiliyati

Tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishga kirishgan har bir shaxs ishlab chiqarish jarayonini boshlashdan avval o'z oldiga nima ishlab chiqarish kerak, degan vazifani qo'yadi, buning uchun u bozorni o'rganib, qanday mahsulotlarga talab yuqori, qaysi mahsulotni ishlab chiqarish uchun resurslar mavjudligini o'rganib chiqishi lozim. Tadbirkor ishlab chiqarmoqchi bo'lgan mahsuloti uchun resurslarni imkoni boricha arzon bahoda sotib olish yo'llarini topish, shuningdek, ishlab chiqarish jarayonida yangi texnika texnologiyalaridan foydalanish va malakali ish kuchiga ega bo'lish, uning muvaffaqiyati garovidir.

Shaxsiy — insoniy omil bu ishlab chiqarish jarayonining muhim omili bo'lib, bunda ishchi kuchi, uning mehnati muhim resurs bo'lib, ishlab chiqarishga qilinadigan sarfining deyarli 3-4 qismi shu resursga to'g'ri keladi..

Ishchi kuchining miqdoriy va sifatiy o'lchovi bor. Miqdoran olganda — bu ishlash qobiliyatiga ega va ishlay oladigan kishilar sonidir. Sifat jihatidan bu ishlovchilarning malaka mahorati, bilim tajribasidir. Tadbirkor ishchi kuchiga bo'lgan talabni real ish haqi miqdori bilan belgilanadi. Agar real ish haqi hajmi oshsa, tadbirkor ishchi kuchiga bo'lgan talabni qisqartiradi yoki aksi.

Shuningdek, tadbirkor ishlab chiqarishni muvaffaqiyatli tashkil etishda o'z tadbirkorlik qobiliyatidan foydalanishi kerak. Tadbirkorlik faoliyati oddiy ishchi kuchidan farq qilib, ishlab chiqarishga bog'lanishdan iborat bo'lgan alohida vazifani bajaradi. U tabiatan ishbilarmonlik bo'lib, alohida bir ist'edod, yuksak bilim, maxsus tayyorgarlik va mas'uliyat mujassamligidir.

Tadbirkorlik qobiliyati moddiy omillar bilan birikmaydi balki shu omillar bilan ish kuchining samarali birikmasini, iqtisodiy faoliyatidan yaxshi natija olishini ta'minlaydi.

7- mavzu: BIZNESDA TADBIRKORLIKNING TASNIFIY QIRRALARI. TADBIRKOR LIDER SIFATIDA

1. Biznesda tadbirkorlikning tasnifiy qirralari

Tadbirkorlik ijtimoiy munosabatlarni namoyon qilishining aniq bir shakli bo'lib, u jamiyatning moddiy va ma'naviy imkoniyatlarini oshiradi, har bir insonning qobiliyati va talantini amaliy jihatdan ro'yobga chiqishi uchun zamin yaratadi. Tadbirkorlik muhitining uchta sohasini majmui sifatida tavsiflash mumkin. Bular: huquqiy soha—bu tadbirkorlikning kasbiy faoliyat ko'rsatish uchun jamiyat tomonidan o'rnatilgan "o'yin qoidalari"dir, ya'ni bu qoidalar va qonuniy hujjatlar bo'lib, ular iqtisodiy jarayonda asosiy subyektlarning tadbirkorlik faoliyatini tartibga solib turadi. Bu qonunlar asosida tadbirkor samarali faoliyat olib boradi. Ijtimoiy soha—o'z tartibiga ko'ra turlicha bo'lib, uni tashkil etuvchi usullari mavjud.

Bular:

–jamiyatda rivojlanishning yuqori maqsadlariga erishishning hukmron tamoyili;

– milliy an'analar va urf-odatlar;

– millatning savodlilik darajasi va mutaxassislarining kasbiy tayyorgarlik darajasi;

– tevarak atrofdagilarning, muhitining tadbirkorlik faoliyati va tadbirkorlik vakillariga munosabati;

– tadbirkorlik faoliyatini samarali amalga oshirish uchun zarur bo'lgan infratuzilmaning mavjudligi;

– davlat apparatining tadbirkorlik faoliyati va tadbirkorlikka bo'lgan munosabati.

–iqtisodiy soha—tayinlangan tadbirkorlik sohasidagi raqobatchilik muhitini hamda bahoni shakllantirish, shartlarini ifodalashdan tashkil topadi.

Bahoni shakllantirishi ishlab chiqarish omillari baholari darajasiga, ssuda foiziga, soliqqa tortish stavkalari darajalariga bog'liq.

Raqobatchilik sharoitining miqdor va sifat tomoni mavjud bo'lib, miqdor tomoni tadbirkorlikning bozordagi ulushi hajmi, uning bozordagi baho siyosati bilan tavsiflanadi.

chiqarishni yuqori darajada tashkil etishi uchun uning o'zi ham ma'lum bilimga, hunarga va uni boshqaruvga ega bo'lishi kerak.

Tadbirkor bu ishbilarmon shaxs bo'lishi uchun u har tomonlama kamolotga yetgan inson bo'lishi kerak. Buning uchun u nafaqat ishlab chiqarishni tashkil etish, balki iqtisodiyotning hamma qirralarini chuqur anglay oladigan, tahlil qilish qobiliyatiga ega bo'lishi, xodimlar faoliyatlarini tashkil etish samaradorligini ta'minlash uchun psixologiya, sotsiologiya va madaniyat sohalari bo'yicha ham ma'lum bilimlarga ega bo'lishi kerak.

Xulosa qilib oddiy so'z bilan tushuntirsak, tadbirkorni yo'qdan bor qiluvchi shaxs deb hisoblash mumkin.

3. Tadbirkorlik qarorini qabul qilish va mas'uliyatini o'ziga olish ko'nikmalari

Yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, tadbirkorlikning asosiy vazifalaridan biri bo'lib, biznes faoliyati bilan shug'ullanayotganda korxona faoliyati yo'nalishining belgilovchi asosiy qarorlarini qabul qilish murakkab vazifa hisoblanadi. Tadbirkor bu vazifani o'z zimmasiga olishi kerak.

Tadbirkorning yana bir vazifasi tavakkalchilik bilan o'z ish vaqti, mehnati, ishidagi obro'si, shuningdek, o'zining shaxsiy va sheriklari yoki aksionerlarining sarflangan mablag'larini garovga qo'yib ish olib borishidir. Tadbirkorga foyda olish kafolati berilmaydi. Tadbirkor aniq bir ishlab chiqarish faoliyatini yurgizish asosida ma'lum bir ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish uni samarali boshqarish orqali foyda olishga ega bo'ladi.

Tadbirkor barcha vazifalarni o'z zimmasiga olib, uni bajara oladi, deb hisoblash ham noto'g'ridir. Ishlab chiqarish jarayonida shunday hollar yuzaga keladiki, uni boshqa shaxslar yuqori darajada bajarishi mumkin. Masalan: xodimlar masalasiga, xarid qilish, ishlab chiqarish jarayonini ta'minlash masalasida tadbirkor birinchi o'rinda yaxshi tashabbuskor va tashkilotchi bo'lishi kerak.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorning asosiy maqsadi o'z qo'l ostidagi ishlab chiqarish vositalaridan, resurslaridan unumli foydalangan holda bozor talablariga to'g'ri javob beruvchi mahsulot ishlab chiqarish va foyda olishdir.

Tadbirkor tavakkalchilikni o'z zimmasiga olib ish yuritadi

Tavakkalchilikning bir qator turlari mavjud:

- sof, chayqovchilik tavakkalchilik;
- tabiat bilan bog'liq tavakkalchilik;
- ekologiya tavakkalchiligi;
- siyosat tavakkalchiligi;
- transport bilan bog'liq tavakkalchilik;
- tijorat bilan bog'liq tavakkalchilik.

Ishlab chiqarish bilan bog'liq tavakkalchilik — bu ishlab chiqarish jarayonining to'xtab qolishi, texnologiyaning buzilishi, sifatli xomashyo oqibatida yoki xodimlarning sifatli ishlashi oqibatida zarar yoki qo'shimcha xarajatlarda ifodalanadi.

Tavakkalchilik tizimli tavakkalchilik holatida ham bo'lib, u bozor konyukturasining yomonlashishi yoki tushib ketishi oqibatida ehtimol qilinadigan zarar. Bu tavakkalchilik investisiyani aniq, obyektga emas, balki muayyan bozor (valyuta bozori, ko'chmas mulk bozori va boshqalar) uchun barcha qo'yilgan mablag' bo'yicha tavakkalchilikni ifodalaydi.

Selektiv tavakkalchilik-u yoki bu bozorda investitsiya obyektini noto'g'ri tanlash oqibatida ko'riladigan tavakkalchilik zarari yoki boy berilgan naf hisoblanadi.

Bundan tashqari raqobatning kuchayishi natijasida ko'riladigan tavakkalchilik zarari, ko'zda tutilmagan xarajatlarning vujudga kelishi oqibatida, korxona mablag'ining talofati tufayli zararlardan tashkil topadi.

Aksariyat hollarda iqtisodiy baholashlar va boshqaruv ko'p variantli bo'lib, ehtimollik xarakteriga ega. Tavakkalchilikni boshqarish orqali xavf darajasini pasaytirish choralari ko'rib, ehtimol qilinayotgan zararni qoplash yo'llarining oldindan hisob-kitobini qilish lozim.

4. Tadbirkor lider sifatida

Har qanday tadbirkorlik faoliyati uning qanday mulk shakliga asoslanishidan qat'iy nazar, uning faoliyatini samarali bo'lishi firma yoki korxonaning rahbarining tadbirkorlikni tashkil etish mahohiyatiga bog'liq.

Firma yoki kichik korxona rahbari o'zining faoliyatida lider bo'lishi uchun ishlab chiqarish korxonasining tashkiliy tuzilishini

chuqur anglagan holda, hozirgi vaqtda yoki kelajakda ham moliyaviy, ishlab chiqarish vositalari, texnologiyalari hamda intellektual resurslarga bo'lgan talablarni ham bilib borishi zarur. Ammo korxonaning iqtisodiy holatini faqat bir shaxsga, rahbarga bog'lab qo'yish uning samaradorligini ta'minlay olmaydi. Rahbar korxona, firma lideri sifatida uning bo'limlari bo'yicha uni tashkil etish vazifalariga bog'liq bo'ladi.

Ko'p tashkilot va firmalarda boshqaruv zinapoya shaklida tuziladi, shuning uchun subordinatsiya masalalariga katta e'tibor berish talab qilinadi.

Agar siz ushbu zinapoyaning pastki pillapoyalaridan birida turgan bo'lsangiz boshliqning maslahatisiz biron ishga va'da bermasligingiz, doimo korxona obro'sini saqlashga harakat qilishingiz, kerak bo'lganda o'zingizning faoliyat doirangizga kirmaydigan ishlarni bajarishga intilmasligingiz kerak. Agar ushbu holat ro'y bergan bo'lsa, tezlik bilan sizdan yuqoriroq turgan bevosita boshlig'ingizga yetkazishingiz zarur. Sizga bo'ysunuvchi insonlar bilan muloqot qilganda emotsiyasiz, neytral mavqeda turish maqsadga muvofiqdir. Buning mohiyati shundan iboratki, siz hamma xodimlarga, ularga bo'lgan shaxsiy munosabatlaringizdan qat'iy nazar, bir xil do'stona munosabatda bo'lishingiz lozim bo'ladi. Ishdagi aloqalarni guruhi va oilaviy aloqalardan ajratib qo'yish ham muvaffaqiyat garovidir. Iltimoslar va ularga munosabat ham boqaruv jarayonida noaniq ko'rinishdagi tor ko'chaga kiritib qo'yishi mumkin. Chunki, ko'pchilik iltimoslar kelishilgan tartibning buzilishiga olib keladi.

Hayotdan xohlayotgan orzularingizga tadbirkorlik orqali erishish uchun tajribali yo'l boshlovchiga ega bo'lish maqsadga muvofiq bo'ladi va uning yordamida foydali maslahatlari asosida ma'lum yo'nalish lideri (rahbari) bo'lish muvaffaqiyat garovidir. Marketing jarayonini amalga oshirishda ham tadbirkorlikda yo'l boshlovchi (lider) ta'siri tufayli ko'p narsalar amalga oshadi. Kimdir oldinda borishni va unda mustahkam o'rinish olishning uddasidan chiqsa, boshqalarga yo'l ko'rsatsa, qandaydir o'zgarishlar boshlanadi va rivojlanishga sabab bo'ladi. Yo'l boshlovchi (lidyer) bo'lish uchun tadbirkor quyidagilarni o'zida rivojlantirishi kerak:

- maqsadni aniqlab olish. Agar sizda aniq va ravshan maqsad bo'lsa, ulardan bilmaganingizni o'rganing. O'zingiz ishonadigan va ko'mak berish mumkin bo'lgan yo'l boshlovchilardan ko'mak guruhini tashkil qiling. Bir-biringizga yordam bering;

- yo'l boshlovchilikka (liderlikka) intilishi;
 - o'z qalbingizni, imkoniyatlaringizni va mablag'laringizni doimiy o'qish va o'rganishga yo'naltiring, biror bir yangi narsani o'rganishingiz bilan, uni boshqalar bilan o'rtoqlashing.

Lider sifatida ko'p vaqtingizni muomala madaniyatiga va insonlar bilan ishlashga bag'ishlasangiz, tadbirkorlikda yo'l boshlovchi liderga aylanishingiz mumkin.

8-mavzu: TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA AXBOROTLAR TIZIMIDAN FOYDALANISH

1. Tadbirkorlikda axborotlarning ahamiyati va turlari

Kichik biznes va tadbirkorlik doirasida bajariladigan turli xildagi ishlarga axborotlar yetarli darajada shakllangan holda javob berishi mumkin. Kichik biznes va tadbirkorlik aniq axborotlarsiz amalga oshirilishi mumkin emas, bu axborotlarga tadbirkorlik faoliyati uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar, xabarlar kiradi. **Axborot** — bu ishlab chiqaruvchilar, tovarlarni sotuvchilar va xaridorlar orasidagi aloqadir. Bunday axborotlarga: statistik, operativ, tashkiliy, farmoyishiy, buxgalterlik, moliyaviy, marketing, ma'lumot, xodimlar ma'lumoti kiradi.

Axborotlar ichki, tashqi, dasturiy va me'yoriyga bo'linadi.

Ichki axborotlar korxonaning ichki faoliyatlarini yoritib bersa, tashqi axborotlar korxonalarning tashqi iqtisodiy aloqalarini ifoda etadi. Dasturiy axborotlar ma'lum yo'nalish bo'yicha belgilangan ishlab chiqarish holatini, hajmini ifoda etsa, me'yoriy axborot har bir ishni bajarish uchun belgilangan me'yoriy xarajatlarni ifoda etadi.

Ichki axborotlar kichik korxona yoki savdo tashkiloti ichida bo'lib, unda korxona faoliyatini, uning texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlarini, moddiy va mehnat xarajatlari hajmini, naqd pul harakatini, debitorlik va kreditorlik qarzlarini aks etadi.

Tashqi axborotlar mahsulot ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar bilan, hokimiyat idoralari, banklar, raqiblar bilan aloqalarni ifodalaydi.

Foydalanish vaqti bo'yicha axborotlar: operativ, davriy va uzoq muddatli, o'zgarish darajasi bo'yicha birlamchi va ikkilamchi bo'ladi.

Tovar ishlab chiqarish, moddiy boyliklarini taqsimlash, ayirboshlash va is'temol qilish jarayonida yuzaga keladigan munosabatlarni iqtisodiy axborotlar aks ettiradi.

Ishlab chiqarishning ilmiy-texnik taraqqiyot asosida rivojlanishi ilmiy texnika axborotlarida aks ettiriladi.

Doimiylik darajasidan axborotlar doimiy, shartli doimiy, o'zgaruvchan bo'ladi. Doimiy axborotlar uzoq vaqt davomida o'zgarmaydi. Shartli doimiy axborotlar ma'lum vaqt davomida o'z ma'nosini saqlab qoladi. Bularga mahsulot tayyorlash uchun texnik shartlar, me'yorlar va normativlar, tarif miqdorlari, lavozim ish haqlari kiradi.

O'zgaruvchan axborotlar xarid qilish, sotish, o'sishni aks ettirib, qaror qabul qilish uchun doimo tez qayta ishlashni talab qiladi.

Axborotlar hujjatlarda aks etadi. Hujjat bu axborot tarqatuvchidir.

Axborot oqimlari muvaffaqqiyatli biznes uchun kerakli aloqalarni ta'minlaydi. Bu aloqalar tovar ishlab chiqaruvchilar va ularning iste'molchilari, mahsulotlarni sotuvchilar va xaridorlar, turli muassasalar o'rtasida bo'ladi.

Aloqa qilish jarayoni — bu ikki yoki undan ortiq kishilar o'rtasidagi axborot ayirboshlash jarayonidir. Axborot almashish jarayonida 4 ta zaminiiy element ishtirok etadi. Jo'natuvchi, habar, kanal axboroti uzatuvchi vosita va oluvchi. Axborot almashuvi vaqtida 2 tomon muhim rol o'ynaydi. Agar sotuvchi tovar narxini aytsa, bu axborot almashuvi boshlanishi hisoblanadi. Axborot almashuvi samarali bo'lishi uchun, xaridor tovarni shu narsa xarid qilishga rozi ekanligini sotuvchiga xabar qilishi kerak.

Agar bir tomon axborot taqdim etsa, ikkinchi tomon uni buzmasdan qabul qilsa axborot almashuvi sodir bo'ladi.

Biznesning aloqa qilish texnikasining turli xillaridan biri kompyuterlashtirishdir. Kompyuterlashtirishning ahamiyati bozor iqtisodiyotiga o'tish, ishbilarmonlarning jahon bozoriga chiqish munosabati bilan tobora o'sib bormoqda. Biznesning jahon

amaliyotida kompyuterlashtirish kundalik va muhim texnika bo'lib hisoblanadi. Kompyuter yordamida biznes reja tuziladi, mehnatga haq to'lash amalga oshiriladi. Bozor tadqiqot qilinadi, chakana va ulgurji savdo o'rganiladi. Demak, axborotsiz kerakli ma'lumotlarsiz hech kim ishlamaydi, qabul qilinayotgan qarorlarning amaliyligi, kichik va xususiy tadbirkorlikning samaradorligi axborotlar sifati, uni yig'ish uzatish va qayta ishlashga bog'liq.

2. Axborotlar tizimi

Axborotlar yig'indisi biznesda axborot tizimini tashkil qiladi. Axborot tizimi o'z ichiga axborotlar, hujjatlar, biznes tadqiqotlar tizimi, aloqa kanallari va texnik vositalarni oluvchi, murakkab axborot tuzilmasini oladi. Tadbirkorlar ish kunlarini kichik korxonalar, savdo korxonalari ishi haqidagi ma'lumotlar, mahsulotlarga buyurtmalar va uni ortib jo'natish haqidagi hisobotlar bilan tanishish, haqiqiy va rejayiy ko'rsatkichlarning o'zaro munosabatlarini foizlarda, ishlab chiqarish xarajatlarida o'rganishidan boshlaydi.

Mahsulotlarni joriy va o'tgan vaqtda sotish, tovar-moddiy zaxiralar, mehnatni tashkil qilish, haq to'lash, transportda tashish, aholiga boshqa xizmatlar ko'rsatish kabi axborotlarni tezkor oladi. Bunda ularga hisoblash texnikasi, axborotlarni qayta ishlash jarayonini kompyuterlashtirish yordam beradi.

Bu axborot tadbirkorga qarorlarini qabul qilish imkonini beradi.

Samarali ishlayotgan korxonada yig'ilgan axborotlar sifatini oshirish va miqdorini ko'paytirishga yetarli darajada kuch sarflaydilar. Firma ulgurji va chakana sotuvchilar va boshqa ittifoqchilarni unga muhim xabarlarni uzatishga rag'batlantiradi.

Ishbilarmonlarga raqiblar haqida ma'lumotlarni tanlab olish imkoni ham yuzaga keladi. Raqiblar reklamalarni ularga bo'lgan reklama xarajatlarini va ular foydalanayotgan reklama vositalari to'plamini olish uchun gazetadan kesib olingan parchalar byurosining pullik xizmatlariga murojaat qiladilar.

Kichik va xususiy korxonalar o'z bozorlari hududini kengaytirib borishi uchun axborotlar qidirib, topishining yangi yo'llarini izlab topishga majburdir.

Ba'zi bir korxonalarda joriy axborotlarni yig'ish va tarqatish bo'yicha maxsus bo'limlar va laboratoriyalar mavjud. Bo'lim xodimlari kerakli ma'lumotlarni qidirib topish bo'yicha muhim nashrlar, ro'znomalarni ko'zdan kechirib ishbilarmonlarga maxsus tayyorlangan axborot varaqalari jo'natadi.

Bu esa tadbirkorga kelayotgan axborotlar sifatini oshiradi.

Ishbilarmonlarda o'z kuchlari bilan biznes tadqiqotlar o'tkazishga vaqt va ko'nikma yetarli emas, shuning uchun ular bunday tadqiqotlarni buyurishga majbur.

3. Biznes tadqiqotlar tizimi tarkibi

Biznes tadqiqotlar tizimi o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- bozorni tadqiqot qilish;
- reklama vositasini, reklama e'lonlari samaradorligini;
- xodimlarning ishga bo'lgan munosabatlarini ;
- raqiblar tovarlarini;
- narx-navo siyosatini;
- tovar assortimentlarini;
- xalqaro bozorlarni o'rganish;
- rahbarni axborotlar bilan ta'minlashni tadqiqot qildish;
- xodimlar bilan ishlash siyosati va xodimlarning faoliyatini baholashni;
- sotsiologik tadqiqotlar o'tkazishni oladi.

Biznes tadqiqotlar quyidagicha o'tkaziladi:

Tadqiqotchilar muammoni aniq belgilashlari kerak. Axborot yig'ish ancha qimmatga tushadi va ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lmagan xarajatlarga olib keladi. Aniq qo'yilgan maqsad muammoni hal qilishning yarmidir. Ikkinchi bosqichda buyurtmachini qiziqtirayotgan axborot turi va uni samarali yig'ish yo'llari aniqlanadi. Ikkilamchi axborot oldindan boshqa maqsadlar uchun yig'ilgan axborot bo'lib, uning manbalari quyidagilar:

- korxonalar hisobotlari;
 - bo'lg'usi tadqiqotlar haqidagi hisobotlar;
 - davlat muassasalari nashrlari;
 - balans hisobotlari;
 - statistik ma'lumotlar;
 - birjalar ma'lumotlari;
-

- ro'znomalar, jurnallar, radio, televideniye va hokazo.

Ikkilamchi axborot arzon tushishi va olish osonligi bilan farqlanadi. Lekin ma'lumotlar eskirgan va noaniq bo'lishi mumkin.

Bu holda tadqiqotchilar ko'proq mablag' va vaqt sarflab birlamchi axborot yig'ishga kirishadilar. Birlamchi axborot — bu aniq axborot bo'lib, uni yig'ishning 3 ta uslubi bor:

1) kuzatish; 2) tajriba; 3) so'rov.

Kuzatish-odamlar va vaziyat ustidan bevosita kuzatish olib borilib, u orqali foydali g'oyalar, raqiblar tajribasini o'rganishga olib keladi.

Tajriba tadqiqotlari taqqoslanayotgan subyektlar guruhini tanlash, turli holatlarni yaratish, taqqoslanayotganlar ustidan nazoratni va farqlar darajasini talab qiladi.

So'rov-tasviriy tadqiqot o'tkazish hisoblanadi. So'rov-tasviriy tadqiqot ma'lumotlari asosida ishlab chiqarish rejalari tuziladi.

4. Tadbirkorlikda axborot bilan ta'minlashning kompyuter tizimi

Axborotlar bilan ta'minlanishning vazifasi barcha martabadagi ishbilarmonlarni sifatli axborotlar tizimi bilan o'z vaqtida ta'minlashdir.

Ishbilarmonlar samarali ishlashi uchun yetarli miqdordagi barcha kerakli axborotlar bilan taminlanishi kerak.

Har bir kichik korxonada hujjatlarni o'rganish jarayonida doimiy, o'zgaruvchan va hosila axborotlarni, ular davriyligini, qaror qabul qilishi uchun ishlatilishini aniqlash kerak. Hujjatlarni texnik, rejaviy, moliyaviy, me'yoriy, dasturiy guruhlarga ajratish mumkin.

Axborot oqimlarini tashkil etishni o'z ichiga oladi:

-axborotlar mablag'lari va iste'molchilarni aniqlash;

-hujjatlar aylanuvini ishlab chiqish;

-axborotlarni yig'ish, uzatish, qayta ishlash va saqlash uchun texnik vositalarni aniqlash, hujjatlarni tuzish;

-rasmiylashtirish ro'yxatdan o'tkazish, muvofiqlashtirish va tasdiqlar tartiblarini belgilashni oladi.

Kichik va xususiy biznesni axborot bilan ta'minlashni tashkil qilishda mavjud hisoblash texnikasida, axborotlarni yig'ish, qayta

ishlashning avtomatlashtirilishi va mexanizatsiyalashtirilishi darajasidan kelib chiqishi kerak.

Texnik vosita qanchalik mukammal bo'lsa, biznes, ishbilarmon mehnatini tashkil qilish shunchalik samaralidir.

Tashkil qilish texnik vositasiga axborotlarni olish va qayta ishlash, nusxa ko'chirish va ularni ko'paytirish uchun uskunalar, moslamalar, mashinalar, aloqa vositalari kiradi. Ishbilarmonlar o'z ishlarida oddiy qurol-moslamalar: qalamlar, ruchkalar, schyotlar, idora daftarlari, jadvallar, grafiklar kabilardan foydalanadi. Kichik va xususiy biznesni axborot bilan ta'minlashni tashkil qilish hujjatlarni saqlash vositalari tokchalar, javonlar, kartotekalar, magnit tasmalari, magnit va lazer disklari mavjudligini ko'zda tutadi. Aloqa vositalari: telefon, telekslar, ATS, direktorlik va dispetcherlik kamutatorlari, radioaloqa, chaqirish va avariya signal berish qurilmalari muhimdir.

Biznesda ma'lumotlarni qayta ishlash uchun turli hisoblash mashinalari ishlatiladi. Bular:

- hisoblash — klavishli mashinalar;
- hisoblash — perfokartali mashinalar;
- elektron — hisoblash mashinalari hisoblash — klavishli mashinalar eng sodda arifmetik amallarni mexanizatsiyalashtirishga imkon beradi.

Elektron — hisoblash mashinalari murakkab mantiqiy operatsiyalarni: taqsimlash, keyingi amalni tanlash, ishlab chiqarilgan dasturlar bo'yiga murakkab hisoblarni o'tkazishni bajarish qobiliyatiga ega.

Unumli mehnat uchun quyidagilar zarur:

- ishchi o'rinlarini tashkil qilish va ularga xizmat ko'rsatish;
- mehnatni aniq taqsimlash va birlashtirish;
- mehnat jarayonlarini mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirish, xodimlar mehnati va turmushining qulay sanitariya-gigiyena sharoitlarini yaratish.

Tadbirkorni moddiy va mehnat zaxiralari, ishlab chiqarish texnologiyasi, mahsulotlar tannarxi kichik korxona ichida yuklarni tashish xodimlar mehnatiga haq to'lashni tashkil qilish, ularning malakalarini oshirish haqidagi axborotlarga ehtiyoji bo'ladi.

Tadbirkorlarga:

- ijtimoiy — psixologik axborotlar - tabiat muhitning ekologik holati;

-mahsulot iste'molchilarining yashashi va maishiy sharoitlari haqidagi axborotlar kerak.

Keskin raqobat sharoitida faqat ilmiy texnik taraqqiyotning oldida boruvchi, iste'molchilar talabini hisobga oluvchilar yutib chiqadi. Ilmiy-texnik taraqqiyot o'zagidan borish uchun tadbirkorga ilmiy axborotlar, fan va texnika yutuqlari haqidagi bilimlari kerak.

9-mavzu: G'OYALAR INTEGRATSIYASI VA AXBOROTLARNING TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDAGI O'RNI

1. Tadbirkorlik g'oyasi va uning mazmuni

Tadbirkorlik faoliyati ma'lum bir g'oyaga asoslanishi kerak, aks holda u puch yong'oqdek bo'lib qoladi.

Tadbirkorlik g'oyasi — bu o'zida innovatsion (bunyodkorlik) jihatlarni ifoda etuvchi g'oyadir.

Tadbirkorlik g'oyadan boshlanadi. Bu degani avval tadbirkor nima qilish kerakligi, qanday biznes bilan shug'ullanish zarurligini o'ylab ma'lum g'oyani ishlab chiqadi. Tadbirkor g'oyasi doimiy ravishda takomillashib boradi.

Foydaning doimo shakllanib borishi uchun tadbirkorda quyidagi qobiliyatlar bo'lishi zarur:

- tadbirkorlik qobiliyati;
 - ma'lum mahsulot turlarini ishlab chiqarishga yoki xizmat ko'rsatishga yetarli darajada zaruriy bilimga ega bo'lishi;
 - savdo va moliya muhtida vositachilikni tashkil qila olishi;
 - innovatsion (bunyodkorlik) faoliyat haqida tushuncha bo'lishi
- kerak** Tadbirkorlikning butun fikri-zikri uning g'oyasi **iste'molchilarning** ehtiyojini bilish va uni qondira olish bilan **bog'liq** bo'lmog'i lozim.

Biznes bilan shug'ullanadigan tadbirkorlik faoliyati yangi g'oyalar bilan doimo band bo'lishi kerak.

Bunga misol qilib Morgon, Ford, Rokfell kabi AQShning mashhur kishilarini keltirish mumkin. Ular o'zlarining **armoyasi**, uquvi bo'lgani, omadi yurgani uchungina emas, balki doimo yangidan-yangi tadbirkorlik g'oyalari bilan band bo'lgani,

fan-texnika taraqqiyotining yutuqlaridan foydalanib borgani tufayli ham shu darajaga yetganlar.

Tadbirkorlik g'oyasini obdon o'ylab, puxta biznes rejasini tuzib olmagan tadbirkor faoliyati daromad olish bilan emas, balki zarar ko'rish bilan tavsiflanadi. Shuning uchun tadbirkorlik g'oyasi ishlab chiqilar ekan, «etti o'lchab, bir kes» degan maqolaga amal qilish kerak. Tadbirkorlik g'oyasi tadbirkorlikning qay darajada qobiliyatga ega ekanligidan dalolat beradi.

2. Tadbirkorlik g'oyasi manbalari, ijodkorlik, aqliy hujum, uning tavsifi va mazmuni

Tadbirkorning asosiy vazifasi, avvalo o'z g'oyalarini ma'lum bir muhit tatbiq qilish uchun kerakli bo'lgan birlamchi kapitalni barpo qilishdan iborat.

Tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq. Buning uchun tadbirkor o'z g'oyalarini amalga oshirish uchun ishlab chiqarishni tashkil etadi.

Tadbirkorlik, ishbilarmonlik g'oyalariga va maqsadlariga to'g'ri keladigan va jalb qilingan kapitalning hajmidan kelib chiqqan holda yangi ishlab chiqarish tarkibini shakllantiradi. Agar tadbirkor o'z g'oyasining tashabbuskori va investori sifatida ishtirok etayotgan bo'lsa, faoliyatning tashkiliy-huquqiy shaklini, korxona uchun qo'shilayotgan o'z hissasini oldindan belgilab olishi kerak. Shunday qilib tadbirkorning o'z ishini tashkil qilish tamoyili jamiyat uchun yangi ishlab chiqarish tarkibini shakllantirish va unda o'zining qay darajada ishtirok etishini belgilab olishdan iboratdir.

O'z ishini to'g'ri tashkil qilish tadbirkorlikning asosiy omillaridan hisoblanadi. Shuning uchun ham tadbirkor uni tashkil qiluvchi qismlarini har tomonlama e'tiborga olishi kerak. Tadbirkor faoliyatining bu jihatlarini o'rganishda uning faoliyati ketma-ketligini kuzatishi alohida ahamiyatga ega. Bunda tadbirkorning asosiy harakatlari ketma-ketligi quyidagicha bo'lishi mumkin.

- *birinchidan*, biznes g'oyasini ishlab chiqish;
- *ikkinchidan*, ishbilarmonlik muhitini chuqur o'rganib chiqish;
- *uchinchidan*, tadbirkorning iqtisodiy manfaati bilan biznes g'oyasining o'zaro to'g'ri kelishi, tadbirkorlik g'oyasi bilan tadbirkorlik muhitining o'zaro muvofiqligi;

- *to'rtinchidan*, g'oyani amalga oshirish uchun kerakli bo'lgan kapital hajmini belgilab olish;

- *beshinchidan*, biznes g'oyani amalga oshirish uchun kerak bo'lgan korxona yoki tashkilotni tarkib toptirish.

Har bir tadbirkorlik faoliyatining asosini ma'lum bir g'oya tashkil qiladi. Bu g'oyalar quyidagilar bilan ajralib turadi: kimdir tovarni yangicha jildlash g'oyasini beradi; bozorda mavjud bo'lgan tovarga yangilik kiritadi va shu bilan unga bo'lgan talabni oshirishga harakat qiladi.

Ishbilarmonlik g'oyasi ko'pincha o'zining kasbiy faoliyatida mustaqillikka erishish va qo'shimcha foyda olish ishtiyoqida bo'lgan kishilarda paydo bo'ladi. Buning uchun ular iqtisodiy jarayonlarni har tomonlama tahlil qilib, undan mavjud bo'lgan yetishmovchilikni aniqlab, unga o'z faoliyatini yo'naltirishga intiladi.

3. Tadbirkorlik g'oyasi tajribalari

Agar tadbirkorda o'z biznesini tashkil qilish yuzasidan biron bir g'oya mavjud bo'lsa, u holda u ishbilarmonlik muhitini o'z g'oyasi va iqtisodiy manfaati bilan bog'liq holda tahlil qilishi kerak.

Tadbirkor ma'lum bir muhitda aniq g'oyani amalga oshirish shaklini belgilab olishi kerak. Bunday shakllarning turi juda xilmaxil. Tadbirkorlik vazifalarini yakka holda va guruh bo'lib amalga oshirish mumkin. Qanday shakllarni tanlash g'oyaga hamda tadbirkorlik muhitiga bog'liq. Masalan, savdo korxonasining tashkil topish g'oyasi yakka holda, g'isht zavodini barpo qilishni esa, ma'lum bir guruh shaklida amalga oshirish mumkin.

Tadbirkorlik muhitini va g'oyasini har tomonlama tahlil qilish shu g'oyani amalga oshirish uchun kerak bo'lgan kapital miqdorini belgilab olishga yordam beradi. Bunda tadbirkor bankdan yoki biznes fondidan kredit olish uchun biznes-reja yoki texnik-iqtisodiy asosni(TIA) ishlab chiqishiga to'g'ri keladi.

Biznes-rejada tadbirkor ishbilarmonlik g'oyasiga tayangan holda tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish uchun kerak bo'lgan shart-sharoitlarni amalga oshirishda barcha xarajatlar qiymatni tashkil etishni aks ettiradi. Ushbu holda kapital hajmini belgilash, tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish uchun jalb qilinishi lozim bo'lgan moliyaviy resurslarni aniqlashi kerak bo'ladi.

Tadbirkorlik g'oyasini ma'lum bir muhitda amalga oshirish mumkinligini aniqlab olinishi, ishni tashkil etish bo'yicha kerak bo'lgan zaruriy moliyaviy mablag'larni olish manbaini tanlangandan keyin tadbirkor o'z faoliyatini uch yo'nalishga qaratishi kerak:

Birinchi yo'nalish — ishlab chiqarish jarayonlari va tadbirkorlik tarkiblarni boshqarish, bunda menejment tamoyillarining turi sifati mustaqil rivojlanadi. Tadbirkor zamonaviy menejer bo'lib, ishlab chiqarishni bozor talablariga moslashtira olishi kerak.

Ikkinchi yo'nalish — bozorni har tomonlama o'rganish. Bozorda bo'layotgan jarayonlarni tahlil qilmasdan turib tadbirkorlik faoliyatini samarali olib borish va ma'lum darajada foyda olish mumkin emas.

Uchinchi yo'nalish — sheriklar bilan bo'ladigan aloqalarni yaxshi yo'lga qo'yish hisoblanadi. Bunda tadbirkorlikni yanada rivojlantirish yo'lida sheriklik o'rtasidagi nafaqat ishlab chiqarish, balki iqtisodiy munosabotlarni ham yangi bosqichga ko'tarishgina belgilangan maqsadga erishishining garovi bo'lishi mumkin.

4. Axborotlarning tadbirkorlikni rivojlantirishdagi o'rni

Tadbirkorlik va kichik biznes doirasida bajarilayotgan ishlarning turli xillariga javob beruvchi axborotlar bozor sharoitida shakllanishi katta ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatga ega.

Axborot — bu ishlab chiqaruvchilar, tovarni sotuvchilar va xaridorlar o'rtasidagi aloqa shaklidir. Axborotlar ichki, tashqi, dasturiy va me'yoriy turlarga bo'linadi. Ichki axborot kichik korxona yoki savdo tashkiloti ichida aylanadi. U korxona faoliyatini uning texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlari, moddiy va mehnat xarajatlari hajmini, naqd pul harakatini, debitorlik va kreditorlik qarzlari haqidagi ma'lumotlar kabilar aks etadi.

Tashqi axborotlar mahsulot ishlab chiqaruvchilarning iste'molchilar, hokimiyat idoralari, banklar, raqiblar va boshqa tashkilotlar bilan aloqalarni ta'riflaydi. Bunda tovarlarni sotish va xarid qilish shartlari haqida tashqi muhit xabarlar mavjud bo'ladi.

Biznesda iqtisodiy axborotlar muhim va yetakchi ahamiyatga ega. Chunki, ular tovar ishlab chiqarish, moddiy boyliklarni

taqsimlash ayirboshlash, iste'mol qilish jarayonida insonlar o'rtasidagi munosabatlarni aks ettiradi.

Bundan tashqari tadbirkorlikni rivojlantirishda ilmiy-texnika axborotlarining roli ham muhim bo'lib, ular ishlab chiqarishning ilmiy-texnika taraqqiyoti asosida rivojlanishini ko'rsatadi.

10-mavzu: TADBIRKORLIK FAOLIYATINI, IMKONIYATLARINI VA UNING FOYDASINI ANIQLASH

1. Tadbirkorlik imkoniyatlari va uning mazmuni

Tadbirkorni o'z faoliyatidan qanday moddiy foyda olish qiziqtiradi, lekin o'z ishini rivojlantirish uchun yetarli mablag' to'plash va daromad olishni ta'minlashi mumkin, qachonki, ishlab chiqarilayotgan mahsulot iste'molchini ma'naviy va iqtisodiy tomondan qiziqtira olsa.

Kichik tadbirkorlikning ijobiy tomonlari, ular kapitalining kichikligi, tez aylanuvchanligi ishlab chiqarish vositalarini tezda almashtirish imkoniyatlari bo'lib hisoblanadi. Uning har qancha afzallikka ega bo'lishi imkoniyati quyidagilardan iborat:

- izlanish, yangi mahsulotlarni maromiga yetkazish va o'zlashtirish, ular talabining tez o'zgarib turishi xatarini hisobga olgan holda kichik uyushmalarda ishlab chiqarishi;

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

- ishlab chiqarishni moslashuvchan tarzda tashkil etishi va mahsulot sotishni bozor talablariga hamda bozor vaziyatlari o'zgarishlariga muvofiq olib borishi;

- ortiqcha ish kuchini o'ziga singdirishi;

- boshqarishning oddiyligi, katta ma'muriy apparatlarning yo'qligi, qurilish va loyiha quvvatlarini o'zlashtirishda qisqa muddatda kapital sarflarining tez o'zini oqlashi, kapital aylanmasining tezligi;

- xomashyo va mehnat resurslari, ishlab chiqarish chiqindilaridan to'liqroq va samaraliroq foydalanishdan tashkil topadi.

Tadbirkorlikda yangi axborot texnologiyalarini, yangi g'oyalar va ishlab chiqarishni modyernizatsiyalash bilan ishlashini

ta'minlash imkoniyatlari yetarli darajada mavjud. Sababi kichik biznes subyektlari foyda olishni ta'minlashlari uchun ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarini sifatli va raqobatbardosh bo'lishini ta'minlashlari kerak. Bu esa ishlab chiqarish jarayoniga yangi texnika va texnologiyalarni qo'llash asosida amalga oshirish mumkin. Ular buni ongli anglagan holda ishlab chiqarishga qo'llashga e'tibor beradilar. O'zbekistonda kichik korxonalar tizimini vujudga keltirish quyidagi imkoniyatlarni yaratadi:

- yangi mulkchilik shakllarining paydo bo'lishi natijasida yangi xo'jalik munosabatlarining joriy etilishi erkin mehnat resurslari bozorining shakllanishi, ishlab chiqarishda bo'shatiladigan shaxslarni ishlab chiqarishga ko'proq jalb etishga shart-sharoitlarning yaratilishi;

- ishga yaroqli aholining bozor talablari asosida kasbiy mahoratlarini oshirish;

- aholini xalq iste'moli mollariga bo'lgan ehtiyojlarini to'laroq qondirish uchun ishlab chiqarishni aholi yashaydigan joylarga yaqinlashtirish;

- milliy va badiiy hunarmandchilikni tiklash, kichik va o'rta shaharlarni, qishloq aholi punktlarini rivojlantirishga yordam ko'rsatish, har bir mintaqa uchun g'oyat muhim bo'lgan xalq xo'jaligi samaradorligini oshirish.

O'zbekistonda kichik korxonalarni moliyaviy qo'llab-quvvatlash tizimining takomillashtirilishi kichik xususiy biznesga xizmat ko'rsatadigan banklar, fondlar, investitsiyalar va sug'urta tashkilotlari o'zlarining faoliyatlari bilan ular faoliyatlarini rag'batlantirib, rivojlanishlari uchun zarur bo'lgan shart-sharoitlarni yaratmoqdalar.

2. Kichik biznesning o'ziga xos xususiyatlari va imkoniyatlari.

Kichik biznes korxonalari yirik firmalardan farq qiladilar va bozor iqtisodiyoti sharoitida o'z xususiyatlarini amalga oshirish uchun katta imkoniyatlarga egadirlar. Ular boshqaruv va qarorlar qabul qilishda mustaqillikka, texnologik ajralganlik, epchillik o'zlarining faoliyatini yirik korxonalar qilolmagan ishni eng katta foyda olish bilan bajaradigan qilib tashkil qilishga yordam beradi.

Kichik korxonalar ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarining turlarini o'zgartirib, iste'molchilarning o'zgaruvchan talablariga ko'ra tovarlar ishlab chiqarish bilan bozor holatining o'zgarishiga tez javob qaytarish qobiliyatiga ega. Ular odamlarning mavsumiy ehtiyojlari: qishki va yozgi dam olish, muzqaymoq, yaxna ichimliklar ishlab chiqarish kabilarni to'laroq va sifatli qondirish imkoniyatiga ega.

Iste'molchilar bilan bevosita o'zaro aloqa kichik firmalarning asosiy xususiyatlaridan biri hisoblanib, bu holatni yirik ishlab chiqarishda kuzatilmaydi. Masalan, kichik nonvoyxona non mahsulotlarini tayyorlaydi va shu yerni o'zida uni xaridorlarga sotadi, xaridorlardan buyurtmalar oladi. Shu bilan birga shu yerning o'zida xaridorlarning fikr-mulohazalari va maslahatlarini bilishi mumkin.

Kichik korxonalar tovarlar va xizmatlar bozorining belgilangan segmentida ixtisoslashadi.

Ixtisoslashish-mehnat unumdorligini oshirish, moddiy xarajatlarni pasaytirish, mahsulot sifatini oshirishning muhim omilidir.

Kichik biznesda kichik boshlang'ich sarmoyalar bilan shaxsiy ishni boshlash hamda qisqa muddatda ishlab chiqarishni tashkil etish imkoniyatini beradi.

Kichik firma rahbari boshqa har qanday firmalarga nisbatan xo'jayinlik tuyg'usini yuqori darajada anglaydi zero, u yuqori idoralarning buyruqlaridan to'la ozod, bu holda bir shaxsda mulk egasi, menejer, moliyachi, biznesmen birlashadi.

Moddiy va ma'naviy muvaffaqiyatni olish maqsadida unumdor darajada mehnat qilish uchun unda intilish bo'ladi. Tadbirkor tashabbuskorona matonat bilan ijodiy ishlaydi.

Chunki, o'zining mehnatidan, umuman, ishlab chiqarishni yuqori darajada tashkil etishdan oladigan foydasini o'sib borishi uning manfaatdorlik darajasi o'sib borishini ta'minlandi.

Kichik korxonalar mahalliy sharoitlarga, urf-odatlarga, an'analarga tez moslashish qobiliyatiga ega. Bu sifatlar kichik biznesga mahalliy aholi uchun an'anaviy tovar ishlab chiqarish, xizmatlar ko'rsatish sohasidagi faoliyatini rivojlantirish imkonini beradi. Shuning uchun ham kichik korxonalar kosibchilik, hunarmandchilik buyumlari, badiiy dekorativ ashyolar, uy va

qishloq xo'jalik asboblari, qurilish detallari, bolalar o'yinchoqlari, milliy xarakterdagi oziq-ovqat tovarlari ishlab chiqarish sohaslarida keng tarqalgan.

Yirik ishlab chiqarishga nisbatan kichik korxonalar o'zlarini saqlab turish, xizmat ko'rsatish va boshqarishda kam xarajat talab qiladi. Ular uchun xarajatlarning tez qoplanishi, mablag'larning tez aylanishi xarakterlidir. Yuqoridagilarning barchasi tejamkorlik bilan xo'jalik yuritishga, foydalilikka erishishga texnik rivojlantirish uchun mablag'lar jamlashga imkon beradi.

Bu esa kichik korxonalarning mehnatni tashkil qilishda mehnat taqsimotining alohida tamoyillarini yo'lga qo'yish, xodimlarning ish sohasida bir-birlarini o'zaro almashtira olishi ular o'rtasidagi ishonchli munosabatlar kabi xususiyatlarni yuzaga keltiradi. Ishlab chiqarishning kichik ko'lamda bo'lishi jamoada ruxiy sharoitni yaxshilash, xodimlar qo'nimsizligini kamaytirish, rahbarlar va bo'ysunuvchi xodimlar o'rtasidagi munosabatlarni demokratik asoslarda qurish, tashabbuskorlik, ijodkorlik muhitlarini yaratish imkoniyatlarini beradi.

Kichik korxonalarning xo'jalik faoliyatida barqaror va foyda bilan ishlashga erishish imkonini beradi.

3. Tadbirkorning shaxsiy maqsadi va nou-xau

Tadbirkor — bu dadil, muhim va murakkab maqsadlarni ro'yobga chiqarishga jazm etib, yangi g'oyalarni amalga oshirish bilan bog'liq butun mas'uliyatni o'z zimmasiga olib, tavakkal ish yurituvchi shaxsdir.

Tadbirkorning shaxsiy maqsadi o'z g'oyalarini amalga oshirish orqali o'z ishlab chiqarishini boshqarish bilan bir vaqtda ishlab chiqarish hajmining ko'payib borishini, ish hajmining o'sishini, kapitalining ko'payishiga harakat qilishdir.

Korxona faoliyatini muvaffaqiyatli olib borishi uchun biznesmen va tadbirkor quyidagi sifatlarga ega bo'lishi kerak:

- o'z sohasining bilimdoni bo'lishi;
- iqtisodiyot asoslarini bilishi;
- huquqiy tarbiyachi bo'lishi;
- psixolog bo'lishi;
- kompyuter texnikasini bilishi;

-chet tilini bilishi va hokazolarga ega bo'lish lozim.

Tadbirkorning maqsadi yangi fikr va g'oyalarni izlash, tahlil qilish, o'zining tashabbuskorlik, yaratuvchilik qobiliyatlarini yuzaga chiqarish, o'z ishining rivojlanishida muvaffaqiyatga erishishidir.

Tadbirkor bozor munosabatlariga moslashish maqsadida o'zining ishlab chiqarish jarayonida yangilik sifatida tan olingan innovatsiyalardan foydalanishga bo'lgan intilish darajasi, yirik korxona va korporatsiyalardagiga nisbatan yuqori bo'ladi. «Nou-xau» bu ishlab chiqilgan ilmiy yangiliklar bo'lib, inglizcha «Know-how» so'zini ifoda etadi. Uning ma'nosi «qandayligini bilmayman» ni ifoda etadi. Yaratilgan yangiliklar qaysi sohada ishlab chiqarishdami, yangi tovarlarni yaratishdami, moliyaviy sohadami, xodimlarni boshqarishdami yoki ishlab chiqarish boshqaruvini tashkil etishdami yangilik bo'lib hisoblanadi.

Albatta bu yangilik maxsus patentlashtirish, ya'ni uni yaratgan jismoniy shaxsmi yoki huquqiy korxonami ularga maxsus patent orqali egaligini ta'minlash zarur. Bu yangilik tashkil topish usullari unga muallif o'z egaligini tasdiqlamaguncha sir saqlanadi. Yaratilgan yangilikdan foydalanish uchun har bir jismoniy shaxs va huquqiy subyektlar ulardan foydalanish uchun sotib olishi mumkin. Bu ayrim kichik biznes korxonalarining ustunlik darajasini ta'minlaydi.

Bu ilmiy yangiliklar yaratilgan ixtirolarga beriladigan «patent» yoki «litsenziyalar» tariqasida uni yaratganlarga birlashtiriladi. Litsenziya bu yaratilgan yangiliklardan foydalanishga berilgan ruxsatnomadir. Kichik korxonalarda yangiliklarga bo'lgan intilishning asosiy sababi raqobatbardosh bo'lish va ma'lum zaruriy miqdorda undan ortiq darajada foyda olishdir.

Bozor munosabatlari sharoitida mahsulotni sertifikatlash qilish katta ahamiyatga ega. Buning ma'nosi har bir ishlab chiqarilayotgan mahsulot unga berilgan sertifikatiga mos bo'lgandagina, bozorda unga iste'mol talabi bo'ladi.

Mahsulot sertifikati shu mahsulotni ishlab chiqarish uchun ketgan mahsulot va xizmatlar me'yorini ifodalaydi. Sertifikat mahsulot pasporti, deb aytsak ham xato qilmaymiz. Mahsulotlarga sertifikat berilganda uni davlat standartlariga, xorijga chiqariladigan mahsulot bo'lsa, xorijiy davlat standartlariga javob

berishi lozim. Xulosa qilib aytish mumkinki, har qanday mahsulot davlat standarti tashkilotidan sertifikatini olishi va unga rioya qilishi zarur. Bu mahsulotlarning sifatli bo'lishini ta'minlaydi.

4. Biznesda tadbirkorlik foydasini aniqlash

Biznesmen — bu dadil, muhim va murakkab maqsadlarni ro'yogga chiqarishga jazm etib, yangi g'oyalarni amalga oshirish bilan bog'liq butun mas'uliyatni o'z zimmasiga olgan tavakkal ish yurituvchi shaxsdir. Biznesmenning bir necha guruhlari bor. Ular:

- chayqov bozorida harakat qiluvchi biznesmen;
- o'z ishi va o'z firmasi bor haqiqiy biznesmen;
- o'z tijorat ishlarini davlat muassasasida ishlab turib olib boruchi biznesmen;
- brokerlar, bank xizmatchilari, qo'shma korxona xodimlari va o'z yo'lini tanlayotgan yoshlar.

Tadbirkorlik, biznesning bir yo'nalishi bo'lib u pul topish emas, balki yaratuvchanlik faoliyati orqali daromad olishni bildiradi.

Biznes — bu shaxsiy boylik, foyda orttirishga qaratilgan ish. Biznesmen biznes bilan shug'ullanuvchi shaxsdir. Biznes bu — tijorat, savdo, tarmoq, firma, faollik, ishbilarmonlik, epchillik demakdir. Biznesning mohiyati ayirboshlash bo'lib, pulni tovarga, tovarni pulga va yana pulni tovarga aylantiradi.

P-T-P¹

Bu yerda P¹ ning miqdori P ning miqdoridan ko'pdir, ya'ni foydasi bilan qaytgan puldir.

Tadbirkorlik faoliyati esa — qo'lidagi ozmi-ko'pmi boyligidan biznes bilan shug'ullanish uchun foydalanadigan faol va tashabbuskor kishining intellektual faoliyatidir. Tadbirkorlik bu — mashaqqatli mehnat, uddaburonlik, mohirlik, bilimdonlik, tashabbuskorlik demakdir.

Haqiqiy tadbirkor o'zining mustaqil g'oyasiga ega bo'lishi kerak. Tadbirkorlik biznesning eng asosiy unsuridir. Tadbirkorlik biznesi — bu mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmatlar ko'rsatish orqali daromad topishni ko'zlovchi faoliyatdir.

Tadbirkorlik xarakterining qirralari: tashabbuskorlik uddaburonlik, epchillik, ijodiy faoliyatda izlanuvchanlik, o'z g'oyasiga egalik, tavakkalga moyil, ijodkor, iqtidorli kishilardir. Ularning asosiy maqsadi tadbirkorlik foydasini olishga intilishdir.

Biznesning xarakterli qirralari: faoliyatni tiklashga, erishilgan yutuqlarni mustahkamlashga intilish, foyda keltiruvchi faoliyatga ega bo'lish, kapital egasi bo'lish, barqarorlikka intiluvchi, fikrlash, xatti – harakatida konservator, menejer mahorati bor kishilardir. Ularning maqsadi kapital daromadini olishdir.

Demak, biznesning maqsadi foydani barqaror holga keltirish, uni muttasil oshirib borishdir. Tadbirkorning hamma fikri, harakatlari, sarf-xarajatlari aynan foyda olishga qaratilgan bo'ladi.

Zarar ko'rishga, yo'qotishga, iqtisodiy inqirozga qaratilgan biznes bo'lmaydi. Ammo biznes ham hamisha mashaqqatli mehnat, uddaburonlik, mohirlik, bilimdonlik va tashabbusni talab etadi.

Biznesning maqsadlari, vaziflari va pirovard natijalari qanchalik aniq belgilab olingan bo'lsa, uning xatari ham shuncha kam bo'ladi. Demak, tadbirkor o'z maqsadi yo'lida o'z faoliyatini bozor talabiga moslashtirib, xaridor uchun zarur va kerakli mahsulotlarni ishlab chiqarishga, xizmatlar ko'rsatishga, xarid qilishga, sotishga, raqobatlashuvda faol qatnashishga harakat qiladi.

Har qanday tadbirkor biror ishni boshlashdan oldin ikki muhim omilni:

- mazkur vaqtdagi shart-sharoitni;

- o'zining tutgan o'rni va imkoniyatini aniqlab olishi zarur.

Birinchi omil bo'yicha tadbirkor o'zining ish faoliyatini firmaning tashqi muhitiga nisbatan quvvati va kamchiligi, tashqi muhitdan kelib chiqadigan imkoniyatlar va tahlillarni inobatga olib belgilashi zarur. Ya'ni, biror ishni boshlashdan oldin tadbirkor:

- qaysi ishlab chiqarish sohasida ish yuritish;

- qancha pul sarflash;

- hozirgi sharoitda qanday sohalar boshqalardan ma'lum ustunlikka egaligi;

- talab va uning qanday qondirilishini;

- o'zining imkoniyatlarini erinmay o'rganishi kerak.

Bu tahlil firma faoliyatining holati va biznes rivojlanishining yo'nalishlarini, kelajakdagi istiqbolini baholashga imkon beradi.

Ikkinchi omil – bu tadbirkorlikning salohiyati va uning qaysi bir turdagi faoliyatni to‘g‘ri tanlab olish masalasidir. Buning uchun tadbirkorlar quyidagi asosiy savollarga javob bera olishlari kerak.

-Men nimani ma‘qul ko‘raman – buyumlar va ashyolar bilan ishlashnimi yoki odamlar, g‘oya – fikrlar bilan shug‘ullanishnimi?

-O‘z mehnatimning moddiy natijasini ko‘rishni istaymanmi?

-Yakka tartibda ishlashni afzal ko‘ramanmi yoki jamoa tarkibidami?

-Bajarilishi jismoniy kuch talab qiladigan ishni uddalay olamanmi?

-Birovga rahbarlik qila olamanmi?

Tadbirkorlikda dastlabki qadamni to‘g‘ri tanlash va muvaffaqiyatga erishish imkoniyatiga ega bo‘lish uchun faqat ishlash kerak.

Tadbirkorlik faoliyatining samaradorlik darajasi uni ishlab chiqarishni tashkil etish va olib borish uchun zarur bo‘lgan kapital (xomashyo, texnika va texnologiyalar, ish kuchining uzluksizligini ta‘minlash) kredit foizlari, xorijiy valyutalarni jalb qilish, soliq to‘lovlari darajasiga, asosiy fondlardan, aylanma mablag‘lardan foydalanish darajasiga va ularning ishlab chiqarayotgan mahsulotlariga bo‘lgan talabga hamda ishlab chiqarishni tashkil etish, mahsulotiga va uning boshqaruviga bog‘liq.

11-mavzu: TADBIRKORLIK KORXONALARINING TASHQI IQTISODIY FAOLIYATI

1. Tashqi iqtisodiy aloqalar faoliyati

Bozor iqtisodiyoti munosabatlari erkin huquqiy va iqtisodiy subyektlar o‘rtasida amalga oshiriladi. Tadbirkorlar foyda, yuqori darajada daromad olish ularni faqat ichki ist‘emol bozori talablari qondirmaydi. Sababi, bozor iqtisodiyotining iqtisodiy shiori kam xarajat qilib ko‘proq foyda olishdan iboratdir.

Tadbirkor foydani oshirib borish maqsadida ishlab chiqarish hajmini oshira boradi. Bu asosan tashqi iste‘mol bozori bilan bog‘liq bo‘ladi.

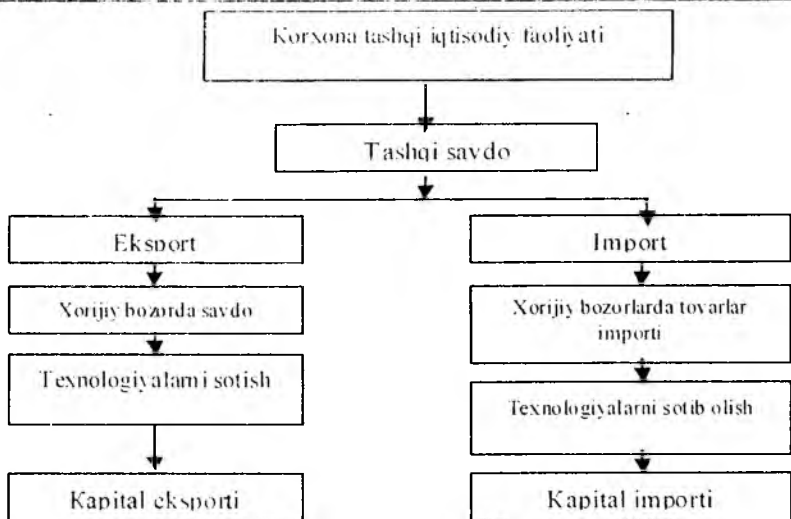
Demak, tadbirkor korxonalari tashqi iste'mol bozorlariga o'z mahsulotlari bilan kirib borishi bozor iqtisodiyoti sharoitida kuchayadi. Buning uchun uni ishlab chiqarayotgan mahsulotlari sifati, arzon va raqobatdosh bo'lishi kerak. Korxonalarning tashqi iqtisodiy aloqalari kuchaya boradi. Sababi korxonalar o'zlari uchun zarur bo'lgan ishlab chiqarish vositalari, qurollari, texnika va texnologiyalarni xorijiy korxonalar bilan iqtisodiy aloqalarni o'rnatish evaziga, sotib olish orqali ega bo'lishlari mumkin. Faqat ilg'or ishlab chiqarish texnologiyalariga asoslangan ishlab chiqarish tomonidan yaratilgan iste'mol mahsulotlari raqobatdosh bo'lib, foyda keltirishi mumkin. Demak, har qanday mulk shakliga asoslanishdan qat'iy nazar ishlab chiqarish korxonalari tashqi iqtisodiy faoliyatni olib borishi uning iqtisodiyoti rivojlanishining asosiy shartidir. Korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyati xorijiy mamlakat korxonalari o'rtasida pul investitsiya, tovar, kapital, ishlab chiqarish texnologiyalari ko'rinishidagi iqtisodiy munosabatlar ifodasidir.

2. Korxonalar-eksport va import qiluvchi subyektlar

Korxonalarning tashqi iqtisodiy aloqalari, ularning olib boradigan tashqi iqtisodiy operatsiyalariga bog'liq. Iqtisodiy operatsiyalar eksporti bu korxonalar tomonidan tashqariga xorijiy mamlakat iste'molchilariga xomashyo, tayyor tovar sifatidagi mahsulotlar texnika va texnologiyalar tashkil etadi.

Korxonalarning samaradorligi darajasi ularning eksportga chiqarayotgan mahsulotlari hajmiga va valyuta tushumlariga bog'liq. Mahsulot eksport darajasi qiymat shaklida import shaklidagi tovarlarni valyuta shaklidagi qiymatidan yuqori bo'lsa korxona samarali, foyda olib ishlayotganligini bildiradi. Import bu xorijiy mamlakatlar tadbirkorlik korxonalaridan sotib olinadigan zarur bo'lgan ishlab chiqarish qurollari texnika, texnologiyalari va xomashyo yoki tayyor iste'mol tovarlari qiymatiga aytiladi.

Tovarlar import har bir korxona tomonidan ichki iste'mol bozorida bo'lmagan tovarlarini xarid qilishiga asoslanishi kerak. Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatini quyidagi (1-rasm)dan ko'rish mumkin.



4-chizma. Korxona tashqi iqtisodiy faoliyati

Har bir tashqi iqtisodiy faoliyatda qatnashuvchi tadbirkorlik faoliyatlari bilan shug'ullanuvchi korxonalar o'zlarining eksport va import talablarni chuqur anglab olgan holda amalga oshirishlari kerak.

Korxonalarning eksport qobiliyati ular ishlab chiqarayotgan mahsulotlarning raqobatbardoshlik darajasiga bog'liq. Buni aniqlash uchun tadbirkor ishlab chiqarayotgan tovarlariga bo'lgan talablarni va uni rivojlanishini, o'zining moliyaviy-iqtisodiy qobiliyatini moddiy-texnika bazasini chuqur o'rganib borishi kerak. Shu bilan birga u ishlab chiqarayotgan tovarga raqobat qiluvchi tovar ishlab chiqaruvchi tadbirkor subyektlarni ishlab chiqarishning ijobiy va salbiy tomonlarini o'rganishlari ham zarur hisoblanadi. Chunki, eksport va import bilan shug'ullanuvchi subyektlar ishlab chiqarish va iste'mol bozori talablarini o'rganib borish asosida mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha tegishli xulosalar qabul qiladilar. Eksport va import bilan shug'ullanuvchi ishlab chiqarish subyektlari mamlakat tashqi iqtisodiy siyosatini chuqur o'rganishlari zarur.

Ayrim mamlakatlar o'zlarining ichki iste'mol bozorini himoya qilish maqsadida proteksionizm siyosatini o'tkazdilar. Bu siyosat

asosan milliy iste'mol bozoriga xorijiy mamlakatlar mahsulotlari kirmasligi uchun boj to'lovlar qiymatini oshirish hisobiga, yoki kirib keladigan to'lovlar ro'yxatlari hajmini chegaralash orqali himoya qiladilar.

Eksportda esa friterderlik siyosatini qo'llaydilar. Bu siyosatni amalga oshirishdan maqsad xorij iste'mol bozorlarini egallashga asoslangan. Eksport qiluvchi korxonalarga soliq to'lovlari kamaytirilishi asosida bu siyosat amalga oshiriladi.

Friterderlik siyosati ko'pincha «erkin savdo» zonalarini tashkil etishda qo'llaniladi. «erkin savdo» siyosatiga asoslangan xalqaro savdo asosan iqtisodiy jihatdan mustahkam, ularning mahsulotlarini raqobatbardosh bo'lgan mamalakatlarda amalga oshiriladi.

Proteksionizm siyosatida eksport va import asosan davlat tomonidan berilgan kvotalar orqali amalga oshiriladi.

Xalqaro iqtisodiy munosabatlarda savdo asosiy iqtisodiy munosabatlarni ifodalaydi. Ayrim davlatlar xalqaro savdo sohasida o'zga mamlakatlarni bu sohadagi munosabatlarini kamsitishga harakat qiladilar. Xalqaro iqtisodiy munosabatlarda tashqi bozorni egallash asosan ikki yo'l orqali amalga oshiriladi. Birinchi yo'l xorijiy tashqi savdo bozoriga asta-sekin qadamma-qadam kirib borishiga asoslanadi va kelajakda ishlab chiqarishning ma'lum bir tarmoqlarida o'zlarining mavqelariga ega bo'ladilar. Bu usul orqali xorijiy tashqi savdo bozorlarini egallash Yaponiya davlati tomonidan qo'llanib kelinmoqda. Natijada u AQShda eng yirik avtomobillarni tashqi xorijiy bozorga olib kiruvchi davlatga aylandi. Ikkinchi yo'l tashqi xorijiy bozorni bir necha tarmoqlar yo'nalishida egallash va asta sekin ular uchun samarali bo'lgan, sohalarda o'z mavqeini saqlashga asoslanadi.

3. Xalqaro savdoda baho

Xalqaro savdoda mahsulotlar xalqaro savdo narxlari bilan belgilanadi. Ammo, xalqaro savdoda bir xil qiymatda tovarlar baholanadi deb bo'lmaydi.

Narxlar doimiy ravishda o'zgarib turadi. Uning asosiy sabablari quyidagilardan iborat:

-marketing omillari. U o'z ichiga bozorning holatini, tovarlar turlari va ular bilan bozorni to'yintirish, firmalarning bozordagi

strategik holati va iste'molchilarga chiqish yo'llaridan, kontrakt shartlari, kontraktda kelishilgan asosiy shart-sharoitlar kontrakt bitimining muddatlari (qisqa yoki uzoq) to'lov shartlari (valyuta)dan;

-xo'jalik bitimi. Ishlab chiqarish korxonalari o'zlarining tashqi savdo operatsiyalari o'zaro kelishuv asosida amalga oshiriladi.

Tovarlar odatda naqd pullarga sotilgani ma'qul. Bu holatda tadbirkor puli doimiy ravishda oborotda bo'ladi.

Xalqaro savdo bitimi kredit orqali ham amalga oshiriladi. Odatda kredit to'lovlari sotib olishdan oldin yoki sotib olgandan keyin ham to'lanadi.

Tovarlarni kreditga sotish eksport qiluvchi subyekti foydasi, kredit pulini import qiluvchi subyektdan olgandagina sezishi mumkin. Import qiluvchiga uning foydasi shundan iboratki, sotilgan tovarlar hisobiga eksportiga kreditga olingan tovarlar hisobidan haq to'laydi.

Umuman olganda, eksport va import qiluvchi subyektlar uchun kredit orqali tashqi savdo operatsiyalari ular uchun iqtisodiy ahamiyatga ega. Ishlab chiqarish jarayoni to'xtamaydi. Ist'emol esa amalga oshirilib boradi. Xalqaro savdoda davlatlar o'rtasida «barter» usulida, ya'ni tovarlarning umumiy qiymatlariga asoslangan holda bir tovar ikkinchi tovarga shu qiymat darajasida almashuvi sodir bo'ladi.

4. Korxonalarda kapital va texnologiyalarning eksport va importi

Korxonalar iqtisodiy aloqalari ichida kapital va texnologiyalari eksporti va importi ham iqtisodiy aloqalarni rivojlantirishda alohida ahamiyatga ega.

Kapital eksporti iqtisodiy rivojlangan mamlakatlardan iqtisodiy rivojlanganligi talab darajasida bo'lmagan, kam rivojlangan mamlakatlarga chiqariladi. Hozirgi davrda yirik rivojlangan mamlakatlar ham o'zaro kapital eksporti bilan ham shug'ullanadilar.

Kapital eksporti ssuda kapitali sifatida amalga oshiriladi. Ssuda kapitali maxsus ixtisoslashtirilgan banklar, xususiy mulkdorlar va davlat tomonidan ham berilishi mumkin. Kapital mablag'larni

bir davlatdan ikkinchi davlatga olib chiqilishi kapital investitsiyasi shaklida chiqariladi. Xorijiy investitsiyalar kredit tariqasida berilishi bilan birga u qo'shma korxonalarni tashkil etish maqsadida unumdor investitsiya shaklida ham chiqariladi.

Xalqaro kreditlarni investitsiya shaklida chiqarishdan maqsad:

- boj to'lovlarini aylanib o'tish;
- mamlakatlardagi xomashyo, ishlab chiqarish, ish kuchi resurslari qiymatidagi farqlardan foydalanish;
- ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning raqobatbardosh-ligini oshirish asosan ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish hisobiga;
- xorijiy investitsiyalarining milliy iqtisodiyotga kirib kelishi bilan bog'liq bo'lgan soliq to'lovi imtiyozlaridan foydalanish zarur.

Xorijiy kapitalning tadbirkorlik kapitali sifatida milliy iqtisodiyotga kirib kelishining ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati quyidagilardan iborat:

- milliy iqtisodiyot rivojlanishi uchun zarur bo'lgan, murakkab texnologiyalarni talab qiluvchi mahsulotlarni ishlab chiqarishga erishishdan;
- korxonalarni yangi ishlab chiqarish texnika va texnologiyalari bilan jihozlashdan;
- milliy kasbiy hunarga ega bo'lgan malakali xodimlarni tayyorlashdan;
- tovarlarni import qilish evaziga uni ishlab chiqarish moliyaviy jihatdan afzalligidan iborat.

Kapitalni chetga chiqarish ikki shaklda to'g'ri investitsiyalashtirish va papdagi investitsiyalashtirish shaklida amalga oshiriladi.

To'g'ri investitsiyalashtirish kapital qo'ymalari sarflanayotgan obyektни nazorat qilish huquqini beradi. To'g'ri investitsiyalashtirish kim ko'proq investitsiya ajratsa, shu investor investitsiya xarajatlari ustidan to'liq nazoratni o'rnatadi. Belgilangan obyekt bo'yicha papkadagi investitsiya uning ustidan to'liq nazorat o'rnatilishini ta'minlaydi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida papkadagi investitsiyaning ahamiyati oshib bormoqda. Bu asosan ishlab chiqarish texnologiyalari savdosi bilan bog'liq.

Texnologiyalar savdosida asosan uni ishlab chiqaruvchi korxonalardan sotib olish mumkin yoki sotuvchidan undan foydalanish huquqini sotib olish yo'li bilan amalga oshirish mumkin. Bu asosan yangilik patentlarini sotib olish hisobiga amalga oshiriladi. Ishlab chiqarilgan yangilik texnologiyalari «NOU-XAU» yangiliklari patentlariga bog'liq bo'lmashligi mumkin.

Lekin uni ishlab chiqarishda qo'llanilsa, tijorat samaradorligini berishi mumkin. Bu yangilik ma'lum bir texnologiyani amalga oshirish bilan bog'liq bo'lgan ishlab chiqarish jarayonini, unga sarflanadigan moliya mablag'lari sarfini va boshqa tijorat bilan bog'liq bo'lgan operatsiyalarini o'zida ifodalashi mumkin.

Xorijiy yangi ishlab chiqarish texnologiyalarini jalb etishning yana bir usuli, bu yangilikdan foydalanganlik uchun «litsenziya» haqini to'lash orqali amalga oshirish mumkin. «Litsenziya» to'lovlari ro'yxati to'lovlarining bir ko'rinishi bo'lib, u quyidagi formula asosida hisoblanadi.

$$R_s = \frac{R \cdot 100}{S} \cdot 100\%$$

Bu yerda:

R_s - ro'yxati to'lov darajasi;

R - yillik royalti to'lovi;

S - yillik sotilgan tovarlar sof qiymati.

Yillik sotilgan sof tovarlar qiymati egri soliqlar va turli to'lov va yig'img'lar ayirgandan keyingi qiymati hisoblanadi.

Xulosa qilib aytsak hozirgi davrda mamlakatlar ularning subyektlari o'rtasida iqtisodiy munosabatlarni rivojlantirmasdan turib milliy iqtisodiyotni rivojlantirishni xalqaro integratsiyalashuvsiz tassavur qilishi qiyin.

12-mavzu: TADBIRKORLIK FAOLIYATIDAGI XAVF –XATARLAR

1.Tadbirkorlik xavf xatari mazmuni

Bozor iqtisodiyoti sharoitida kichik korxonalar, xususiyl tadbirkorlar o'zlarining ishlab chiqarish jarayonlarini tashkil etish va olib borish, sharoitida xavf-xatarlar oldini olish to'g'risida

tegishli choralarni qo'llashi zarur. Tadbirkorlik xavf-xatari insonning tadbirkorlik faoliyati bilan bog'liq bo'ladi.

Tadbirkorlik xavf-xatar bozor iqtisodiyoti sharoitida aktiv faoliyat bo'ladi.

Xavf-xatarlar obyektiv va subyektiv sabablar bilan bog'liq. Albatta, oldindan turib ma'lum subyektiv yoki obyektiv xavf-xatari bo'lishi mumkin deb aytish qiyin. Lekin bu xavf-xatarlar ma'lum bir yo'nalishda kelib chiqishini taxminan aniqlash mumkin.

Xavf-xatarlar tadbirkorlik faoliyatida ishlab chiqarish, taqsimot, almashuv va ist'emol bosqichlarida bo'lishi ehtimoldan holi emas. Tadbirkorlik faoliyatini olib borishdan maqsad ma'lum foyda yoki daromad olishdir. Lekin bu foyda olish tadbirkor tomonidan rejalashtirilgan bo'lsa ham, uni u oladi, deb qat'iylanib aytish qiyin. Qandaydir obyektiv yoki subyektiv sabablardan bir unga salbiy ta'sir etishi mumkin.

Obyektiv sabablar bu siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy va boshqa sabablar bo'lishi mumkin. Davlat tomonidan milliy iqtisodiyotni iqtisodiy rivojlantirish bo'yicha qabul qilinayotgan qarorolari, chora va tadbirlari ta'sir etishi mumkin. Yoki davlatning tashqi siyosatidagi o'zgarishlar, iqtisodiy sabablar, tadbirkorlik kapitalining shakllanishi, kredit olishi bilan yoki texnika va texnologiyalarni, xomashyolarni sotib olish bilan bog'liq bo'lishi mumkin.

Ijtimoiy shart-sharoitlar ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmalarni tashkil etish, ishchi kuchlariga mehnat qilish va yashashi uchun zarur bo'lgan shart-sharoitlarni tashkil etishda ifodalanadi.

Tadbirkorlik faoliyatining rivojlanishi uning ishlab chiqargan mahsulotlari yoki xizmatlarining ist'emol talabiga bog'liq. Tadbirkor maxsulot ishlab chiqarsa, unga talab bo'lmasa u albatta sinadi.

Demak, tadbirkorlik faoliyati bir tomondan erkin iqtisodiy ishlab chiqarishga asoslangan bo'lsada, uni doimiy ravishda xavf-xatarlar kuzatib boradi. Shuning uchun ham tadbirkorlar marketing tadqiqotlari orqali bozor faoliyatini, ist'emolchilar talablarini doimiy ravishda o'rganib borishlari va ist'emol talablariga muvofiq mahsulotlar ishlab chiqarishlari yoki xizmat ko'rsatishni tashkil etishlari zarur.

Xavf-xatarlarning kelib chiqish sabablarini chuqur o'rganmasdan turib, uning oldini olish bo'yicha ma'lum bir chora va tadbirlarni qo'llash qiyin.

Amerikalik iqtisodchi P.Duker tadbirkorlik faoliyati xavf-xatarda rivojlanadigan ishlab chiqarish faoliyatidir, deb hisoblaydi. Uning fikricha tadbirkorlik faoliyatining xavfliligi tadbirkorning tadbirkorlik faoliyatini olib borish uchun yetarli darajada ilm va tadbirkorlik salohiyatiga ega emasligidir.

Tadbirkorlik xavf-xatari obyektiv iqtisodiy kategoriya bo'lib, iqtisodiy rivojlanishninig ma'lum bir yo'nalishida yuzaga keladi va uni oldini olish chora va tadbirlarini ishlab chiqish mumkin. Tadbirkorlik xavf-xatari ma'lum xavflilik asosida yuzaga keladi.

Tadbirkorlik xavf-xatarining yuzaga kelish sabablari:

-tadbirkor subyektlarining tadbirkorlik faoliyatlarini olib borishlari uchun yetarli darajada ilm va malakaviy tajribalarining etishmasligi;

-tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishda tasodifiy noiqtisodiy holatlarining vujudga kelishi natijasida ishlab chiqarishni tashkil etish uchun yetarli darajada ishlab chiqarish vositalari, xom-ashylarning yetishmasligi, yoki ishlab chiqarilgan mahsulotlarga ist'emol talablarining kamayishi, ishlab chiqarish xarajatlarining o'sishi bilan mahsulot tannarxining o'sishi oqibatida belgilangan foyda yoki daromadning olinmasligi;

-tadbirkorlik faoliyatining rivojlanishiga qarshi turuvchi ijtimoiy, iqtisodiy muhitlarning bo'lishi yoki mahalliy boshqaruv muassasalarining asossiz uning faoliyatiga aralashuvidan iborat.

2. Xavf-xatarlar turlari

Tadbirkorlik faoliyati xavf-xatarlardan xolis bo'lmagan iqtisodiy faoliyatidir. Tabirkor ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq bo'lgan xavf-xatarlarni uchinchi subyektga yuklash orqali o'zining ixtiyoriy faoliyatini inqirozsiz olib borishi mumkin.

Masalan, ishlab chiqarish jarayonini yoki ishlab chiqargan mahsulotlarini sug'urta qilish orqali amalga oshirish mumkin.

Tadbirkorlik faoliyatida xavf-xatarlar ma'lum bir qarorni qabul qilishda va uni amalga oshirishda yuzaga kelishi mumkin.

Sababi qabul qilingan qarorning obyektiv ravishda asoslanmaganligi yoki bu qarorni amalga oshirish uchun yetarli shart-sharoitlarning tashkil etilmasligi oqibatida yuzaga kelishi mumkin. Tadbirkor o'z faolyatida xavf-xatarlardan holi bo'lishi

uchun bozor marketingini o'rganib borishi bilan birga ishlab chiqarish marketingini o'rganish asosida ishlab chiqarishni tashkil etishi kerak.

Tadbirkorlik faoliyatida bo'ladigan xavf-xatarni albatta ichki va tashqi bo'lib o'rganish va uning oldini olish zarur.

Ichki xavf-xatarlar ishlab chiqarishni tashkil etish bilan bog'liq bo'lib, uning ishlab chiqarish bo'limlari o'rtasidagi nisbatlarini optimallashtirish va ish kuchlari mehnatlarini moddiy rag'batlantirish darajalarini to'g'ri tashkil etish orqali bartaraf etish mumkin.

Tashqi xavf-xatarlar esa tadbirkorlik faoliyatiga bo'lgan tashqi muhit bilan bog'liqdir. Masalan, mamlakatdagi siyosiy iqtisodiy va tabiiy holat. Tadbirkorlik xavf-xatarlarining quyidagi turlari mavjud. Tadbirkorlik ishlab chiqarish xavf-xatari. Bu asosan ishlab chiqarish jarayoni tashkil etish uchun zarur bo'lgan obyektiv iqtisodiy holatdan tashkil topadi.

Tijorat xavf-xatari asosan ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan xomashyolar, texnika va texnologiyalarni sotib olish bilan ishlab chiqarilgan mahsulotlarni ist'emol bozoriga yetkazib borish xavf-xatarlaridan tashkil topadi. Tadbirkorlik subyektlari o'z faoliyatlarini tashqi bozor bilan ham bog'liq holda olib boradilar. Demak, tashqi savdo sohasida xavf-xatarlar valyuta munosabatlarida yuzaga keladi. Valyuta xavf-xatari odatda tuzilgan bilim davrida mahsulotlar xarid narxlarining o'zgarishi, yoki boj to'lovlarining o'zgarishi oqibatida yuzaga keladi.

3. Tadbirkorlikda ishlab chiqarish xavf-xatari

Ammo bozor iqtisodiyoti sharoitida asosan ishlab chiqarish tadbirkorlik xavf-xatari darajasi yuqori bo'ladi.

Buning asosiy sabablari:

- tadbirkor subyektlarning xo'jalik bitimlariga rioya qilmasliklari;
 - mahalliy boshqaruv tashkilotlarining ularning ishlariga aralashuvi;
 - siyosiy nobarqarorlik;
 - iqtisodiy nobarqarorlik;
 - tadbirkorlik subyektlarning huquqlarini kamsitish;
 - ishlab chiqarishni tashkil etish uchun texnika va texnologiyalarni sotib olishning murakkabligi;
-

- xomashyolarning yetishmasligi;
- malakali kasb mahoratiga ega bo'lgan ish kuchlarining yetishmasligi;
- boshqaruvning talab darajasida olib borilmasligi va boshqalardan iborat.

Xavf-xatarlar tadbirkor yoki menejer tomonidan boshqarilib borilishi asosida uning oldini olish va tugatish mumkin.

Ishlab chiqarish hajmining kamayishi sabablari:

- ishlab chiqarish xarajatlarining o'sishi;
- jo'natilgan tovarlarga pul tushumining o'z vaqtida tushmasligi;
- ist'emolchilarning nasiyaga xarid qilingan tovarlariga pulning o'z vaqtida o'tkazilmasligi.

4. Moliyaviy xavf-xatarlar

Moliyaviy tadbirkorlik xavf-xatari asosan kichik tadbirkorlik korxonalarining o'zaro banklar bilan moliyaviy munosabatlarida yuzaga keladi. Moliyaviy xavf-xatarlar ko'pincha kichik tadbirkorlik korxonalarining o'zida ishlab chiqarishni tashkil etish uchun xususiy mablag'lari yetarli darajada bo'lmasligi sababli ular ko'proq yollanma mablag'lar asosida ishlashlari asosida yuzaga keladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chiqarilgan mahsulotlar ham har doim belgilangan muddatda o'z ist'emolchilarini topmasligi mumkin. Ist'e'mol xaridorlarining bo'lmasligi oqibatida kichik tadbirkor korxonalarining ishlab chiqarish faoliyatlarini davom ettirish uchun zarur bo'lgan mablag'lar yetishmovchiligini yuzaga keladi, bu korxona faoliyatida moliyaviy qiyinchiliklarga olib keladi.

Korxonalarining moliyaviy xavf-xatarining oldini olish uchun yirik ishlab chiqarish subyektlarida maxsus moliyaviy xavf-xatarlar oldini olish menejerlari bo'ladi. Moliyaviy xavf-xatarlar oldini olish menejerlari boshqa tadbirkorlik faoliyatlari bilan bog'liq bo'lgan menejerlar bilan birga korxona faoliyatini samarador bo'lishi uchun javobgar hisoblanadi.

Moliyaviy menejer moliyaviy xavf-xatarlar oldini olishda tadbirkorlik korxonasini iste'molchi bozor subyektlar bilan mahsulotlarni sotish bo'yicha, yoki korxonaga zarur bo'lgan

ishlab chiqarish vositalarini, xom ashyolarni sotib olish uchun xo'jalik bitimlarini yoki banklar, moliyaviy institutlar bilan xo'jalik bitimlarini tuzishni asoslab beradi.

Moliyaviy menejer moliyaviy xavf-xatarlar oldini olish masalalarida korxona marketologi, xodimlari, ishlash menejeri bilan birgalikda ish olib boradilar.

Moliyaviy xavf-xatarlar oldini olishda moliyaviy menejer moliyaviy holatni bir necha ko'rinishlarda tahlil qilish asosida ma'lum bir chora va tadbirlarni ko'radi.

Ko'riladigan chora va tadbirlar ma'lum bir korxona sharoitida yoki ma'lum xavf-xatarlar sharoitida ma'lum qarorlar qabul qilish asosida yoki umuman, moliyaviy holatning noaniqligi darajasida uni bartaraf etish chora va tadbirlari ko'rilishi mumkin.

Ma'lum bir sharoitda, ya'ni aniqlikda moliyaviy xavf-xatarlar oldini olish bo'yicha qabul qilinadigan qarorlar. Masalan, bankka qo'yilgan depozitlar uchun to'lanadigan to'lovlar miqdori aniq bo'lganda yoki xavf-xatarlar bo'lishi aniq bo'lganda qabul qilinadigan har bir chora-tadbirlar bo'yicha bo'ladigan aniq natijalarga erishish orqali va noaniqlik xavf-xatarlari bo'lgan vaqtda ularni qanday darajada salbiy natijalarga olib kelishi noma'lum bo'lganda ko'riladigan chora-tadbirlar samaradroligini aniq darajada aytish qiyin hisoblanadi. Tadbirkorlik moliyaviy xavf-xatarlari oldini olish, undan holi bo'lish uchun iqtisodiy holatni chuqur tahlil qilish asosida ilmiy asoslangan xulosalar qabul qilish zarur.

13-mavzu: BOZOR VA KORXONA

1. Bozor va korxonaga yer tanlash

Bozorda sotuvchi va xaridor o'rtasidagi iqtisodiy munosabat tovarni pulga ayirboshlash munosabati shaklida amalga oshiriladi. Bozor takomillashgan (erkin) bozor va raqobatli bozor shaklida bo'lib, erkin bozor bir xildagi mahsulotga ayni bir vaqtda bir xildagi baho berish bilan xarakterlanadi. Bunday bozor bo'lish uchun quyidagi shartlar bo'lish lozim.

Bozorlar mazmuni va ishlatilishiga qarab quyidagi turlarga bo'linadi:

- iste'molchilar bozori. Bu bozorda iste'mol uchun zarur bo'lgan barcha tovarlar sotiladi. Iste'molchilar bozorining eng asosiy shakllaridan biri tovar birjalari hisoblanadi;

- xizmat ko'rsatish bozori. Bu bozor asosan zarur bo'lgan xizmatlarni ko'rsatadi. Xizmat ko'rsatish bozorining rivojlanishi aholining iqtisodiy shart-sharoitlarini yaxshilanib borishi bilan bog'liq;

- uy-joy bozori. Bu bozor turi bozor iqtisodiyoti sharoitida vujudga kelib, asosan uy-joylarni xususiylashtirish va ularni sotish bilan bog'liq bo'lgan xizmatlardan tashkil topadi;

- innovatsiya bozori. Bu bozor ilmiy yangiliklarni texnika va ishlab chiqarish texnologiyalarini turli ixtirolarni, litsensiyalarini sotishda uning mualliflari, subyektlar bilan unga zaruriyati bo'lgan jismoniy va huquqiy subyektlar o'rtasidagi munosabatlar bitimini amalga oshirishda xizmat qiladi;

-katta hajmdagi tovarlar va bunga doimiy talab;

-xo'jalik faoliyati bilan shug'ullanuvchilarning nisbiy ko'p miqdorda bo'lishi;

-ishlab chiqarish omillarining ko'pligi;

-sotuvchilar va xaridorlar o'rtasidagi erkin raqobatning bo'lishi;

-raqobatchilarning barchasi uchun kerakli axborotning bo'lishi. Bozorni tarkibiy jihatidan quyidagi guruhlarga bo'lish mumkin.

1. Geografik joylashishga ko'ra:

-mahalliy bozor;

-milliy bozor;

-mintaqaviy va dunyo bozori.

2. Faoliyat ko'rsatishiga qarab:

- asosiy bozor;

- qo'shimcha bozor;

- samarasiz bozor;

- samarali bozor;

- sust bozor.

3. Mahsulotni sotish xususiyatiga ko'ra:

-ulgurji savdo bozori;

-mayda ulgurji savdo bozori;

-chakana savdo bozori.

4. Tovarlarni ta'minlanish darajasiga qarab:

- muvozanatli bozor;

- muvozanatsiz bozor.

5. Qonunga qarab:

- qonuniy bozor;

- noqonuniy bozor.

6. Raqobatning cheklanganlik kurashiga qarab:

-monopolistik raqobat bozori;

-oligopolistik raqobat bozori;

-sof monopolistik bozor;

-erkin raqobat bozori;

-aralash raqobat bozori.

7. Tarmoq turlariga qarab:

-avtomobil bozori;

-kompyuter bozori;

-neft mahsulotlari bozori;

-qishloq xo'jalik mahsulotlari bozori;

-intelektual tovarlar bozori.

2. Potensial xaridorlar to'g'risidagi ma'lumot

Xaridor istagini o'rganish uchun firma juda ko'p mablag' sarflashi mumkin. chunki, korxonaning taqdiri ko'p tomonlama xaridor xohishiga bog'liq. Xaridor xohishini o'rganish uchun quyidagi savollarga javob topish kerak:

-kim sotib olyapti?

-nima sotib olyapti?

-qanday qilib sotib olyapti?

-qachon sotib olyapti?

-qayerda sotib olyapti?

-nima uchun sotib olyapti?

Firma iste'molchilarning tovar va mahsulot xususiyatlariga, bahosiga, reklamasiga yondashuvini yaxshilab bilib olsa, u boshqa raqobatchilar oldida katta va hal qiluvchi yutuqqa ega bo'ladi. Shuning uchun ham korxonalar va ularning ilmiy-texnik xodimlari ushbu masalaga katta ahamiyat beradilar.

Buning uchun:

-iste'molchini qiziqtiruvchi, undovchi, yo'lga soluvchi va shu ko'rinishdagi boshqa faktorlar;

-iste'molchining xilma-xil tashqi taassurotlarga bo'lgan javob reaksiyasi katta ahamiyatga ega;

Birinchi guruhga tovarlar xizmati, uning bahosi, tarqalish usullari va sotib olishga qiziqtirish omillari kiradi. Bundan tashqari iqtisodiy, ilmiy-texnik, siyosiy va madaniy omillar ham kiradi. Tovar va mahsulotning turini tanlash, tovar va mahsulot markasini tanlash, tovar va mahsulotni sotishni uyushtiradigan dillerlarni tanlash, tovar va mahsulot sotib olish vaqtini tanlash, tovar va mahsulotni sotib olish hajmini tanlash hamda xaridor xohishini o'rganish orqali yuzaga keladi. Xaridorning bozordagi faoliyatiga jamiytdagi madaniyat, sotsial holat, ruxiyati ham ta'sir ko'rsatadi.

Xarid qilish haqidagi qarorga kelishda xaridor quyidagi bosqichlardan o'tadi.

- biror narsani sotib olish haqida fikr yuritish;
- kerakli tovar haqidagi axborotni olish;
- xilma-xil variantlarni hisobga olish orqali muvofiq variantni tanlash;
- tovarni sotib olish haqidagi qaror qabul qilish;
- sotib olingan tovarga nisbatan xulosa yasash.

3. Maqsadli bozor marketingi va uning vazifalari

Bozor munosabalari rivojlangan mamlakatlarda marketing deb ataluvchi iqtisodiy usul qonun-qoidalar tizimida puxta ishlab chiqilgan.

Marketing tovar va xizmatlarini ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga yoki foydalanuvchi tomoniga qarab qiladigan harakatni boshqaradigan ishbilarmonlik faoliyatidir.

Marketing deganda kerakli foyda kerakli vaqtda hamda biror-bir tovar yoki xizmat haqidagi taklifni kerakli odamlarga bildirish tushuniladi.

Marketing oldidagi maqsadlari xo'jalik vazifalarini yaqqol ifodalab, korxona shunday sifatli mahsulot tayyorlash kerakki, uni sotish va xaridorga yetkazish qulay bo'lsin.

Hozirgi paytda marketing bozor konsepsiyasi tarzida boshqarishda firmaning faqat bozor strategiyasini emas, balki ishlab chiqarish strategiyasini ham belgilaydigan yetakchi vazifani bajaradi. Marketingning asosiy vazifalari quyidagilar:

- bozorni va unda marketing faoliyatini amalga oshirish bilan bog'liq muammolarni o'rganish;

- mahsulot assortimentini rejalashtirish;
- mahsulot savdosi va taqsimot muammolarini hal qilish;
- talabni shakllantirish va savdoni kuchaytirish bilan bog'liq ish turlarini rivojlantirish;
- korxona joylashuv yerini tanlashga ta'sir etuvchi asosiy omillarni o'rganish.

Korxona joylashuv yerini tanlashga ta'sir etuvchi asosiy omillar bo'lib, makromuhitga, demografik, iqtisodiy, tabiiy, texnika va madaniy faktorlar hisoblanadi.

1. Demografik faktorlar, aholi sonining o'sishi zichligini o'rganish bilan bog'liq.

Bu aholi ko'payish sur'atining tezlik bilan o'sishi bozorning o'sishiga va uning strukturaviy jihatdan o'zgarishiga olib keladi. Yosh bolalar tug'ilishining kamayishi yoki ko'payishi tegishli mahsulotlar yoki xizmatlar hajmini ham o'zgartiradi. Katta yoshdagi aholi foizining ko'payib ketishi tegishli tovarlar sonining ko'payishiga olib keladi.

Oilada turmush tarzini o'zgartirish ham iste'mol bozoriga ta'sir ko'rsatadi.

2. Iqtisodiy omillar-aholi xarid qilish qobiliyati o'zgarishi bilan bog'liq. Aholining xarid qobiliyati aholinig daromadidan, baholar darajasidan, bankdagi qo'yilmalardan va kredit resurslarning olinish shart-sharoitlaridan kelib chiqadi. Yuqori ishsizlik darajasi va kredit olish bahosining o'sishi aholining xarid qobiliyatiga ta'sir etadi.

Iqtisodiy sharoit mushkullashganda arzon tovarlar sotib olish, arzon xizmatlardan foydalanishga harakat qilinadi.

3. Tabiiy omillar korxona faoliyati bilan bog'liq ravishda atrof-muhitning va tabiiy sharoitlarning o'zgarishi. xomashyo yetishmovchiligi va energetika bilan bog'liq. Jumladan, suv va havo tabiiy omillarning cheksiz ishlatilishi mumkin bo'lgan asosiy turlaridan biri bo'lib, ba'zi sanoat ishlab chiqarish yo'nalishlari atmosferaning azon qatlami yemirilishiga yoki suv xavzalarining qattiq ifloslanishga olib kelishi mumkin. Shuning uchun korxona tabiiy resurslarga zarar yetkazmasdan oldini olish imkoniyatlarini qidirish lozim.

4. Ilmiy-texnika taraqqiyoti omili fan-texnikaning rivojlanishi, yangi sohalarining vujudga kelishi bilan bog'liq omillar. Bu omillar

biotexnologiya, genetik- injeneriya, qattiq jism elektronikasi, kosmik materialshunoslik, qumli batareyalar, elektromobillar hisoblanadi.

5. Madaniy omillar-insonlarning dunyoqarashi, fikrlash usullari, turmush tarzlari, madaniy munosabatlari hamda birlari bilan aloqalari kabilar bilan bog'liqdir.

14-mavzu: BOZOR VA MARKETING

1. Marketing mazmuni va korxona vazifalari

Tadbirkorlik faoliyatining bozor iqtisodiyoti sharoitida samarali rivojlanishi uning marketing xizmatlari bilan shug'ullanshini talab etadi.

Marketing tadbirkorlik faoliyatining boshqaruvida uning asosiy yo'nalishi hisoblanadi. Tadbirkor nafaqat bozor iste'mol talablarini o'rganish asosida o'zining ishlab chiqarishini iste'mol talablariga yo'naltiradi. U ishlab chiqarish vositalariga, xomashyolariga, ish kuchiga bo'lgan talab va takliflarni ham o'rganish asosida, ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan ishlab chiqarish vositalarini sotib oladi.

Tadbirkor ishlab chiqarish xarajatlarini mahsulot birligiga kamaytira borish sohasida ham marketing xizmatlaridan foydalanadi. Chunki ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirib borish ularning samaradorligi o'sib borishini ta'minlashning eng asosiy yo'lidir. Marketing tadbirkorlari ma'lum texnik-iqtisodiy tasniflarini o'rganadi. Ular iste'mol tovarlari harakatlarini o'rganish, sotilgan tovarlarga zarur bo'lgan xizmatlarni tashkil etish, iste'mol mahsulotlarini iste'mol qiluvchi subyektlarga yetkazish samaradorligini oshirish uchun uni samarali tashkil etish, xodimlarni moddiy rag'batlantirish asosida iste'molchilarning iste'molga bo'lgan talablarini oshirib borishdan iboratdir.

2. Marketingning axborotlar tizimi bilan bog'liqligi

Marketing iste'molchilarning nainki, shu bugungi, shu lahzadagi manfaatlarini, balki eng muhim kelajakdagi manfaatlarini ham qondirishga qaratilgan tovarlar (xizmatlar) ishlab chiqarish va uni iste'molchilarga yetkazib berish bilan mahkam bog'langan faoliyat turidir. Iqtisodda ishlab chiqarish bilan iste'mol o'rtasida sodir bo'ladigan hamma munosabatlar marketing toifasiga kiradi.

Agar bozor-xaridor bilan sotuvchi uchrashadigan joy bo'lsa, marketing ularning uchrashuviga yordam beradigan faoliyatdir. Marketing-mahsulotni oddiy reklama qilishdan kattaroq narsadir.

U buyumlar oldi sotdisini, hajmini va joylashtirishni ularning turlarini rejalashtirishni tadqiq qilishni, tovarning bozorda o'tishini, iste'molchiga xizmat ko'rsatishni pul bilan ta'minlashni, sug'urta va boshqalarni o'z mollari, xizmatlari uchun xaridorlar bozorini topadilar. Marketingning asosiy vazifalari quyidagi 1-chizmada keltirilgan.

Marketingning asosiy vazifalari

Marketing vazifalari	Marketing vazifalari mazmuni
Axborot	Firmalar xizmatlarni, ishlab chiqargan tovarlarini sotish uchun bozorlar talabi haqida axborot to'playdilar.
Ishlab chiqarishni tashkil etish	Ishlab chiqarishni tashkil etish uchun zarur bo'lgan resurslar bilan ta'minlash.
Tayyor mahsulotlarni iste'molchilarga yetkazish	Tovarlar ulgurji sotiladigan joyga eltib qo'yilishi lozim.
Standartlash va xillarga ajratish	Tovarlar va xizmatchilar uchun muayyan tavsiflar belgilanadi. Tovarlar ana shu tavsiflar sifati va katta kichikligiga qarab xillarga ajratiladi.
Sotish	Tovarlarni reklama targ'iboti asosida sotishni tashkil qilish.
Sotiladigan tovarlarni saqlash.	Tovarlar iste'molchilarga sotuvchi subyektlar tomonidan saqlanishini ta'minlash.
Pul bilan ta'minlash	Sotiladigan tovarlarni ulgurji xarid qilish uchun zarur pul yoki kredit bilan ta'minlash.
Sug'urtalash	Har qanday tadbirkor o'z faoliyatini sug'urtalashi lozim. Chunki, uning faoliyati tavsakalchilikka asoslangan sug'urtalash uning faoliyat xavfsizligini ta'minlaydi.

Marketing o'zining tarixiy rivojlanishiga ega. Marketing XIX asr oxirlari va XX asr boshlarida kapitalistik korxonalarining ishlab chiqarishini, tayyor mahsulotlarni sotishni va savdo faoliyatini xaridorlar talabiga qarab tashkil etish va boshqarib borishning bir tizimi sifatida paydo bo'ldi.

Bozorga kompleks yondashishdan iborat bo'lgan marketing bosh manbalari turli mamlakatlarda qadim zamonlarga borib taqaladi. Tovarlar ishlab chiqarish xizmatlar ko'rsatishni tashkil etishdagina emas, balki savdoda, ilmiy tadqiqotlarda, inson faoliyatining juda turli-tuman sohalarida ham marketingdan keng foydalana boshlanganidan keyin u yana bir bor kashf etildi.

Marketing yo'li bilan yondashish konsensiyasi iqtisodiy jihatdan rivojlangan mamlakatlardagi bozor munosabatlarining tabiiy taraqqiyoti oqibatida paydo bo'ldi. Ishlab chiqarishning rivojlanishi, fan -texnika taraqqiyoti natijasida, ijtimoiy mehnat taqsimotining chuqurlashuvi natijasida marketing faoliyat barcha sohalarida qo'llanila boshlandi.

Sobiq sotsialistik tizim davrida tashqi marketing faoliyati markazdan boshqarilgan. Ichki iqtisodiyotda talab, taklif kategoriyalariga rioya qilinmagan, natijada marketing faoliyatiga ichki iqtisodiyotda deyarli amal qilmagan.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish marketing tamoyillarini o'rganishni va uni hayotga tatbiq etishni talab qilmoqda. Respublikamizda shu kunda marketing faoliyati yo'lga qo'yilgan. Respublikada marketing tadqiqotlarini olib borish talab va taklif qonunlari o'rtasidagi nisbatlarning muqobillashtirish maqsadida tashkil etmoqda.

3. Marketing faoliyatini boshqarish va uni nazorat qilish

Tadbirkorlikda marketing faoliyatlarini amalga oshirishda quyidagi tayyorgarlik bosqichlari mavjud bo'lishi kerak.

- o'rganish va izlanishlarni tashkil etish;
- bozorni segmentlashtirish va bu segmentlarni o'rganish;
- tovarni tegishli segmentlarda joylashtirish;
- xilma-xil chora-tadbirlarni amalga oshirish;
- tegishli marketing siyosatini tatbiq etish;
- marketingni segmentlararo rejalashtirish;
- marketing nazoratini amalga oshirish.

Marketingni ishlab chiqarish, boshqarish va bozor yo'nalishidagi savdo-sotiqni yagona bir tizimi sifatida ikki jihatdan qarash mumkin.

Birinchi boshqaruv marketinggi korxonani boshqarishdagi muayyan tafakkur tizimidan iborat. Korxona bozor yo'nalishida faoliyat olib boradi va bozor talablariga moslashishi lozim. Ishlab chiqariladigan mahsulotning texnika ko'rsatkichlari bilan birga uning iste'mol manfaatlarini ham takomillashtirishga e'tibor beriladi.

Boshqaruv marketingini tashkil etish mahsulot savdosini nazorat qiladigan marketing bo'limi va xizmatlarini barpo etish

bilangina chegaranlanmay, korxonaning o'z marketing tizimini tashkil etish yo'li bilan ham amalga oshiriladi. Bu tizim 3 qismdan tashkil topadi:

- tashkiliy boshqaruv bu marketingni tashkil etish bilan shug'ullanadigan xizmatdan iborat. Uning vazifasi korxonaning barcha bo'linmalarini zarur bozor axborotlari bilan ta'minlash, ularning bozor talablari bilan bog'liq bo'lgan barcha ishlarini o'zaro muvofiqlashtirishdir;

- tadqiqotlar yo'nalishi-korxona marketingining bozor, ishlab chiqarish, narx, reklama kabi sohalarni qamrab olgan holda tadqiq etishning uslubiy, axborot yo'llari va qoidalaridan iborat bo'lishi kerak;

- dasturiy nazorat tarmoqlar-korxonalarida marketingni maqsadli dasturlar asosida nazorat qilish. Bundan maqsad bozordagi mavjud vaziyatlar va korxonalar quvvati imkoniyatlariga qarab, turli davrda strategiya, taktika, operativ bozor faoliyatini shakllantirishdir.

Marketing ishlab chiqarishni boshqarish tizimi sifatida "korxonaning tafakkur tarzi" hisoblansa, bozordagi bevosita faoliyatdan iborat bo'lgan marketing korxonaning "harakat tarzini" shakllantiradi, va u marketingning turli usul va vositalaridan tashkil topadi va "marketing miqyosi"ni vujudga keltiradi.

Marketing miks asosida inglizcha 4 xil nomning bosh harflaridan iborat bo'lib, narx (price), mahsulot (product), mahsulotni joylashtirish (place), mahsulotni keng ommaga topshirish (promotion) hisoblanadi.

Korxona "marketing miks"ning turli ko'rinishlarini qo'llaydi, jumladan:

- tovar yoki xizmat sifatini va unga ko'rsatiladigan bevosita xizmat turlarini takomillashtirish;

- shart-sharoitlarga va aniq iste'molchilarga maqsadga muvofiq ravishda moslashuvchan narx siyosatini amalga oshirish;

- mahsulot va xizmat bilan uzviy bog'liq bo'lgan reklamani tegishli usullarda va yo'nalishlarda amalga oshirish;

- tovar va xizmatlarning bevosita va bilvosita savdosi xilma-xil usullarini qo'llash orqali kuchaytirish;

- mahsulot va xizmatlar sotish shart sharoitlarining mumkin bo'lgan hamma imkoniyatlarini ishga solgan holda takomillashtirish;

-tovar va xizmat harakati yo'llarini imkoniyat darajasida yaxshilash.

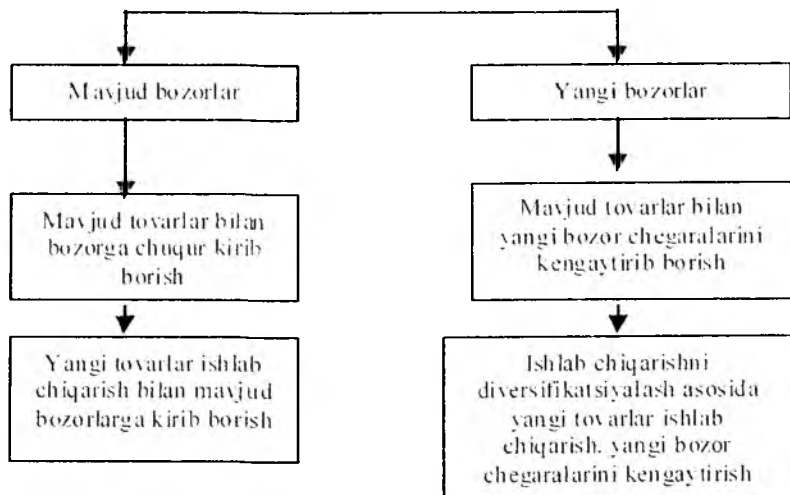
Marketing kompleksining asosiy elementlari quyidagilar:

-mahsulot; baho; taqsimot; kommunikatsiya; xizmat ko'rsatish va reklamadan iborat.

Marketing kompleksining elementlari quyidagi talablarga javob berish kerak:

-muvofiqlashish – marketing tarkibiy qismlarining bir-biri bilan uzviy bog'liqligini ta'minlashga;

-moslashuvchanlik – bozor talablari o'zgargan holda uning tegishli o'zgarishlar kiritish mumkinligiga;



5-chizma. Tovar va bozorlarning rivojlanishi

-iste'molchi talablarini hisobga olganlik real talablarga muvofiq ravishda o'zgartirilishi mumkinligi va bunda aniq iste'molchi yoki iste'molchilar guruhining spetsifik talablarini hisobga olish imkoniyati mavjudligini bildiradi.

Tovarlarni bozorda sotish imkoniyatlarini baholash uchun tovar va bozorning rivojlanishi to'ri (setka) ishlatiladi. Buni quyidagi rasmdan ko'rish mumkin.

Bozorga chuqurroq kirib borishning ma'nosi shundan iboratki, bunda tanlangan xaridorlar guruhiga sotiladigan tovarlar hajmini tovarga hech qanday o'zgarish kiritmasdan ko'paytirishga intiladi.

Demak, firma bu tovarlar bilan mavjud bozorlarda ish olib boradi. Firma tovarning narxini tushirilishi, reklamaga ketadigan sarf-xarajatlarni ko'paytirish, etiketkalarini yangilash, tovarni ko'proq savdo tarmoqlariga sotishni uyushtirish kabi usullarni ishlatishi mumkin. Bozor chegaralarini kengaytirishda firma ilgari mavjud bo'lgan tovarga yangi bozorlarni topishga harakat qiladi. Masalan, demografik bozorlarini yoki geografik bozorlarni tadqiq etadilar.

Yangi tovarlar ishlab chiqarish usullarida mavjud bozorlarga yangi turdagi tovarlar yetkazib berish ko'zda tutiladi. U asosan tovarlarga maxsus qo'shimchalar yoki o'zgarishlar kiritish asosida tovarlarni diversifikatsiyalash yo'li bilan chiqarilgan tovarlar orqali amalga oshiriladi.

Firma o'z faoliyatini olib borishda shu jumladan tayyor mahsulotlarni sotishda ham raqobatga uchraydi. Bir firma ishlab chiqarayotgan mahsulotlarni boshqa firmalar tomonidan ishlab chiqarilishi yoki shu turga yaqin bo'lgan, uning o'rnini bosa oladigan mahsulot ishlab chiqarilishi ham raqobatning kelib chiqishiga sabab bo'ladi.

Iste'mol tovarlari harakatlarini o'rganish, sotilgan tovarlarga zarur bo'lgan xizmatlarni muqobil darajada tashkil etish mumkin.

Demak, tadbirkorlik korxonalarini tovarlarni ishlab chiqarish va ularni iste'molchilarga yetkazish bilan bog'liq bo'lgan savollarga, marketing tadqiqoti aniq javoblar beradi, deb hisoblash mumkin.

4. Bozorda mahsulotlarni sotish tahlili

Tadbirkorlar tomonidan iste'mol bozorlarini tahlil qilish ishlab chiqarish jarayonini tashkil etishning asosiy yo'nalishini va maqsadini anglab olishni ta'minlaydi.

Chunki, har bir iqtisodiy mintaqada qanday tovarlar, qay hajmda, xarid qilib olinishi aniqlanmay turib, ishlab chiqarishni tashkil etish tadbirkorni sinishiga, ya'ni bankrot bo'lishiga olib keladi.

Tadbirkor iste'mol bozorini tahlil qilishda ikki asosiy omilga e'tibor berishi kerak:

Bu bozorning iste'mol qilish hajmini va tadbirkor ishlab chiqargan mahsulotlarini sotishi orqali oladigan foydasini.

Bozorning samarador bo'lishi ist'emolchilarning tovarlarni xarid qilish hajmiga va uning sotilish bahosiga bog'liq bo'ladi. Demak, tadbirkor ishlab chiqarish va tovar mahsulotlarining sotishdan mafaatdor bo'lishi uchun is'emol bozorini o'rganish asosida, unga zarur bo'lgan is'temol mahsulotlarini differensiyalashtirish asosida ishlab chiqarishni tashkil etishi zarur.

Ishlab chiqaruvchi tadbirkor is'temol bozori xususiyatlaridan va is'temolchilarini xarid qilish qobiliyatlariga javob bera oladigan hajmda zarur bo'lgan mahsulotlarni ishlab chiqishlari kerak.

Bozorning xarid qilish segmentlarini o'rganishda uni kompleks holatida o'rganish maqsadga to'g'ri bo'ladi. Bu holatda ishlab chiqarishning samaradorlik darajasi o'sib borishini kafolatlash mumkin.

Bozor segmentlari bozorlarni tashkil topish, ularning yaqin va uzoqlik darajasi mahsulotlarni xaridorgir qilib, is'temolchilarga ko'rsatish, uning sifati va qiymatini, bozorlarga transportlarni yaqin yoki uzoqligi savdo infratuzilmalarining, talabga javob berish va boshqa ko'rsatkichlardan tashkil topadi.

Ana shu bozor segmentlaridan, ko'rsatkichlaridan birini yoki ikkisini tanlab olgan holda ishlab chiqarishni tashkil etish mahsulotlarni kam ishlab chiqarish xarajatlari bilan ishlab chiqarishni ta'minlaydi. Uning ist'emol bozorida sotuvchi ham raqobatbardosh mahsulotlarning ishlab chiqarish yo'nalishlarini belgilashga xizmat qiladi.

Marketing xizmati bozor iqtisodiyoti sharoitda zarur bo'lgan iste'mol mahsulotlarini ishlab chiqarish, sotish va foyda olishni ta'minlashdir.

Tadbirkorlik korxonasining asosiy vazifasi talabgir mahsulotlarni ishlab chiqarishni tashkil etishdir. Tadbirkor ishlab chiqarishni tashkil etishda uni ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan shart-sharoitlar bormi yo'qligidan kelib chiqmaydi, balki ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarga ist'emol talabi bormi yo'qmi ana shunga asoslanadi.

Tadbirkor marketing tadqiqotlarini olib borishidan maqsad ishlab chiqarilayotgan mahsulot iste'molchiga qanchaga tushishini, ya'ni tannarxini aniqlashi va uni iste'molchilarga sotishni bilishi kerak. Bozor iste'mol tovarlariga bo'lgan talabni belgilaydi. Shuning uchun marketingning asosiy vazifasi ishlab chiqarish

mahsulotlarini iste'molchilarga yetkazib berish va uni sotish asosida foyda olish zaxiralarini aniqlashga qaratilishi lozim. Bozor iqtisodiyoti sharoitida erkin raqobatni kuchaytirish va bu raqobatga har bir korxona o'z mavqeini saqlash uchun hamma chora-tadbirlarni ko'rishga harakat qiladi. Tadbirkorlik korxonalari o'zlarining shart-sharoitlaridan kelib chiqqan holda bozordagi holatni o'zlarining ishlab chiqarishlariga mos-lashtirishga intiladilar. Albatta, bunday o'zgarishlar ma'lum bir vaqtni talab etadi. Buning uchun tadbirkorlik korxonalari marketing tadqiqotlari strategiyalariga ega bo'lishlari kerak. Marketing strategiyasi uning maqsadidan kelib chiqadi. Marketing strategiyasini ishlab chiqish uning har bir yo'nalishlari bo'yicha strategik rejalarini ishlab chiqarishni talab etadi.

Ana shu strategik rejalashtirish korxonaning biznes-rejalarida amalga oshirish uchun zarur bo'lgan tadbirlar tariqasida belgilanadi.

Marketing strategiyasi asosiy vazifasi korxona faoliyati boshqaruvida shunday bozor talablariga javob beradigan sifatli mahsulotlarni ishlab chiqarishi bilan nafaqat foydaning o'sib borishini, balki iste'mol talablarini to'liq qondirishni ta'minlay oladigan bo'lishi kerak.

Tadbirkor korxonalarni marketing sohasidagi asosiy vazifalarini quyidagilar bilan belgilash mumkin:

1. Bozorning iste'mol talablarini o'rganish asosida uning uchun ishlab chiqarishlari zarur bo'lgan mahsulotlarni aniqlash.
2. Bozor iste'mol subyektlarini xarid qilish qobiliyatlariga moslashgan iste'mol mahsulotlarini ishlab chiqarish.
3. Ishlab chiqarilgan mahsulotlarni alternativ sotishning eng muqobil usulini tanlash muomala xarajatlari asosida amalga oshiriladi.

Natijada tadbirkorlik korxonalari foydalarining o'sib borishi ta'minlanadi.

Bozor segmenti tadbirkorlik samaradorligini ta'minlasa, bu bozor segmentini qo'llash maqsadga to'g'ri keladi, deb hisoblash mumkin.

Bozor segmentlarida tadbirkor tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlarini belgilangan vaqtda sotishi va o'z vaqtida bozorga chiqishi iste'molchilar bilan muloqotda bo'lishi katta ahamiyatga ega.

Bozor segmentlarini makro va mikro segmentlariga bo'lib, o'rganish ham katta ahamiyatga ega. Makro darajadagi bozor

segmentlari asosan ishlab chiqarish korxonalarining mintaqaviy darajada joylashishlari, ularning ist'emol bozoridagi hissalarini va qaysi yo'nalish tarmoqlari bo'yicha ishlab chiqarishni rivojlantirish zarurligi aniqlanadi.

Mikrosegmentariya asosida esa tadbirkorlik korxonalari tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlarni taqsimlash uni ist'emol bozorida sotish harakatlari belgilanadi.

Umuman, bozor mikrosegmenti bir xil turdagi mahsulotlarni yiriklashtirilgan holda sotish strategiyalarini ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'ladi. Shu bilan birga ist'emolchilarning xulq-atvorlari ham e'tiborga olinadi.

Mikrosegmentatsiya asosida ist'emol talabi o'rganiladi va tegishli mahsulotlar bo'yicha ma'lumotlar olinadi. Bu yerda albatta ist'emol bozori yoki korxona rahbarlarining xulq-atvorlarini o'rganish ham katta ahamiyatga ega.

Bozor segmentlarini o'rganishda albatta o'zgaruvchan segmentlarni cheklab olish zarur. Ular iste'mol mahsulotlari talabgorlari tasnifi, mahsulotlardan foydalanish, iste'mol va bozorning chaqqonligini, iste'molchilar to'g'risida ma'lumotlar yig'ishni ifoda etadi. Ana shu ma'lumotlar asosida tegishli xulosalar chiqariladi. Bozor segmentlarini o'rganish asosida bozor maqsadlari aniqlanadi va uning eng samarali varianti amalda tadbiiq qilinadi.

Marketing segmentatsiyasi strategiyasini ishlab chiqarishda iste'mol bozoriga taklif etayotgan tovarlarga nisbatan raqobat qiluvchi tovarlar bormi yo'qilg'i ham aniqlanadi.

Shunday qilib, tadbirkorlik korxonalari bozor segmentlarini o'rganish asosida o'zlarining mahsulotlarini ist'emol bozorida ma'lum mavqelik darajasida joy olishini ta'minlaydilar.

15-mavzu: KORXONALAR BOSHQARUVI

1. Bozor sharoitida korxonalar boshqaruviga hozirgi zamon yondashuvi

Bozor iqtisodiyoti munosabatlri asosida milliy iqtisodiyotni rivojlantirish va mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy mavqeini ko'tarish, jahon iqtisodiyotida uning o'z o'rnini egallashi milliy iqtisodiyot subyektlarini samarali ishlab, daromadlarini o'sib borishini ta'minlashlariga bog'liq.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida har bir mustaqil korxona ishlab chiqarish resurslarida qay darajada foydalanish, qancha miqdorda ish kuchlarini ishlab chiqarishga jalb etish masalalarini hal etadi.

Bozor munosabatlari sharoitida korxonalarining jamiyat va uning a'zolari oldida ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan javobgarligi yuqori bo'ladi. Ishlab chiqarish jarayonining o'sishi qancha xomashyolar, ishlab chiqarish vositalari texnika va texnologiyalar asosida ishlab chiqarilganligi bilan emas, balki ulardan qay darajada samarali foydalanishi asosida, ularning aholi tomonidan xarid qilib olinishi bilan ifodalanadi. Ishlab chiqarish asosan uch guruhdagi omillardan foydalanish darajasiga bog'liq bo'ladi. Bu omillar: texnik-iqtisodiy, sotsial (ijtimoiy) guruhlaridan tashkil topadi.

Bu omillar ishlab chiqarish jarayonida yangi tejamkor texnika va texnologiyalardan ishlab chiqarishda foydalanish evaziga ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarini arzon va sifati bo'yicha iste'mol bozorida raqobatdardosh bo'lishini ta'minlashi mumkin. Bu ko'rsatkichlardan foydalanish doimiy ravishda bozor iste'mol talablaridan kelib chiqqan holda yangilanib borishini talab etadi.

Ijtimoiy (sotsial) — iqtisodiy omillar esa, ishlab chiqarish resurslarini, uning xodimlarining kasbiy mahoratlarini boshqarish metodlarini, korxona ishlab chiqarish faoliyatini motivatsiyalashtirish (yangilashtirish) bilan bog'liq. Bu omillar ishlab chiqarish jarayonida ulardan umumlashgan holda foydalanilganda uning samaradorligi yuqori bo'ladi. Milliy iqtisodiyotning tarmoqlari va korxonalarining iqtisodiy samarali rivojlanishi mintaqaviy omillarga bog'liq. Bu omillar mintaqalardagi tabiiy-iqlim sharoitlaridan, ularning tabiiy boyliklaridan, mehnat resurslari bilan ta'minlanishidan va mahalliy darajada qabul qilingan qonunlar va soliq to'lovlarini tashkil etish darajalaridan tashkil topadi.

Shu bilan birga hozirgi bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chiqarish jarayoni bozor iste'mol talablariga tez moslasha olish qobiliyatlariga ega bo'lishi lozim. Korxonalar iste'mol bozori talabi asosida ishlab chiqarish yo'nalishlarini o'zgartira olishi va mahsulotlar turi sifatini takomillashtirib borishlari kerak. Bu esa korxona faoliyati nazoratini va boshqarishni talab etadi. Boshqarish nafaqat korxona ishlab chiqarishni, balki uning ishlab chiqargan iste'mol mahsulotlari harakatining iste'molchilarga yetib borishini

ham nazorat qilishni talab etadi. Bozor sharoitida iqtisodiy rivojlanish ma'lum noaniqliklar bilan bog'liq. Shuning uchun uni boshqarish zaruriyati yuqori bo'ladi.

Bozor raqobati ishlab chiqarish korxonalarining tadbirkorlik faoliyatlarini doimiy ravishda bozor iste'mol talablari asosida olib borishga da'vat etadi. Bu esa umumiy mujassamlashgan holda nafaqat ishlab chiqarish balki bozor, uning iste'mol talablarini ham boshqarishni huquqiy va iqtisodiy tomondan takomillashgan holda boshqarishni talab etadi. Xulosa qilib aytish mumkin, boshqaruv quyidagi talablarga javob berishi kerak:

- boshqaruv eng kam darajadagi xarajatga asoslanishiga;
- boshqaruv bo'limini (apparatini) yuqori malakali mutaxassislar bilan shakllantirishga;
- boshqaruv bo'limlari ko'rgazmalariga rioya qilishga;
- sifatli va raqobatdosh mahsulotlarni ishlab chiqarishga;
- ishlab chiqarish iste'molchilariga yo'naltirilgan bo'lishiga intilish zarur.

2. Boshqaruv shakli va turlari

Xalq xo'jaligida boshqarishning umumiy tizimidagi tutgan darajasiga qarab barcha boshqaruv boshqaruvning quyi o'rta va yuqori bo'limiga ajratiladi. Boshqaruvning quyi bo'limiga: ustalar, katta ustalar, prorab, kichik sexlarning boshliqlari bo'lim va xizmat qilishdagi boshliqlar kiradi. Bosh-qaruvchilarning o'rta bo'limiga: korxona birlashma boshliqlari, o'rinbosarlari va yirik sexlarning boshliqlari kiradi. Bosh-qaruvchilarning yuqori bo'limiga-yirik korxonaning, birlashmalarning, vazirliklarning boshliqlari va o'rinbosarlari kiradi.

Ma'muriy buyruqbozlik tizimida vertikal boshqarish amal qilganligi sababli boshliqlar tayinlangan.

Bozor iqtisodiyotida mulkchilikning turli-tuman shakllarining amal qilishi, xususiyl mulkka egalik qilish ulushining oshib borishi gorizontall boshqarishga o'tishini taqozo etadi. Xususiyl mulk yo'llanma boshqaruvchilarga menejerlarga bo'lgan talabni oshiradi.

Boshqaruvga oid vazifalar menejerlar zimmasiga ham (shaxsiyl boshqaruv) shuningdek, ularning bevosita ishtirokisiz, o'rinbosar menejer tashkilotlari zimmasiga ham (noshaxsiyl boshqaruv) yuklatilishi mumkin.

Noshaxsiy boshqaruv-boshqarishning shunday bir shakli, bunda boshqaruvchilarga "iroda"ni shakllantirish hamda ta'minlash ishlariga menejerlarning bevosita ishtirokisiz ta'sir o'tkazib boriladi. Menejerlarsiz boshqaruv ko'pincha vositachilar, xodimlarning malakaviy darajalariga bog'liq holda iqtisodiy samaradorlikning o'sib borishini ta'minlaydi. Korxona boshqaruvi bozor iqtisodiyoti sharoitida ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatga ega. Uning ijtimoiy ahamiyati ishlab chiqarish kuchlarini ishga joylashtirish, ishbilarmon mehnatga yaroqli shaxslar bilan ta'minlash ularning turmush sharoitlarini yaxshilab borishga olib keladi. Iqtisodiy ahamiyati ishlab chiqarish xodimlarining malakaviy darajalarining yuqori bo'lishi tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy samaradorligining o'sib borishini ta'minlaydi.

Ular umumiy boshqaruv kompleksiga (umumiy boshqaruv subinstitutlari) yoki boshqaruvning ayrim funksiyalariga (maxsus boshqaruv subinstitutlari) birlashtirilgan bo'lishi mumkin. Noshaxsiy boshqaruvning umumiy subyektlari ro'zg'orga mablag' ajratish, ijtimoiylashtirish va tabaqa-lashtirishdir.

Maxsus boshqaruv subyektlari sifatida malakali mutaxassislardan foydalanilganda boshqaruv ishlarini osonlashtirish uchun kasb va ixtisosliklar tahlil qilib chiqiladi.

Shaxsiy boshqaruv bevosita boshqaruv organlari (menejerlar) yordamida amalga oshiriladi. Boshqaruv vazifalarini bir tomondan mulkdorning o'zi bajarishi mumkin. U o'z faoliyatini yengillashtirish uchun boshqaruv organlarini yaratib, boshqaruv funksiyalarini ularning zimmasiga yuklashi ham mumkin. Ikkinchi tomondan boshqaruv funksiyalarini menejerlar o'z zimmalariga olishlari mumkin. Shu bilan birga mulkdor maslahat berib turish va nazorat qilib borish funksiyalarini ham bajaradi yoki nazoratga doir o'z huquqlarini uchinchi shaxsga berib, shu shaxs orqali nazorat olib boradi.

Menejerlar bilan oddiy xodimlarning hamkorligi va o'zaro munosabati ularning lavozimiga ko'ra egallab turgan o'rni bilan ifodalanadi. Yuqori darajada rivojlangan bozor-xo'jalik tizimlarida lavozimlarning pog'onalik tizimlari pasayib barayotgani sezilmoqda.

Zamonaviy menejer jamoat ishlab chiqarishida: a) boshqaruvchi; b) diplomat; e) yetakchi; g) murabbiy; d) innovator; e) inson sifatida maydonga chiqadi.

Boshqaruv-menejerning vazifasi azaldan unga xos bo'lgan an'anaviy vazifalar hisoblanadi. U boshqaruvchilik vazifasini ado etar ekan, menejer hokimiyatga ega shaxs bo'lib qoladi. Menejer halol, labzida turadigan, yuksak kasb mahoratiga ega, ish yuzasidan muomala qilish ko'nikmalarini o'zlashtirgan, notiq, maslahatchi, pedagog va psixolog mahoratiga ega bo'lishi lozim.

Diplomat-menejer. Ular asosan muzokaralar olib borish bilan shug'ullanadilar. Muzokaralar mamlakat ichki va tashqarisida bo'lishi mumkin.

Yetakchi-menejer. Menejer vazifasi bilan yetakchilik vazifasi bir ma'noni anglatmaydi. Menejer o'z orqasidan kishilarni ergashtirib, yangilik tomonga ilgari olib borish xususiyatga ega bo'lishi kerak.

Zamonaviy nuqtai nazarga muvofiq yetakchilik funksiyalari ikki qismdan-professional-texnokratik va emotsional-shaxsga oid qismlardan tarkib topadi.

Murabbiy-menejer. Ishlab chiqarish jarayonida yoshlarga o'rnak ko'rsata olishi lozim. Innovator menejer korxonaga yaxshi texnika yutuqlarini o'z vaqtida qo'llay oladigan korxonaning raqobatbardoshligini ta'minlay olish imkoniga ega bo'ladi. Buning uchun menejer doimo yangiliklardan xabardor bo'lishi va uni hayotga tatbiq etishi lozim. Menejer bozor iqtisodiyoti o'zgaruvchanligini doimo kuzatib borishi kerak.

3. Xodimlarni ishga qabul qilish boshqaruvi.

Korxonalar boshqaruvida xodimlarni tanlash va ishga qabul qilish ishlab chiqarishni yuqori darajada tashkil etishning asosidir.

Xodimlarni ishga qabul qilish avvalo hozirgi zamon bozor iqtisodiyotiga mos holatda olib borilishi kerak.

Kadrlar siyosati va boshqaruv san'ati bu mamlakatda eng yaxshi boshqaruv kadrlarni uzoq muddatga tayyorlashdir. Kadrlar siyosati korxonalarda, firmalarda korporatsiyalarda mutaxassislarni qayta tayyorlash, uzoq muddatli dasturlarda ishlab chiqilishi kerak. Chunki, yangi biznes usullarida tadbirkorlik soxalari bilan shug'ullanuvchi kadrlar kerak. Korxonada ishchilarni ishga qabul qilish asosan kadrlar bo'limi orqali amalga oshiriladi. Bu bo'limning asosiy maqsadi quyidagilardan iborat:

-kadrlarga bo'lgan talabni ishlab chiqarish yo'nalishiga asosan rejalashtirish;

-kadrlarni tayyorlash va baho berish uslubini ishlab chiqarish;

-yosh kadrlarni tarbiyalashni rejalashtirish;

-boshqaruv uslubini takomillashtirishdan iborat.

Kadrlar bo'limi xodimlari bajaradigan ishlari bo'yicha yo'riqnoma mavjud bo'lib, ulardan bir nechtasini ko'rib chiqamiz:

-korxona mutaxassislarini to'g'ri va samarali joylashtirish maqsadida, ularning ish bilish va boshqa sifatleri tahlili;

-kadrlarni joylashtirish va foydalanish bo'yicha imtihon (test) qabul qilish, ishdan ishga o'tkazish yoki bo'shatishni rasmiylashtirish;

-mehnat daftarchalarini to'ldirish va saqlash;

-bo'shayotgan ishchi va xizmatchilarni ishga joylashtirish bo'yicha tadbirlar;

-kadrlar ishi bo'yicha hisobot tayyorlash.

Kichik tadbirkorlik tashkilotlarida kadrlar bo'limi faoliyatini qobiliyatli xodimning o'zi ham bajarishi mumkin.

Korxonaning kadrlar siyosatini amalga oshirish jarayonida xodimlarni ishga yollash haqidagi qonunlarga rioya qilish kerak. Ularga ko'ra, ish kuni, ijtimoiy muhofaza, sanitariya normalari, texnika xavfsizligi qoidalari belgilanadi.

Ish tahlilida ishchilarning huquqlari, ishlash sharoiti, ishning ijtimoiy bazasi va boshqa savollar tahlil qilinadi. Bunda quyidagi asosiy ehtiyojlar aks ettiriladi:

-ish turlari;

-ishning umumiy tasnifi, uning berilishi, shu turdagi ishlardan farqi;

-ishning fizik jihatlari;

-kadrlar malakasiga talablar;

-kadrlarning bandlik shartlari.

Ishchilarning samarali ishlashi uchun quyidagi talablarni aniqlash zarur:

-bilim darajasi;

-jismoniy jihatlari;

-tajribaga egaligi;

-tirishqoqligi;

- qiziqishi;
- xarakterli belgilari.

Bo'lajak ishchini ishga olishda u bilan suhbat, imtihon o'tkaziladi.

Bozor iqtisodida inson mehnati mashina, material va kapitalga o'xshab ishlab chiqaruvchi omil hisoblanadi.

Ishchilarni to'g'ri tanlash uchun ikki xil ichki va tashqi chegara mavjud.

Ichki chegara — bu korxona tomonidan qabul qilingan va tatbiq qilingan me'yordir.

Tashqi chegara — bu o'z ichiga qonunlashgan me'yorlarni olgan, reglamentlangan hujjatlardir.

Masalan, mehnat va mehnatning sanitariya normalari, kadrlar bo'limi ishning mazmuni ishchilarni yollash va korxonaning mehnat rezervlarini saqlash va rivojlantirishdan iborat.

U quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi:

- mutaxassislarni mas'uliyatli mansabga tanlash;
- ishchilarni mansabga yollash;
- ishchilarni ishdan bo'shatish;
- mutaxassislarni saqlash umumiy rejasini bajarish tizimi.

Birinchi bosqichga mansabga nomzod bo'lgan shaxslar haqida ma'lumot to'plab, ularning o'z ishini bajara olishi tekshiriladi. Ularni solishtirib tahlil qilinadi va mansabga mos keladigan nomzod tanlanadi.

Ikkinchi bosqich — ishchilarni yollash—bu insonning huquqiy ishga olinishi bilan bog'liq. Mehnat qonunlarini ishlovchilarning korxona bilan munosabatini boshqaradi. Bu qonun korxonaning hamma turlariga tegishli bo'lib, unda quyidagilar aks ettiriladi:

- ish vaqti va dam olish vaqtini reglamentlash;
- kafolat va mehnat axloqi;
- mehnatni muhofaza qilish;
- kasaba uyushmalari;
- mehnat nizomlari;
- ish haqi haqida umumiy ko'satmalar.

Uchinchi bosqich—bu ishdan bo'shatishdir. Ishchini bo'shatish uning xohishiga yoki ma'muriy boshqaruv ko'rsatmasiga binoan mehnat qonunlari va korxonaning ichki shartlarini hisobga olgan holda amalga oshiriladi.

Ma'muriy boshqaruv organi ishchini quyidagi mehnat shartlarini bajarmasa bo'shatishga haqlidir:

- korxonaning yopilishi;
- ishchining o'z ishiga noliyqligi aniqlangan bo'lsa;
- tez-tez ishga kelmaslik;
- ish joyida o'g'rilik qilish va h.k.

Ish potensialini saqlab qolish, mutaxassislar qo'nimsizligini kamaytirish, ishchi kuchi yetishmovchiligini oldini olish to'rtinchi bosqichda amalga oshiriladi.

Bunda vazifalarni to'g'ri taqsimlash va bu orqali jamoada ijodiy mehnat vaziyatini vujudga keltirish muhim ahamiyat kasb etadi. Har bir bo'lim bo'yicha ishga taqsimlangan ishchi bir bo'lim bo'yicha mas'uliyatni o'ziga oladi va rahbar oldida uning uchun javob beradi. Bu xodimni mehnatga ijodiy yondashuvga safabar qiladi.

Har bir yo'nalish bo'yicha boshqaruvi shini olib boruvchi mutaxassis o'zining tashkilotchilik qobilyatlarining to'la to'kis namoyon qilish imkoniyatiga ega bo'lishi ishonch va o'ziga jalb qiluvchi mehnat ijobiy his-tuyg'u uyg'otadi, charchashni bartaraf etib, yuqori unumli mehnat qilishga sharoit yaratadi.

Rahbarning yutug'i shundan iboratki, u bir necha kunlik majburiyatlardan ozod bo'ladi va o'z kuch-quvvatini tanho o'zi yechishi zarur bo'lgan masalalarga va topshiriqlarining bajarilishini nazorat qilishga sarflaydi.

4. Xodimlarga rahbarlik qilish

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi shaxslar o'zini ish jarayonini boshlash vaqtida ishlaydigan xodimlarni tanlay bilish va ularga rahbarlik qila olishga ega bo'lishi.

Rahbar ishbilarmon va xodimlar bilan muomala qila bilishi kerak Korxona rahbari boshqaruv uslublarini bilishi va uni takomillashtirib borishi kerak. Mohiyati va maqsadiga ko'ra boshqaruv uslubi tarbiyaviy, moddiy-rag'batlantiruvchi, ma'muriy-tashkiliy turlarga bo'linadi.

Tarbiyaviy uslub asosan insoniy ma'naviy takomillashishiga, psixologiyasiga va boshqa ijtimoiy xarakteriga mos ravishda takomillashtiriladi. Moddiy rag'batlantiruvchi uslub asosan jamiyat talablarini qondirishiga qaratilgan bo'lib, ishlab chiqarish

jarayonini va mehnat taqsimotini rejali olib borish uchun qo'llaniladi. Boshqarish usullarini takomillashtirishdan asosiy maqsad daromadni to'g'ri taqsimlash, har bir ishchi xizmatchi o'z mehnati bilan daromad olishini ta'minlashdir.

Tadbirkorning tashkilotchilik qobiliyati ham muvaffaqiyat garovidir. Tadbirkor rahbar tashkilotchilik qobiliyatining uning shaxsida namoyon bo'lishi quyidagi hollarda ko'rinadi:

- jamoadi sof axloqiy muhit paydo qila olish hammaning hamkorlikda harakat qilishini ta'minlay olish;

- odamlarni ishontira olishi va jamoadi o'zaro yaxshi munosabatlarning qaror topishi uchun shart-sharoitlar yaratishi.

Tadbirkor rahbarning odamlar bilan til topishib ishlashi quyidagilarda ko'rinadi:

- tadbirkor qo'l ostidagilarning nimaga qodirligini hisobga olib ishlarni taqsimlashi;

- odamlarni uyushtirishning eng muhim omillaridan foydalanish;

- har bir kishining ruxiy-psixologik kayfiyatlariga mos ravishda muloqot qilishi.

Tadbirkor rahbarning mehnatga bo'lgan munosabati ishbilarmonligi quyidagilar bilan:

- ishlab chiqarish va boshqa jabhalarda har xil muammolarni hal etishida eng qulay yo'llarni o'ylab topishi;

- vijdonlilik va adolatlilik;

- boshlagan ishini oxirigi yetkazish.

Tadbirkor rahbarning ijro etish qobiliyati quyidagilarda namoyon bo'ladi:

- kasbiy malaka va ko'nikmaga ega bo'lishida;

- texnik vazifalarni hal etishga uquvliligida;

- yangiliklar va g'oyalarni ishlab chiqarishga joriy etib borishda.

Tadbirkorning rahbarlik qarorlarini qabul qilishidagi uquvi:

- mustaqil ravishda qarorlar qabul qila olishi;

- qabul qilingan qarorlarning oqibati va natijalarini ko'ra bilishi;

- ishlab chiqarishda sodir bo'luvchi turli holatlarni hisobga olib borishi, tanglikdan qutulish yo'llarini izlashi;

- noto'g'ri qaror qabul qilganda o'z xatolarini bo'yniga olishi;

- xodimlarni boshqaruv masalalarini hal etishda ifodalanadi.

Tadbirkor rahbarning odamlarga munosabati quyidagilarda namoyon bo'ladi:

- o'z va'dasi ustidan chiqishida;
- odamlarni bir-biridan ajratmasligi, hammaga bir xil munosabatda bo'lishida;
- o'z qo'l ostidagilarga va boshqalarga ibrat bo'lishida, o'zini tuta bilishida, odobli va muloyim bo'lishida;
- odamlarga ehtiyotlik bilan munosabatda bo'lishi, imkon qadar har bir kishining ruxiy-psixologik xususiyatlarini hisobga olib, muomalada bo'lishida ifodalanadi.

Tadbirkor rahbar o'z-o'ziga talabchan bo'lishi kerak, bu quyidagilarda namoyon bo'ladi:

- o'z xatti-harakatlarini tanqidiy baholay olishida;
- o'z imkoniyatlarini hisobga olib ishlashida;
- boshqalarning unga bergan yaxshi-yomon baholarini tahlil etib borish va o'z faoliyatida namoyon qilishida.

Tadbirkor rahbar quyidagi psixologik xususiyatlarga ega bo'lishi kerak. U kuchli xotira, doimiy diqqat, sog'lom aql, keng fikrli, muammo mohiyatini tez anglash, ma'naviy qiziqishlarga ega bo'lish fikrini og'zaki va yozma tushunarli va aniq bayon eta olishi kerak. Shuningdek, u maqsadga intiluvchan, dadil, mard, tavakkal qilish qobiliyatli, mulohazali, samimiy, halol va o'zini tuta bilishi kerak.

Tadbirkor rahbar axloqiy, ma'naviy jihatdan mehnatsevar, odamlarga nisbatan do'st, insonparvar, samimiy, intizomli, o'zi va boshqalarga talabchan sifatlariga ega bo'lishi kerak.

Ishbilarmon sifatida tadbirkor rahbar soa va kasb sirlarini bilishi, yuqori uquv va malaka, yangi texnologiya talablariga moslashishi, ishlab chiqarish texnika va texnologiyasini chuqur bilishi, boshqarish usullarini yaxshi o'zlashtirgan bo'lishi, o'z bilimi, malaka va ko'nikmalarini oshirib borishi, axborot ayriboshlashni bilishi zarur. Tadbirkor rahbar qo'l ostidagilarga faollik, onglilik ijodkorlik, intizomlilik, o'z-o'zini tarbiyalab borish sifatlarini qaror toptirsagina u mehnatda ham, xizmatda ham obro' topadi. Uning yaxshi tashkilotchi bo'lishi, o'z kuchi va vaqtini to'g'ri taqsimlashi, qarorlar qabul qilishi, zukkolik bilan ish yuritishi bozor iqtisodiyoti sharoitining muhim talabi hisoblanadi.

U o'ziga kerakli fikrlarni yig'a bilishi kerak. 99% ilg'or g'oyalar mutaxassislar bilan muloqotda yuzaga kelishini inobatga olish,

g'oyalarni tartibga sola bilish uning ish faolyatining muvaffaqiyati garovidir.

Quyidagi asosiy ehtiyojlar aks ettiriladi:

- ish turlari;
- ishning umumiy tasnifi, uning berilishi shu turdagi ishlardan farqi;

- ishning fizik jihatlarlari;
- kadrlar malakasiga talablar;
- kadrlarning bandlik shartlari.

Ishchilarning samarali ishlashi uchun quyidagi talablarni aniqlash zarur:

- bilim darajasi;
- jismoniy jihatlarlari;
- tajribaga egaligi;
- tirishqoqligi;
- qiziqishi;
- xarakterli belgilari.

Bo'lajak ishchini ishga olishda u bilan suhbat, imtihon, tekshiruvlar o'tkazilishi asosida ularni ishga qabul qilish ishlab chiqarishning samarali bo'lishi garovidir.

16-mavzu: PUL OQIMLARI HARAKATI VA MOLIYAVIY AXBOROT

1. Pul oqimlari harakati hisoboti

Pul oqimi to'g'risidagi hisobot ma'lum bir hisobot davrida korxonaning pul mablag'larida operatsion, investitsiya va moliyaviy faoliyat ta'sirini aks ettiradi va shu davr ichida pul mablag'lari o'zgarishini ko'rsatadi.

Tadbirkorlik faoliyatlarida pul oqimi to'g'risida hisobot ma'lumotlaridan foydalanish quyidagi imkoniyatlarni beradi:

- korxonaning pul mablag'lari va ularning ekvivalentini topish qobiliyatini, shuningdek, shunga o'xshash pul mablag'laridan foydalanishda korxona ehtiyojini baholashni;

- korxonaning sof aktividagi o'zgarishlarni, uning (to'lov qobiliyati ham qo'yilgan holda) moliyaviy strukturasini va uning o'zgaruvchan vaziyat va imkoniyatlariga moslashish maqsadida

pul oqimlarinig summalari va o'z vaqtida tushishiga ta'sir etish qobiliyatini baholashni;

- turli korxonalarninig operatsion faoliyati to'g'risidagi hisobotni taqqoslash. Chunki, bu xo'jalik faoliyatining bir xil muomala va voqealari uchun buxgalteriya hisobotining turli usullaridan foydalanish oqibatlarini bartaraf etadi.

Pul oqimi to'g'risidagi hisobotda hisobot davri ichida pul mablag'lari oqimi quyidagi faoliyatlar bo'yicha:

- operatsion faoliyat;
- investitsion faoliyat;
- moliyaviy faoliyatlar bo'yicha tasniflanadi.

Operatsion faoliyatdan olinadigan mablag'lar hajmi korxona faoliyati samarasining hal etuvchi ko'rsatkichi bo'lib, tashqi moliyalash manbalarini qaytarish, mehnat unumdorligi darajasini saqlash, dividendlar to'lash yangi kapital qo'yilmalarni amalga oshirish imkonini beradi.

Bu faoliyatda bo'lgan pul mablag'lari harakati birinchi navbatda daromad olish bo'yicha asosiy faoliyat natijasi bo'lib hisoblanadi. **Investitsion faoliyat** — bu pul ekvivalentiga kirmaydigan uzoq muddatli aktivlar va boshqa investitsiyalarni sotib olish va sotish, qaytariladigan kreditlarni berish va olish bo'lib bularga bino, asbob-uskuna, nomoddiy va boshqa aktivlarni sotish va sotib olish, aksiya yoki boshqa qarz majburiyatlarini sotishdan tushgan tushum va boshqa korxonalarining aksiyalari va qarz majburiyatlarini sotib olish, fyuchers, forvard, aksion va SVOP—kontraktlar bo'yicha tushumlar va ular bo'yicha to'lovlar kiradi.

Fyuchers kontrakt (muddatli) — ma'lum miqdorda moliyaviy instrumentlarni yoki belgilangan miqdordagi tovarni erkin savdo birjasida kelishilgan narxda oldi sotdi to'g'risidagi shartnoma. **Forvard kontrakt** — bu tovar va moliyaviy instrumentlarni kelajakda jo'natish va hisob-kitob qilish bo'yicha oldi-sotdi to'g'risidagi bitim. Opsion kontrakt (mukofotli bitim) bu ma'lum miqdordagi moliyaviy instrumentlar yoki tovarlarni kelishilgan muddat ichida belgilangan miqdorda mukofot to'lash evaziga qayd etilgan narxda sotib olish yoki sotish huquqi.

Moliyaviy faoliyat-bu shunday faoliyat turiki, uning natijasida korxonaning xususiy kapitali va qarzlar hajmi va strukturasi o'zgarish hosil bo'ladi.

2. Moliyaviy hisobot

Moliyaviy hisobot — xo'jalik subyektlarining o'tgan ishlarining natijalari va sharoitlari to'g'risidagi ma'lumotlar ma'lum bo'lib, undan korxona faoliyatini tahlil qilish, nazorat qilish va boshqarish maqsadida foydalaniladi.

U o'z ichiga sotilgan mahsulot, ish va xizmatlar, ularni ishlab chiqarish xarajatlari, xo'jalik mablag'lari, ularni tashkil qilish manbalari, ishlarining moliyaviy natijalari, soliqqa tortish, dividendlar to'g'risidagi ma'lumotlarni oladi.

Tushuntirish xatlari moliyaviy hisobotning ajralmas qismidir. Moliyaviy hisobot tashqi auditorlar tomonidan tekshiriladi. Moliyaviy hisobotda birinchi tushuntirish xati hisob tarzini ochib berishga qaratadi.

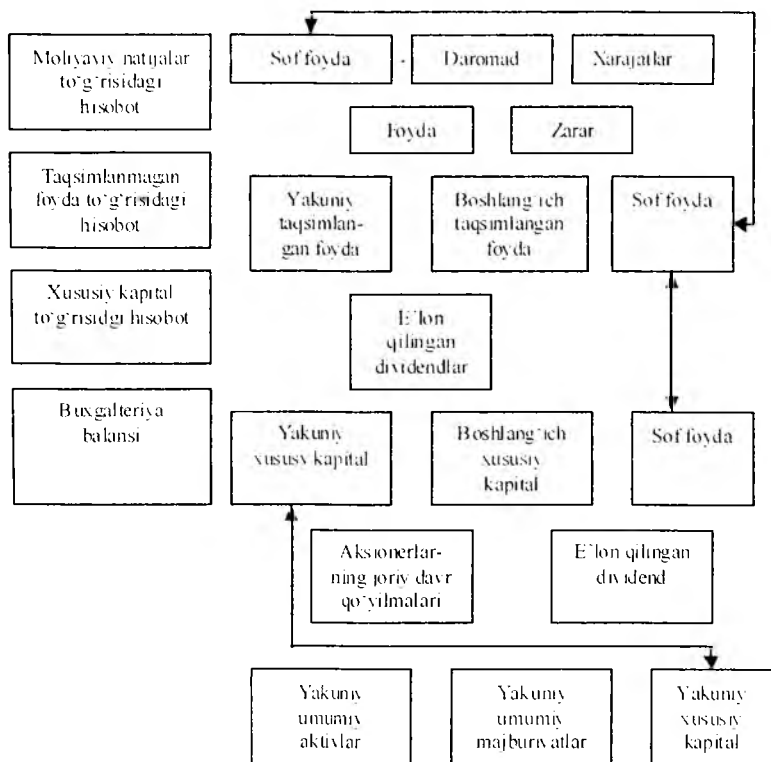
Korxona O'zbekistonning Milliy Buxgalteriya Hisobi Standartlari, Buxgalteriya Hisobining Xalqaro Standartlari moliyaviy hisobotlarni tuzishda asos bo'lib xizmat qiluvchi va boshqa tegishli Standartlardan foydalanish zarur. Moliyaviy hisobotni ochib berish quyidagi buxgalteriya hisobining tamoyillari va usullarini qamrab olishi zarur:

- mavjud va qo'llanishi mumkin bo'lgan bir necha usullardan birini tanlash;
- mazkur tarmoqqa taalluqli bo'lgan muhim tamoyillar va usullardan foydalanish;
- turli kompaniyalar buxgalteriya hisobida o'z xo'jalik muammolarini turlicha aks ettirish.

Moliyaviy hisobotni ochib berish quyidagi tartibda amalga oshiriladi:

- tafsilotlarni taqdim etish, agar moddalar moliyaviy hisobotning ustki qismiga kiritilgan bo'lsa, qiyinchiliklar kelib chiqishi mumkin. Shuning uchun olinadigan hisob varaqlar, asosiy vositalar, qarz majburiyatlari, aksionerlik kapitaliga nisbatan tafsilotlar tushuntirish xatida ochib berilishi lozim;

Moliyaviy hisobotlarning o'zaro bog'liqligi



- xo'jalik muammolarini tushuntirish yil davomidagi asosiy kirim va chiqimlar tabiati tushuntirish xatlarida ochib berilishi shart;

- aks ettirilmagan moddalarni tushuntirish ba'zi shartnomalar yoki ish bitimlari muhim bo'lsa ham moliyaviy hisobotlarda aks ettirilmaydi, ular korxona moliyaviy holatini va operatsiyalar natijalarini tushuntirishda muhim hisoblanadi. Ular tushuntirish xatlarda aks ettiriladi;

- yangi ma'lumotlarni taqdim etish ko'pincha ma'lumotlar moliyaviy hisobotning asosiy qismiga sig'may qoladi, ammo u xulosa chiqarish uchun zarur hisoblanadi. Masalan, qarz majburiyatlarini ko'pincha ta'minlash sifatida qo'yilgan aktivlar, bog'liq tomonlar bilan muammolar, kelgusi besh yil ichida asosiy summani to'lash taxmining o'z ichiga olgan

qarz majburiyatlarining tafsilotlari, qarz majburiyatlari, investitsiyalar bo'yicha fond stavkalarining bozoridagi haqiqiy bahosini ochib berish, qayta moliyalashtirish bo'yicha tafsilotlar va shu kabilar;

- boshqa tushuntirish xatlari-detallashtirilgan va murakkab bitimlarni kafolatlar, majburiyatlarni va foydalanuvchi moliyaviy hisobotni to'liq tushunishga yordam beradigan har qanday moddalarni tushuntirib berish shart.

3. Moliyaviy natijalar va buxgalteriya balansini ochib berish

Moliyaviy natijalar to'g'risidagi hisobotda daromad va xarajat moddalarini batafsil aks ettirib bo'lmaydi. Tushunarli va ifodali hisobotlarni tuzishda yordamchi rejalarni tayyorlash kerak bo'ladi, bu moliyaviy natijalar to'g'risidagi hisobot moddalarini batafsil aks ettiradi. Bunga umumiy va ma'muriy xarajatlar rejasi misol bo'la oladi.

Moliyaviy natijalar to'g'risidagi hisobot 3-milliy buxgalteriya hisobi standarti "Moliyaviy natijalar to'g'risidagi hisobot"ga binoan joriy buxgalteriya ma'lumotlari bo'yicha tuziladi. Moliyaviy natijalar to'g'risidagi hisobotda o'z aksini topadi.

Buxgalteriya balans moliyaviy hisobot tuzilishi asosidir. Buxgalteriya balans subyektning resurslari, (aktivlar) resurslarga bildirilgan da'volar (majburiyatlar) va mulk egasiga tegishli ulushi (xususiy kapital) to'g'risidagi iqtisodiy axborotlarni beradi. Moliyaviy holat to'g'risidagi hisobot buxgalteriya balansining rasmiy atamasidir.

U aktivlar xususiy kapital majburiyatlardan iborat. Uzoq muddatli aktivlar — asosiy vositalar, nomoddiy aktivlar, investitsiya va qo'yilmalar, muddati uzaytirilgan xarajatlardan iborat.

Asosiy vositalar — ishlab chiqarish, ma'muriy maqsadda foydalanish yoki ijaraga berish hisoblanib, u o'z ichiga amortizatsiya qilishga tegishli bo'lgan aktivlar (bino, inshootlar, uskuna, mebel qurilmalar, foydali qazilmalar, o'rmon boyliklari) va amortizatsiyaga tegishli bo'lmagan aktivlar (yer) hisoblanadi.

Nomoddiy aktivlar jamg'arilgan amortizatsiya summasidan farq qilib, balans qiymati jamg'arilgan amortizatsiya summasiga kamayishidir.

Investitsiya va qo'yilmalarga esa:

-yil davomida sotishga mo'ljallanmagan boshqa kompaniyaning aksiyalari;

-boshqa kompaniyalar obligatsiyalari;

-sho'ba korxonalarning yo'naltirilgan investitsiyalari;

-maxsus maqsadlar uchun tuzilgan jamg'arma;

-kompaniyalar sug'urta polislarini sotib olish bahosi;

-xo'jalik faoliyatida ishlatilmaydigan yer maydonlari va binolar (investitsion mulk) lar kiradi.

Muddati uzaytirilgan xarajatlarda, kelgusi hisobot davrida uzoq muddatli xarajatlarning oldindan to'lovi natijalari hisoblanadi.

Joriy aktivlar o'z ichiga (1) pul mablag'lari va (2) korxonalarning normal ish sikli davomida pul mablag'larini aylantirilishi, sotilishi va sarflanishi, kutiladigan boshqa aktivlarni o'z ichiga oladi.

Tovar-moddiy zaxiralari tannarx yoki sof sotish qiymatidan eng kam qiymati bo'yicha baholanadi.

Oldindan to'langan xarajatlar buyurtma qilingan xizmatlarni amalga oshirgunga qadar to'langan pul mablag'laridir. Masalan, iyul oyi uchun ijara haqi 31 mayda to'landi.

Olinadigan hisob varaqlar shubhali hisob varaqlar bo'lib, diskontlangan summalar qavs ichida yoki alohida shaklda ko'rsatiladi. Qisqa muddatli investitsiyalar-davlat xazinasidagi qimmatli qog'ozlarni, pul bozori jamg'armalar va tijorat qog'ozlari hisoblanadi.

Pul mablag'lari — jamg'arma hisobi yoki boshqa investisiyalarga yo'naltirishi mumkin bo'lib, ma'muriyat maqsadidan kelib chiqqan holda joriy yoki uzoq muddatli investitsiyalar sifatida ko'riladi.

Xususiy kapital — firmadagi mulkdorlarning egalik qilish ulushidir.

Uning manbalari:

-aksionerlik (kiritilgan) kapitali-aksionerning turli (oddiy, imtiyozli) e'lon qilingan (nominal) qiymati;

-nominalni oshirish uchun kiritilgan kapital-korporatsiyaning o'z aksiyalarini nominal qiymatidan ortiq narxda sotish natijasida olingan qiymat;

-zaxira kapital-kompaniyasiga sovg'a qilingan aktivlar, kompaniya kapitali tuzumining o'zgarishi natijasida paydo bo'lgan kapital;

-taqsimlanmagan foyda. Bu jamg'arilgan sof foydadan dividendning ayirmasi kelib chiqadi.

Majburiyatlar esa: uzoq muddatli, muddati uzaytirilgan va qisqa muddatli majburiyatlarga bo'linadi.

Muddati uzaytirilgan majburiyatlar — keyingi biznes sikli davomida joriy aktivlarni to'lash uchun ishlatilishini talab qilmaydigan majburiyatlardir. Masalan, to'lanadigan obligatsiyalar, to'lanadigan veksellar, nafaqalar uzoq muddatli ijara majburiyatlari hisoblanadi.

Muddati uzaytirilgan majburiyatlar, kredit qoldiqlari, uzoq muddatli, qisqa muddatli majburiyatlar o'z ichiga joriy aktivlar bilan qoplanishi yoki boshqa qisqa muddatli majburiyatlar bilan qayta moliyalashtirilishi lozim bo'lgan majburiyatlarni oladi. Masalan tovar va xizmatlar uchun to'lanadigan hisob varaqlari, ish haqi, fond soliqlarini to'lashlar, ta'sischilar oldidan qarzlar, bank kreditlari va boshqa qarzlar.

17-mavzu: SOLIQLARNING IQTISODIY MOHIYATI VA AMAL QILISH XUSUSIYATLARI

1. Soliqlarning iqtisodiy mohiyati

Soliqlar tushunchasi qadimiy bo'lib, u o'zida iqtisodiy-ijtimoiy mazmunni ifoda etadi. Soliq ijtimoiy hayotning zarur tarkibiy qismidir.

Soliqqa tortish, ijtimoiy zaruriyat sifatida, ishlab chiqarish jarayonida yaratilgan qiymatning ma'lum bir qismini ijtimoiy maqsadda foydalanishni ta'minlaydi.

Soliqlarning amal qilishi bu obyektivlikdir, chunki, jamiyatni tashkil etuvchi individlarning hammasi ham real sektorda (ishlab chiqarish sohasida) faoliyat ko'rsatmaydi. Jamiyatda boshqalar tomonidan rad etilgan yoki shug'ullanish iqtisodiy samarasiz bo'lgan sohalar ham mavjudki, bular soliqlarning obyektiv amal qilishini talab etadi. Aniqroq qilib aytganda jamiyatni noishlab chiqarish (mudofaa, fan, meditsina, maorif,

madaniyat va boshq.) va ishlab chiqarish sohasiga ajralishi hamda noishlab chiqarish sohasini moliyalashtirishning tabiiy zarurati soliqlarni obyektiv amal qilishini zarur qilib qo'yadi, noishlab chiqarish sohasining ijtimoiy xizmatlari asosan davlat tomonidan amalga oshiriladiki, ularni moliyalashtirish usuli sifatida yuzaga chiquvchi soliqlar ham shu tufayli bevosita davlatga tegishli bo'ladi.

Soliqlarning obyektiv zarurligini bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida ikki holat: birinchidan, davlatning qator vazifalarini mablag' bilan ta'minlash zarurligi, ikkinchidan, bozor iqtisodiyoti qonun-qoidalari bilan ifodalash mumkin.

Davlatning bajaradigan funksiyalari va vazifalari ko'p bo'lib, bozor iqtisodiyoti rivojlana borishi bilan ba'zi ijtimoiy himoyalangan bozor munosabatlariga mos kelmaydigan vazifalar yo'qola borsa, yangi vazifalar paydo bo'la boshlaydi. Bularga mamlakatimizda kam ta'minlanganlarga ijtimoiy yordam ko'rsatish, bozor iqtisodiyoti infratuzilmasini (sanoatda, qishloq xo'jaligida, moliya tizimida) tashkil qilish kiradi. Shu yerda davlat kuchli ijtimoiy - siyosiy tadbirlarni amalga oshirish uchun pensionerlar, nafaqaxo'rlar, talabalar, ko'p bolali onalar va boshqalarni ko'proq mablag' bilan ta'minlash zarurligini anglab, cheklangan tovarlar bahosidagi farqni byudjet hisobidan qoplaydi va ularga boshqa xarajatlarni davlat hisobidan amalga oshiradi, mahallalarda kam ta'minlanganlarga moddiy yordamlar tashkil etadi. Shu bilan birga, jamiyat a'zolarining osoyishtaligini saqlash maqsadida mamlakatimiz o'zining mudofaa qobiliyatini saqlab va mustahkamlab turishga mablag'lar sarflaydi, qolaversa, davlat fuqarolar xavfsizligini saqlash, mamlakatda tartib-intizom o'rnatish, uni boshqarish vazifalarini bajarish uchun ham ko'plab mablag' yo'naltirishga to'g'ri keladi. Bunday xarajatlarni amalga oshirishning majburiyligi ular uchun manba bo'lgan soliqlarni keltirib chiqaradi, chunki, davlat boshqaruvi davlatning asosiy ustqurmasi sifatida boshqaruv uchun zarur bo'lgan moddiy va ma'naviy xarajatlarni talab qilishi va uni ta'minlashning birdan-bir manbai soliq bo'lib, moddiy ishlab chiqarish jarayonini tashkil etishi mumkin. Davlat soliqlarni undirmasdan turib, o'z oldida turgan vazifalarni bajara olmaydi hamda mamlakatni boshqara olmaydi.

Soliqqa tortish tizimi — davlat soliq siyosati bilan uzviy bog‘liq bo‘lib, o‘zida mujassamlashtirilgan barcha subyektlarning iqtisodiy munosabatlarini soliq qonunlari asosida tashkil etadi va to‘plangan boylik hamda mablag‘lar davr talabiga javob beradigan darajada foydalanishga ta’sir etuvchi obyektiv hodisadir deb hisoblash mumkin.

Soliqlarning manbai, ularning turlari davlat daromadining iqtisodiy va huquqiy tizimiga bog‘liq. O‘zbekiston Respublikasi siyosiy mustaqillikka erishishi natijasida davlatning eng asosiy vazifalaridan biri erkinlashgan bozor iqtisodiyotiga o‘tish va xalqni kuchli ijtimoiy himoyalashdan iborat bo‘lib qoldi.

Davlat byudjeti daromadlari shakllanishining to‘lov usullari va undirish uslubiyatlariga qarab quyidagi ko‘rinishlarga bo‘lish mumkin: davlat moddiy resurslaridan yoki mol-mulkalaridan foydalanganliklari uchun ma’lum to‘lovlar tariqasida, yuridik va jismoniy shaxslarning majburiy soliq va turli to‘lovlari tariqasida.

Soliqqa tortishning asosiy mohiyati va uning xususiyati, soliqlar orqali uning ijtimoiy mohiyati — daromadlarni taqsimlash va qayta taqsimlashda ifodalanadi.

Soliqlarning majburiyligi Oliy Majlis bilan tasdiqlangan huquqiy va me’yoriy qonunlar bilan ta’minlanadi. Shunday ekan, soliq to‘lash majburiydir.

2. Soliqlarning vazifalari

Soliqlarning mohiyati ularning bajaradigan vazifalaridan kelib chiqadi.

Soliqlar quyidagi asosiy vazifalarni bajaradilar — fiskal, taqsimot, ijtimoiy boshqarish, rag‘batlantirish, nazorat va soliqlarni hisoblash jarayonini axborot bilan ta’minlash.

Soliqlarning fiskal vazifasi asosan qat’iy usulda, ma’lum hajmda soliqqa tortishni ta’minlaydi (lotincha “fiscus” so‘zidan olingan bo‘lib, “xazina” degan ma’noni anglatadi).

Taqsimlash vazifasi — soliqlar orqali yaratilgan umumiy ijtimoiy daromadning turli kategoriyadagi odamlar o‘rtasida taqsimlanishini ta’minlaydi. Soliqqa tortish orqali turli toifadagi aholi o‘rtasidagi ijtimoiy munosabatlardagi farqlarni ma’lum

darajada yo'qotishni ta'minlaydi. Bu haqida shved iqtisodchisi K.Eklund **"Davlat ishlab chiqarishni va ko'rsatilayotgan xizmatlarni soliqlar hisobiga moliyalashtiradi, taqsimlash orqali esa tekin bilim olish, tibbiy xizmatlar ko'rsatish, bolalarni tarbiyalash va boshqa shunga o'xshash yo'nalishlarga sarf etadi. Maqsad — hayotiy zaruriy vositalarni taqsimlashni iloji boricha tenglik holatiga o'tkazishdir"**, — degan edi.

Soliqqa tortishda boshqarishning asosiy vazifalaridan biri — soliqlar orqali iqtisodiy munosabatlarni boshqarishdir. Soliqqa tortishda boshqarishning muhim vazifasi soliq mexanizmi orqali qo'yilgan vazifalarni hal etishdan iboratdir. Soliqqa tortishda boshqarishning asosiy talablarini belgilashda, soliq munosabatlarida soliqlarni rag'batlantirish yoki uni rag'batlantirmaslik va takroriy ishlab chiqarish jarayonini ta'minlash o'rniga alohida e'tibor qaratish zarur.

Soliqqa tortish davlatning iqtisodiy siyosatiga bog'liq bo'lib, ba'zi hollarda ayrim tarmoqlarni, shu jumladan moddiy resurslarni tejab, isrofgarchilikka yo'l qo'ymay, samarali foydalanish maqsadida ko'proq qo'llanadi.

Soliqqa tortishni rag'batlantirish vazifasida ba'zi hollarda imtiyozlar ayrim toifadagi shaxslarni rag'batlantirish uchun qo'llaniladi. Davlatning fiskal siyosati orqali olib borayotgan soliqlar tortish tizimi ijtimoiy zaruriy iste'molni qondirishga qaratilgan. Boshqaruv omillari orqali fiskal siyosatga qarama — qarshi bo'lgan maxsus mexanizm yaratiladiki, bu mexanizm umumdavlat va jismoniy shaxslar iqtisodiy manfaatdorligining optimal nisbatda bo'lishini ta'minlaydi.

Soliqlarning nazorat funksiyasi soliq to'lovchi tomonidan taqdim etilgan, soliqlar tortish obyekti, soliqlar tortiladigan baza, imtiyozlar singari va hokazo tegishli soliq ko'rsatkichlarining hisob-kitoblarini tekshirishdek ancha murakkab jarayondan iborat. Soliq hisobi soliq idoralariga berilgan soliq hisoboti ma'lumotlari asosida soliq to'lovchilarni samarali nazorat qilish imkonini beradi.

Soliqlarni hisoblash jarayoni axborot bilan davlatning ijtimoiy-iqtisodiy vazifalarini bajarishga sarflangan mablag'lari to'g'risida axborot berib turilishi zarur.

Soliqlardan keladigan tushumlarni oshirish davlatning milliy konsepsiyasiga bog'liq. U ishlab chiqarish munosabatlari va ishlab

chiqarish kuchlarining rivojlanishiga ta'sir etuvchi shart-sharoitlarni nazariy va amaliy nuqtai nazardan ishlab chiqishga bog'liq. Soliq tizimining optimal darajada bo'lishi obyektiv va subyektiv omillarga bog'liqdir.

Obyektiv omillar bu: talab va taklif, raqobat, daromadni iloji boricha ko'paytirish, investitsiyalarning erkin harakatini ta'minlash; turli mulkchilik shakllariga asoslangan ishlab chiqarishning mavjudligi, tadbirkorlikning erkinligi va kapital, mehnat resurslari, iste'mol tovarlar bozorlarining mavjudligidan iborat.

Subyektiv omillar esa: soliqqa tortish tizimlari uchun zarur bo'lgan kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish; soliqqa tortishni boshqaruvchilar va soliq to'lovchilarning soliq qonunlariga rioya etishi; soliqqa tortish tizimi vakillarining kasbiy mahoratlaridan iborat.

3. Soliq tizimi islohoti va imtiyozlari

Soliq tizimi islohoti rivojlanishini quyidagi uch bosqichga bo'lib ko'rsatish mumkin.

Birinchi bosqich 1991–1994 yillar — O'zbekistonning o'z soliq tizimini tashkil etishi va soliqlarning xaznaviy ahamiyatini oshirish bosqichidir.

Soliq islohotlarining ikkinchi bosqichi soliqlarni bozor iqtisodi talablariga moslashtirish va korxonalarning ishlab chiqarishni rag'batlantirishiga qaratish davridir. Bu davrga 1995 — 1997 yillar to'g'ri keladi.

Soliq islohotining uchinchi bosqichi 1998 yildan hozirgi vaqtgacha davom etmoqda. Bu bosqichni soliq tizimida soliqlarni ixchamlashtirish konsepsiyasining boshlanish davri deb atash mumkin.

Uchinchi bosqichda yuridik shaxslarga, birinchi navbatda kichik korxonalar uchun soliqqa tortish, hisobga olish va hisobotning soddalashtirilgan tizimi barpo etildi. Kichik tadbirkorlik subyektlari ixtiyoriy asosda umumdavlat va mahalliy soliqlar hamda yig'imlar jamlanmasi o'rniga yagona soliq to'lay boshladilar.

2002 yildan boshlab davlat soliq siyosatida mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalardan soliq yukini yanada kamaytira borish, chetga qat'iy almashtiriladigan valyutada mahsulotlarni eksport

qilganlarga ham daromadga (foyda)ga soliqdan, ham mol-mulk solig'idan kamaytirilgan regressiv soliq stavkasi qo'llash siyosatini yurgizish joriy etila boshlandi. Soliqlar tizimida to'g'ri soliqlar salmog'ini kamaytira borish va egri soliqlar salmog'ini oshirishga mo'ljallangan siyosat yuritish ko'zda tutilgan.

2003 yildan boshlab samarasiz, byudjetga tushishini qiyinlashtiradigan quyidagi soliqlar va to'lovlar bekor qilindi. Bular: reklama solig'i, avtotransport vositalarini olib sotish solig'i, me'yoridan ortiq sotilmagan tayyor mahsulot qoldig'i uchun 2 foizli haq hamda tabiatni ifloslantiruvchi chiqindilarni joylashtirish uchun haqlardir. 2003 yildan boshlab 2002 yilda joriy etilgan chakana savdo sohasida faoliyat ko'rsatuvchi mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun belgilangan daromaddan yagona soliq, savdo va umumiy ovqatlanish korxonalari uchun yalpi tushumdan yagona soliq solish davom ettirildi. Soliq bazalari va stavkalariga ham o'zgartirishlar kiritilgan.

Respublika Prezidenti I.A.Karimov «**Mamlakatimizda jahon iqtisodiy inqirozining salbiy oqibatlarini bartaraf etish bo'yicha 2009-2012 yillarga mo'ljallab qabul qilingan inqirozga kirish choralar dasturi O'zbekistonning 2009 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining eng ustuvor yo'nalishi bo'lib qoladi**»⁴ – degan edi.

Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida milliy iqtisodiyotni rivojlantirish uchun kerakli sharoitlar yaratildi.

Jumladan, 2012 yilning 1 yanvarigacha soliq va bojxona to'lovlari bo'yicha quyidagi imtiyozlar berildi:

- go'sht va sutni qayta ishlashga ixtisoslashgan mikrofirma va kichik korxonalar uchun bo'shagan mablag'larni ishlab chiqarishni texnik qayta jihozlash va modernizatsiya qilishga maqsadli ravishda yo'naltirish sharti bilan yagona soliq to'lovi stavkasini 50 foizga qisqartirish;

- tayyor nooziq-ovqat tovarlarining muayyan turlarini ishlab chiqarishga ixtisoslashgan korxonalarni foyda va mulk soliqlaridan mikrofirma va kichik korxonalarni yagona soliq to'lovidan ozod qilish;

- 2009 yilning 1 yanvaridan sanoat sohasida faoliyat ko'rsatayotgan kichik korxonalar uchun yagona soliq stavkasi 8

⁴ Karimov I.A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari. – T.: O'zbekiston, 2009. 30-33-35-47 betlar.

foizdan 7 foizga kamaytirildi, moliyaviy, maishiy va boshqa xizmatlar ko'rsatayotgan mikrofirmalar va kichik korxonalar yagona soliq to'lovidan 3 yil muddatga ozod etildi. Bunda mikrofirmalar, kichik korxonalar, nodavlat xo'jalik yurituvchi subyektlarning oladigan dividenlari investitsiyalarga, avval olingan kreditlar uchun hisob-kitob qilishga yo'naltirilgan qismi 5 yil muddatga soliqdan ozod etish;

- Tayyor mahsulot ishlab chiqarishga ixtisoslashgan, xorijiy investitsiya ishtirokida tashkil etilgan korxonalarni byudjetga barcha turdagi soliq va to'lovlardan (qo'shimcha qiymat solig'i bundan mustasno) ozod qilish muddati 2012 yilgacha uzaytirish.

4. Soliqqa tortish tamoyillari

Ilk bor soliqqa tortish tamoyillari va ularning iqtisodiy jihatlarini A.Smit va D.Rikardo kabi mumtoz maktab namoyondalari o'z asarlarida ochib berganlar. A. Smit o'zining "Odamlar boyligining tabiati va sabablari to'g'risida tadqiqot" nomli asarida soliq tamoyillarini asoslab bergan:

1) Davlat fuqarolari davlat xarajatlarini qoplashda o'zlari hukumat muhofazasida foydalanayotgan daromadlariga muvofiq tarzda qatnashishlari lozim.

2) Har bir odam to'laydigan soliq aniq belgilab qo'yilgan bo'lishi kerak, bunda o'zboshimchalik ketmaydi. Soliq miqdori, to'lanadigan vaqti va tartibi uni to'lovchiga ham, boshqa har qanday odamga ham birday aniq va ma'lum bo'lishi zarur.

3) Har bir soliq to'lovchiga har jihatdan qulay bo'lgan vaqtda va tartibda undirilishi kerak.

4) Har bir soliq shunday tarzda tuzilishi kerakki, bunda soliq to'lovchining hamyonidan ketadigan pul davlat byudjetiga kelib tushadigan mablag'ga nisbatan ortiq bo'lishiga mumkin qadar yo'l qo'yilmasin.

O'zbekiston Respublikasining 1991 yil 15 fevralda, 1995 yil 22 dekabrda va unga 2005 yil 27 dekabrda kiritilgan o'zgartirishlar va qabul qilingan "Korxonalar, birlashmalar va tashkilotlar soliqlar to'g'risida"gi qonunda soliqqa tortishning asosiy tamoyili ko'rsatilgan bo'lib, ular quyidagilardan iborat:

— manbalardan qat'iy nazar hamma daromadlarning soliqqa tortilishi majburiydir;

— davlat soliq siyosati atrofida hamma darajadagi ma'muriy hududlarning soliq faoliyatidagi mustaqilligini hisobga olib, yagona faoliyati muhim ijtimoiy, iqtisodiy, ekologik muammolarga hamda umumdavlat solig'iga tortish siyosatini yuritish;

— xo'jalik yuritishning agrar shakllariga kiritilgan faoliyat yurituvchi korxonalarning imtiyozli tizimni qo'llash orqali soliqlarning rag'batlantiruvchilik rolini ta'minlash;

— soliq to'lovlari bo'yicha deklaratsiyalar, tekshirishlar va taftishlar o'tkazish qonunchiligini buzganlarga iqtisodiy jazolar qo'llash bilan moliyaviy nazorat o'rnatishdan iboratdir.

Jahon soliq qonunchiligida iqtisodchi va huquqshunos olimlar soliqqa tortishning barcha qat'iy e'tibor berishimiz lozim bo'lgan quyidagi besh tamoyiliga asoslanishi zarurligini ta'kidlaydi va bular quyidagilar:

— tenglik va samaradorlik. Iqtisodiy faoliyat obyektlarini teng soliqqa tortish va soliq og'irligini ta'minlash, soliq to'lovchilar uchun qarorlar qabul qilishga va resurslarni (moddiy va moliyaviy) samarali taqsimlashga to'sqinlik qilmasligi zarur.

— soliqqa tortishda aniqlik va osonlik. Soliq to'lovchilar to'lashi lozim bo'lgan soliq summasini aniqlay olishlari zarur, ular belgilangan soliq og'irligining qaysi siyosiy qarorlar asosida qo'yilganligi to'g'risida aniq axborotlar bilan ta'minlanishi kerak;

— soliqqa tortishning arzonligi. Soliq qonunchiligi imkoniyat boricha oddiyligi, soliqni undirish jarayoni esa arzonligi bilan ajralib turishi zarur.

— soliqqa tortishning xazinaviy samaradorligi va egiluvchanligi. Soliq tizimi o'zining xazinaviy samaradorligi va iqtisodiy holatining o'zgarishiga to'g'ri munosabatda bo'lishi bilan ajralib turishi lozim.

— soliqda ijtimoiy adolat. Soliq tizimi davlatning ijtimoiy maqsadlarini amalga oshirishga ko'maklashuvi, ya'ni sog'liqni saqlash, oila farovonligini oshira borish va tabiat muhofazasini ta'minlashda qatnashishi zarur.

Mamlakatimiz mustaqillikka erishgandan so'ng, soliq tizimi respublika byudjetini to'ldirishning muhim omili bo'lib xizmat qilmoqda. Shuni ta'kidlash lozimki, hozirgi paytda davlat daromadlarining deyarli 80-90 foiziga yaqini faqatgina to'rtta soliq — aksiz solig'i, qo'shilgan qiymat solig'i, yuridik shaxslardan olinadigan daromad (foyda) solig'i va aholidan olinadigan daromad solig'i hisobidan shakllanmoqda.

18-mavzu: O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI SOLIQ TIZIMI VA UNING TARKIBIY TUZILISHI

1. Soliq tizimi haqida tushuncha va uning mohiyati

Soliq qonunchiligida soliq tizimi tor ma'noda talqin qilinib, bir xil mohiyatga ega bo'lgan va markazlashgan pul fondini tashkil etadigan soliq, yig'im, boj va boshqa majburiy to'lovlarning yig'indisi soliq tizimi deb ataladi.

Prezident I.A. Karimov tomonidan, «**avvalo soliq tizimi o'ziga xos vazifani-fiskal, qayta taqsimlash va rag'batlantirish vazifasini to'la darajada bajarishi kerak**»,⁵ — degan fikr bildirilgan edi.

Soliq solishning muhim shart-sharoitlariga quyidagilarni kiritish mumkin: soliqlarning turlari, soliqlarni belgilash, soliq nazorati va uslublari, soliq to'lovchilarning huquqlari, majburiyatlari, ular manfaatlarini himoya qilish usullari, soliq munosabatlari ishtirokchilarining javobgarligi va shu bilan birga ushbu elementlar soliq tizimining tarkibiy unsurlari ekanligini ta'kidlaydi va soliq tizimi deganda ana shu elementlarning majmuasidan iborat bo'lgan va ular o'rtasidagi munosabatlar majmuasidan kelib chiqib ifodalash mumkin.

Soliq tizimining asosi bo'lgan soliqlar o'ziga xos xususiyatlarga, bir qator belgilariga ko'ra guruhlanadi. Soliqlarning guruhlanishi ularning obyektiga, xo'jalik yurituvchi subyektlar moliyaviy faoliyatiga ta'sir etishiga, undirilish usullari, paydo bo'lishiga (subyektiga), byudjetga yo'naltirilishiga va boshqa belgilariga ko'ra ularning tasniflanishidir.

Soliqlar ijtimoiy-iqtisodiy tuzilishiga qarab, undirib olish manbasiga qarab ikki guruhga: bevosita va bilvosita soliqlar guruhlariga bo'linadi. Bevosita soliqlar to'g'ridan-to'g'ri daromaddan va mol-mulkdan undirilsa, bilvosita soliqlar tovarning bahosidan to'lanadigan yoki tarifga kiritiladigan tovarlar va xizmatlardan olinadigan soliqlar. Soliqlarni byudjetga o'tkazish nuqtai-nazaridan soliqlar umumdavlat va mahalliy soliqlarga bo'linadi. Shuningdek, soliqlar paydo bo'lish manbaiga ko'ra yuridik va jismoniy shaxslardan olinadigan

⁵ Karimov I.A. O'zbekiston buyuk kelajak sari. —T.: O'zbekiston, 1998. 358-b.

solliqlarga bo'linadi. Soliqlar soliqqa tortish obyektiga qarab uch guruhga bo'linadi:

1. Daromaddan olinadigan soliqlar. Bunga yuridik shaxslardan olinadigan daromad (foyda) solig'i, infratuzilmaning rivojlantirish solig'i, jismoniy shaxslarning daromad solig'i va boshqalar kiradi.

2. Oborotdan olinadigan soliqlar. Bunda soliqlar xo'jalik yurituvchi subyektlarning bevosita oborotidan undiriladi, ularga qo'shilgan qiymat solig'i, aksiz solig'i, jismoniy shaxslardan transport vositalariga benzin, dizel yoqilg'isi va suyultirilgan gaz ishlatganlik uchun olinadigan soliq, bojxona bojlari, yig'implari va boshqalar kiradi.

3. Mol-mulk qiymatlaridan olinadigan soliqlar. Bunday soliqlar soliq to'lovchi subyektlar tasarrufida mavjud bo'lgan mol-mulkdan, yerdan va boshqalarga nisbatan belgilanadigan soliqlardan iborat.

Daromadlarga egalik qiladigan xo'jalik yurituvchi subyektlar bevosita soliqlarning to'lovchisi hisoblanadi, narxlarga ustamalar shaklida qo'yilgan soliq yuki oilaviy ahvolni hisobga olmaydi. Hamma fuqarolar o'z daromadlarining miqdoridan qat'iy nazar, bunday soliqlarni to'laydilar, chunki bilvosita soliqlarga tortiladigan turmush uchun zarur bo'lgan tovarlarni iste'mol qilishadi va xizmatlardan foydalanishadi.

Respublikamizda amal qilayotgan bevosita va bilvosita soliqlarga quyidagi soliqlar kiradi:

Bevosita soliqlar	Bilvosita soliqlar
1. Yuridik shaxslardan undiriladigan daromad (foyda) solig'i 2. Jismoniy shaxslar daromadidan olinadigan soliq 3. Yer solig'i 4. Mol-mulk solig'i 5. Yerosti boyliklaridan foydalanganlik uchun soliq 6. Suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq. 7. Infratuzilmani rivojlantirish solig'i va boshqalar.	1. Qo'shilgan qiymat solig'i 2. Aksiz solig'i 3. Jismoniy shaxslardan transport vositalariga benzin, dizel yoqilg'isi va suyultirilgan gaz ishlatganlik uchun olinadigan soliq 4. Bojxona to'lovlari va boshq.

2. O'zbekiston Respublikasi soliq tizimining rivojlanishi va shakllanishi

O'zbekiston Respublikasi soliq tizimi mustaqillik qo'lga kiritilgandan boshlab takomillashib bormoqda.

1997 yil 24 aprelida O'zbekiston Respublikasi Soliq Kodeksining tasdiqlanishi va amalga kiritilishi bilan soliqqa tortishning barcha asos bo'luvchi me'yorlarini yagona hujjatga jamlash; soliq imtiyozlarini tizimlashtirish; foyda, mol-mulk, qo'shilgan qiymatni hisobga olish va soliqqa tortishning xalqaro tizimini joriy etishga imkon yaratildi.

Natijada yuridik shaxslarga xususan kichik biznes subyektlari ixtiyoriy asosda umumdavlat va mahalliy soliqlar hamda yig'imlar jamlanmasi o'rniga yagona soliq to'lay boshladilar.

2002 yildan boshlab davlat soliq siyosatida mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalardan soliq yukini yanada kamaytira borish, chetga qat'iy almashtiriladigan valyutada mahsulotlarni eksport qilganlarga ham daromadga (foydaga) soliqdan, ham mol-mulk solig'idan kamaytirilgan regressiv soliq stavkasi qo'llash siyosatini yurgizish joriy etila boshlandi. 2003 yildan boshlab 2002 yilda joriy etilgan chakana savdo sohasida faoliyat ko'rsatuvchi mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun belgilangan daromaddan yagona soliq, savdo va umumiy ovqatlanish korxonalari uchun yalpi tushumdan yagona soliq solish joriy etildi.

Soliqqa tortish davlatning iqtisodiy siyosatiga bog'liq. Soliqqa tortishni rag'batlantirish vazifasida ba'zi hollarda imtiyozlar ayrim toifadagi shaxslarni rag'batlantirish uchun qo'llaniladi. Davlatning fiskal siyosati orqali olib borayotgan soliqqa tortish tizimi ijtimoiy zaruriy iste'molni qondirishga qaratilgan. Soliqlarning boshqaruv talablarining asosiy maqsadi investitsion jarayonni doimiy ravishda investitsiya mablag'lari bilan ta'minlashdan iboratdir. Uning vazifasi davlatning moliyaviy pul mablag'larini davlat byudjetida shakllanib borishini ta'minlashdan iborat.

Soliqqa tortishda davlat manfaati bilan soliq to'lovchilar manfaatlari o'rtasida ma'lum darajada muvofiqlik bo'lishi kerak. Soliq to'lovchi ham, soliq undiruvchi ham o'z manfaatlaridan kelib chiqqan holda, o'zaro kelishuvchilikka intiladi va soliqlar tushumlarini oshirish davlatning milliy konsepsiyasiga bog'liq.

3. Soliqlarning byudjetga tushishiga ko'ra bo'linishi

Bozor munosabatlariga o'tish sharoitida soliq tizimini davr talabiga ko'ra ilmiy asoslangan holda takomillashtirish mamlakatimizning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotga erishishida katta ahamiyatga ega.

Soliqlar davlat va mahalliy byudjetlarni shakllantirish bilan birga ishlab chiqarish korxonalarini rivojlantirishni, jismoniy shaxslarning mehnat qilish jarayonida faol qatnashish darajasini, ularning daromadlarini oshirishni rag'batlantirishni ta'minlashi lozim. Mamlakatimizda byudjet tizimi respublikaning ijtimoiy-iqtisodiy hamda ma'naviy hayotini moliyaviy mablag' bilan ta'minlaydi. O'zbekiston Respublikasi byudjet tizimida mahalliy byudjetlar muhim tarkibiy qismini tashkil etadi. Mahalliy byudjetlardan maorif, sog'liqni saqlash muassasalari (maktablar, kasalxonalar, maktabgacha tarbiya muassasalari va boshqalar), ijtimoiy ta'minot va uy-joy-kommunal xo'jaligi va obodonlashtirish sohasidagi tadbirlarni amalga oshirishda mablag' bilan ta'minlab boriladi. Byudjet tizimida daromadlarni shakllantirishga qarab soliqlar ikki guruhga bo'lib o'rganiladi:

Umumdavlat soliqlari — bularga yuridik shaxslardan undiriladigan daromad (foyda) solig'i, jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'i, QQS, aksiz solig'i, yerosti boyliklaridan foydalanganlik uchun soliq, suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq.

Mahalliy soliqlar va yig'imlar mahalliy byudjetlar daromadlarini shakllantiradi va ularga quyidagilar kiradi:

Obodonlashtirish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish solig'i; Iste'mol uchun jismoniy shaxslardan undiriladigan soliq; Transport vositalari uchun benzin, dizel yoqilg'isi va gaz; ayrim tovar turlari bilan chakana savdo qilish huquqi uchun yig'im (alkogolli mahsulotlar, qimmatbaho metallar va qimmatbaho toshlardan yasalgan buyumlar); yuridik shaxslarni, shuningdek tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanadigan jismoniy shaxslarni ro'yxatdan o'tkazganlik uchun yig'im.

Mahalliy yig'imlar to'lovchisi bo'lib, O'zbekiston Respublikasi soliq qonunchiligi hujjatlariga muvofiq, mulkchilik shaklidan qat'iy nazar yuridik va jismoniy shaxslar hisoblanadi.

Mahalliy yig'implarning o'z vaqtida to'lanishi, mahalliy yig'implar to'g'risidagi qonun hujjatlariga rioya qilinishi uchun javobgarlik soliq va yig'implarning to'lovchilar zimmasiga yuklanadi. Yagona ijtimoiy to'lov va byudjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga majburiy to'lovlar davlat soliqlari va yig'implariga tenglashtirilgan bo'lib, unda mehnatga haq to'lash fondidan yagona ijtimoiy to'lovi to'lovchilari yuridik shaxslar hisoblanadi.

Fuqarolar ish haqidan byudjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga majburiy sug'urta badallarining to'lovchilari jismoniy shaxslar hisoblanadi.

Yagona ijtimoiy to'lov va fuqarolarning majburiy sug'urta badallari moliyalash manbalaridan qat'iy nazar, soliq ushlanmalarini hisobga olishlarsiz, barcha ish haqi (daromad) turlariga hisoblanadi.

Mehnatga haq to'lash fondidan yagona ijtimoiy to'lov stavkalari va uning summalarini byudjetdan tashqari Pensiya jamg'armasi, Bandlikka ko'maklashish davlat fondi, O'zbekiston Kasaba uyushmalari federatsiyasi Kengashiga taqsimlash miqdorlari hamda ijtimoiy sug'urtalashga oid boshqa majburiy ajratmalar va badallar stavkalari O'zbekiston Respublikasi Hukumatining qarori bilan belgilanadi va to'lovchilarga davlat soliq xizmati organlari tomonidan yetkaziladi va uni hisoblab yozish to'lovchi tomonidan mustaqil ravishda, hisobot oyi uchun hisoblab yozilgan mehnatga haq to'lash fondi va tasdiqlangan stavkalardan kelib chiqqan holda amalga oshiriladi.

19-mavzu: YURIDIK SHAXSLARNI SOLIQQA TORTISH TARTIBI

1. Yuridik shaxs tushunchasi va yuridik shaxslarning turlari

Yuridik shaxs deb O'zbekiston Respublikasining qonun hujjatlariga muvofiq tashkil etilgan, o'z mulkida, xo'jalik yuritishida yoki operativ boshqaruvida alohida mol-mulkka ega bo'lgan hamda o'z majburiyatlari yuzasidan ushbu mol-mulk bilan javob beradigan, mustaqil balansiga yoki smetasiga ega bo'lgan, o'z nomidan mulkiy va shaxsiy nomulkiy huquqlarga ega bo'la oladigan

hamda ularni amalga oshira oladigan, majburiyatlarni bajara oladigan, sudda da'vogar va javobgar bo'la oladigan tashkilot, chet davlatning qonun hujjatlariga muvofiq tashkil etilgan hamda O'zbekiston Respublikasida fuqarolik huquq layoqatiga ega bo'lgan xorijiy va (yoki) xalqaro tashkilot hisoblanadi. Yuridik shaxslar mustaqil balans yoki smetaga ega bo'ladilar.

Yuridik shaxs O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlarida belgilangan tartibda ustav va boshqa ta'sis hujjatlari asosida ish olib boradi va o'zining ta'sis hujjatlarida nazarda tutilgan faoliyat maqsadlariga muvofiq fuqarolik huquq layoqatiga ega bo'ladi. Yuridik shaxslar mulkdor yoki u vakil qilgan shaxs tomonidan yoxud vakolatli organing farmoyishi asosida, shuningdek, qonun hujjatlarida nazarda tutilgan tartibda tashkil etiladi.

Yuridik shaxsning huquq layoqati u tuzilgan paytdan boshlab vujudga keladi va uni tugatish yakunlangan paytdan e'tiboran tugatiladi. Yuridik shaxsning maxsus huquq layoqati uning ustavi yoki qonun hujjatlari bilan belgilanadi. Yuridik shaxs qonunda ro'yxati belgilab qo'yilgan ayrim faoliyat turlari bilan faqat maxsus ruxsatnoma (litsenziya) asosidagina shug'ullanishi mumkin. Yuridik shaxs ustav asosida yoki ta'sis shartnomasi va ustav asosida yoxud faqat ta'sis shartnomasi asosida ish olib boradi. Qonunda nazarda tutilgan hollarda tijoratchi tashkilot bo'lmagan yuridik shaxs shu turdagi tashkilotlar haqidagi nizom asosida ish olib borishi mumkin. Yuridik shaxsning ta'sis shartnomasi uning muassislari tomonidan tuziladi, ustavi esa tasdiqlanadi. Yuridik shaxsning ustavi va boshqa ta'sis hujjatlarida yuridik shaxsning nomi, uning joylashgan yeri (pochta manzili), yuridik shaxs faoliyatini boshqarish tartibi belgilab qo'yilishi, shuningdek, ularda tegishli turdagi yuridik shaxslar to'g'risida qonunda nazarda tutilgan boshqa ma'lumotlar bo'lishi kerak.

Yuridik shaxs o'zining tashkiliy-huquqiy shaklini bildiradigan nomiga ega bo'ladi. Tijoratchi bo'lmagan tashkilotlar, unitar korxonalarning nomlari, qonunda nazarda tutilgan hollarda esa boshqa tijoratchi tashkilotlarning ham nomlari yuridik shaxs faoliyatining xususiyatini ko'rsatishi kerak. Yuridik shaxsning nomiga to'la yoki qisqartirilgan rasmiy nomni (davlatning nomini) kiritishga, yuridik shaxs hujjatlarining rekvizitlariga yoki reklama materiallariga ana shunday nomni yoxud davlat ramzlari

elementlarini qo'shishga O'zbekiston Respublikasi Hukumati belgilaydigan tartibda yo'l qo'yiladi.

2. Yuridik shaxslardan undiriladigan daromad (foyda) solig'ini to'lovchilar va soliq solish obyekti

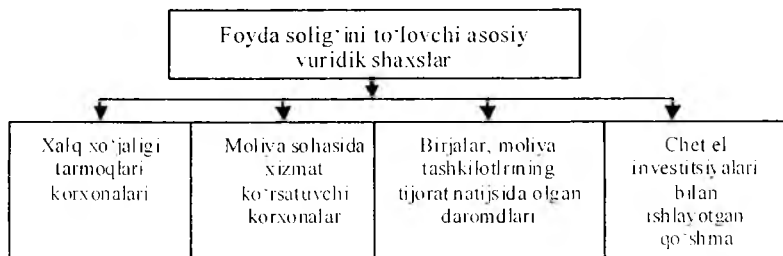
Moliya yilida soliq solinadigan daromadga (foyda) ega bo'lgan yuridik shaxslar daromad (foyda) solig'i to'lovchilar hisoblanadi. Yuridik shaxslardan olinadigan soliqlarga hamma egri soliqlar, korxona daromadiga soliq, yerosti boyliklaridan foydalanganlik uchun, suv resurslaridan foydalanganlik uchun, savdo tashkilotlarini yalpi daromad solig'i, yer solig'i, mol-mulk solig'i, kichik biznes uchun yagona soliq va boshqalar kiradi. Ba'zi soliqlarni (QQS, aksiz) yuridik shaxslar ham jismoniy shaxslar ham to'laydilar. Foyda solig'ining asosiy vazifasi, iqtisodiyot tarmoqlarini investitsiyalash uchun zarur bo'lgan mablag'larni soliq undirish asosida shakllantirib borishdan iborat.

Yuridik shaxslar daromad (foyda) solig'i bo'yicha byudjet bilan hisob-kitoblarni mustaqil ravishda amalga oshiradilar.

Jami daromad bilan soliq qonunchiligiga muvofiq belgilanadigan chegirmalar o'rtasidagi farq sifatida hisoblangan daromad (foyda) soliq solish obyektidir.

Yuridik shaxslardan undiriladigan daromad (foyda) solig'i bevosita soliq bo'lib, proporsional usulda undiriladi. Yuridik shaxslardan undiriladigan daromad (foyda) solig'i O'zbekiston Respublikasi davlat byudjetini to'ldirishda asosiy daromad manbai bo'lib, bevosita soliqlar bilvosita soliqlardan so'ng tushum bo'yicha ikkinchi o'rinda turadi. Foyda solig'i to'lovchilarni quyida keltirilgan rasmda ko'rish mumkin.

Foyda solig'i to'lovchi yuridik shaxslar



Moliya sohasida faoliyat ko'rsatayotgan banklar, ijtimoiy tashkilotlar ham foyda solig'i to'lashadi. Jumladan, ularga quyidagilar kiradi:

– tijorat faoliyatini yurituvchi bank muassasalari (shu jumladan, huquqiy maslahatlar berish yoki iqtisodiy faoliyat yuritish bo'yicha maslahatlar berish va hokazo);

– tijorat faoliyatini yurituvchi turli xalqaro tashkilotlar.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida yuridik shaxslarning asosiy daromadlari ishlab chiqarilgan tovarlar, xizmatlardan iborat.

Yuridik shaxslarning ustav fondiga qo'shilgan, umumiy vazifalarni hal etish uchun birlashtirilgan badallar, paylar va aniq maqsadga qaratilgan boshqa moliyaviy mablag'lar (kapital) ana shu vazifalarni hal etish uchun maxsus tuzilgan yuridik shaxsning daromadlari hisoblanmaydi va soliq solish obyekti bo'lmaydi.

3. Yuridik shaxslardan undiriladigan daromad (foyda) solig'ini to'lash muddatlari va belgilangan imtiyozlar

Yuridik shaxslar uchun soliq to'lash to'g'risidagi hujjatda ko'rsatilishicha, yilning har choragida, birinchi oyining 5-sanasisigacha to'lash belgilangan. Har oyning 10 va 25-sanalarida yil choraklariga belgilangan soliqning oltidan bir qismi miqdorida daromad solig'i o'tkazilishi ta'minlanishi zarur. Mahsulotlarni sotishdan daromad olayotgan yuridik shaxslar va 200 ta eng kam ish haqi miqdorida daromad oluvchi korxonalar, qishloq xo'jaligi korxonalarida daromad (foyda) solig'i har yili choraklararo o'sib borish hajmi bilan, ya'ni oldingi yil choragida to'langan daromad solig'ini qo'shish yo'li bilan amalga oshiriladi.

Yuridik shaxslardan ortiqcha daromad solig'i olingan bo'lsa, u mablag' 30 kun ichida qaytarilishi yoki kelgusi yilga o'tkazilishi mumkin.

Yuridik shaxslar to'laydigan soliqlari va majburiy to'lovlari asosan naqd pulsiz, ya'ni korxona, tashkilot, birlashmaning bankdagi hisob raqamlaridan mablag'ni ko'chirib, respublika yoki mahalliy byudjet hisoblariga belgilangan muddatda o'tkazish yo'li bilan amalga oshiradi.

Yuridik shaxslarning daromad (foyda)larini soliqqa tortishda O'zbekistonda quyidagi imtiyozlar mavjud bo'lib, ular foyda solig'i to'lashdan ozod etiladilar:

- protez-ortopediya buyumlari, inventari ishlab chiqarishga, shuningdek, nogironlarga xizmat ko'rsatishga ixtisoslashganlari - asosiy faoliyat turi bo'yicha;

- ishlovchilari umumiy sonining kamida 50 foizini nogironlar, 1941-1945 yillardagi urush va mehnat fronti faxriylari tashkil etgan, nogironlar jamoat birlashmalari, "Nuroni" jamg'armasi va O'zbekiston chernobilchilari uyushmasi mulki bo'lganlari, bundan savdo, vositachilik, ta'minot-sotish va tayyorlov faoliyati bilan shug'ullanadigan yuridik shaxslar mustasno.

Ko'rsatilgan imtiyozni olish huquqini belgilash chog'ida xodimlarning umumiy soniga shtatda bo'lgan korxona xodimlari, shu jumladan, o'rindoshlik bo'yicha ishlovchilar, shuningdek, korxona shtatida turmagan (pudrat shartnomasi va fuqarolik-huquqiy tUSDagi boshqa shartnomalar bo'yicha ish bajaradigan) shaxslar kiritiladi;

- davalash muassasalari huzuridagi davalash-ishlab chiqarish ustaxonalari;

- jazoni ijro etish muassasalari;

- notijorat tashkilotlari. Bunda tadbirkorlik faoliyatidan daromad (foyda) olgan notijorat tashkilotlari ushbu faoliyatdan soliqni umumbelgilangan tartibda to'laydi.

Soliq solish maqsadida notijorat tashkilotlari deganda quyidagilar tushuniladi:

- a) faqat davlat byudjeti mablag'lari hisobiga moliyalanadigan, tasdiqlangan smetalar doirasida xarajatlarni qoplashga byudjetdan dotatsiyalar oladigan korxonalar, muassasalar va tashkilotlar;

- b) xayriya birlashmalari, uyushmalar va jamg'armalari, xalqaro tashkilotlar, diniy birlashmalar va boshqa tashkilotlar;

- v) ijtimoiy-xayriya yoki boshqa maqsadlar uchun barpo etilgan, tadbirkorlik faoliyatidan daromad olishni nazarda tutmasligi ta'sis hujjatlarida qayd etilganlari;

- shahar yo'lovchilar transporti (taksi, shu jumladan yo'nalishli taksidan tashqari) yo'lovchilarni tashish bilan bog'liq xizmatlari bo'yicha;

– tarix va madaniyat yodgorliklarini ta'mirlash va qayta tiklash ishlarini amalga oshirishdan olingan daromadlar (foyda) bo'yicha;

– davlat obligatsiyalari va boshqa davlat qimmatli qog'ozlari bo'yicha dividendlar va foizlar bo'yicha;

– ichki ishlar organlari huzuridagi qo'riqlash bo'linmalari;

– gastrol-konsert faoliyati bilan shug'ullanish huquqi uchun litsenziya olganlar;

– sug'urta shartnomalari bo'yicha sug'urta qoplami (sug'urta summasi) ko'rinishida olingan mablag'lar summasi bo'yicha;

– tezkor-qidiruv tadbirlari tizimlarining texnik vositalarini ekspluatatsiya qilish va ularga xizmat ko'rsatish xizmatlarini ko'rsatishdan daromad (foyda) solig'i bo'yicha.

– agar yuridik maqomga ega bo'lgan korxonalarda ishlab chiqarish xodimlarining 75 foizi maktab yoki kollej o'quvchilari bo'lsa, ulardan foyda solig'i olinmaydi;

– ustav sarmoyasida chet el investitsiyasining miqdori 50 va undan ortiq foizda bo'lgan qo'shma korxonalar daromadining ishlab chiqarishni rivojlantirishga sarflangan qismidan;

– eksport mahsulotlari ishlab chiqarishning o'sishiga erishgan yuridik maqomga ega bo'lgan korxonalarning erkin konvertatsiya qilinadigan darajadagi eksport mahsulotlaridan olgan daromadlaridan.

20-mavzu: JISMONIY SHAXSLARINI SOLIQQA TORTISH TARTIBI

1. Jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'ining mazmuni va uni to'lovchilar tarkibi

Soliq kodeksida mamlakatdagi har bir fuqaro o'z daromadlaridan qonunda belgilangan miqdorda va muddatlarda soliqlar hamda ularga tenglashtirilgan to'lovlarni belgilangan tartibda to'lab borishlari kerakligi haqida ko'rsatib o'tilgan.

Eng avvalo jismoniy shaxslarning daromadlariga izoh berishdan oldin jismoniy shaxs, degan so'zni tushunib olish lozim bo'ladi. Jismoniy shaxslar deganda, O'zbekiston Respublikasi fuqarolari,

chet el fuqarolari, shuningdek, fuqaroligi bo'lmagan shaxslar tushuniladi.⁶

Jismoniy shaxslar daromadlaridan olinadigan soliqlar ijtimoiy-iqtisodiy xususiyatga ega bo'lib, soliq to'lovchi subyekting hayotida muhim rol o'ynaydi. Chunki, jismoniy shaxslar daromadidan olinadigan soliqlar milliy daromadni taqsimlashda davlatning, shu jumladan, mahalliy hokimiyat va boshqaruv organlarining pul shaklidagi yangi qiymatning bir qismini o'zlashtirilishi ta'minlanadi. Jismoniy shaxslar daromadlaridan olinadigan soliq O'zbekiston Respublikasining 1991 yil 15 fevraldagi «O'zbekiston Respublikasi fuqarolaridan, chet ellik fuqarolardan va fuqaroligi bo'lmagan shaxslardan daromad solig'i olish to'g'risida»gi qonuni bilan joriy qilindi.

Hozir barcha jismoniy shaxslar soliqqa tortish maqsadida ikki toifaga bo'linadi:

1. O'zbekiston Respublikasi rezidentlari;
2. O'zbekiston Respublikasi norezidentlari

O'zbekiston Respublikasining rezidenti deb — O'zbekiston Respublikasida doimiy yashab turgan yoki moliya yilida boshlanadigan yoki tugaydigan o'n ikki oygacha bo'lgan istalgan davr mobaynida 183 kun yoki undan ko'proq muddatda O'zbekistonda turgan jismoniy shaxs tushuniladi. O'zbekiston Respublikasi rezidenti bo'lmish jismoniy shaxslarga ularning O'zbekiston Respublikasidagi, shuningdek, undan tashqaridagi faoliyati manbalaridan olingan daromadlari bo'yicha soliq solinadi. Norezident jismoniy shaxslarga faqatgina O'zbekiston Respublikasi hududidagi faoliyatdan olingan daromadlar bo'yicha soliq olinadi.

Jismoniy shaxsning jami yillik daromadi — bu moliya yoki hisobot yilida olgan, olishi lozim bo'lgan naqd pul yoki naqd pulsiz, natura shaklida hamda moddiy manfaatlar yig'indisidan iborat bo'lgan daromadlar hisoblanadi.

Mehnatga haq to'lash shaklida olinadigan daromad jismoniy shaxslarning mehnat shartnomasi bo'yicha qilingan ishlardan va fuqarolik-huquqiy shartnomalari bo'yicha oladigan daromadlari hisoblanadi. Fuqarolarning mehnat daftarchasi yuritiladigan korxona, muassasa va tashkilot uning asosiy ish joyi hisoblanadi.

⁶ O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksi. —T.: Adolat, 1996.

Jismoniy shaxslarning mulkiy daromadiga foizlar, dividendlar bo'yicha olingan daromad, mol-mulkni ijaraga berishdan keladigan daromadlar kiradi.

Jismoniy shaxslar oladigan dividendlari tarkibiga: aksiyadorlik jamiyatlaridan sotib olingan aksiyalar bo'yicha olingan dividendlar; mulk shaklidan qat'iy nazar ulushbay asosida tashkil etilgan hissadan olinadigan daromadlar kiradi.

Jismoniy shaxslar oladigan foizlari tarkibiga:

- Depozit qo'yilmalar, qarz majburiyatlari va boshqa qimmatli qog'ozlar bo'yicha olinadigan daromadlari kiradi.

Jismoniy shaxslarning tadbirkorlik faoliyatidan oladigan daromadlariga tovarlar (ishlar, xizmatlar) realizatsiyasidan, daromad olish maqsadida tavakkal qilib, o'z mulkiy javobgarligi ostida yakka tartibda amalga oshiradigan, qonun hujjatlarida taqiqlanmagan boshqa faoliyatdan keladigan barcha tushumlar kiradi.

2. Jismoniy shaxslarning tadbirkorlik faoliyatidan keladigan daromadlarini soliqqa tortish va deklaratsiyalash tartibi

Tadbirkorlik bu xo'jalik subyektlari tomonidan qonun hujjatlariga muvofiq belgilangan tartibda ro'yxatdan o'tgan, tavakkal qilib va o'z mulkiy javobgarligi ostida daromad (foyda) olish maqsadida amalga oshiriladigan tashabbuskor faoliyatdir.

Tadbirkorlar qat'iy belgilangan soliq to'lovchilar hisoblanishlari bilan birga ular uchun quyidagilarni to'lashning amaldagi tartibi mavjud: aksiz solig'i (aksizlanadigan mahsulot ishlab chiqarish chog'ida); yer ostidan foydalanganlik uchun soliq; suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq (suv resurslaridan tadbirkorlik faoliyati uchun foydalanilganda); yer solig'i; mol-mulk solig'i; bojxona to'lovlari, hamda O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi huzuridagi byudjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga sug'urta badallari; davlat bojlari; xarid qilingan va vaqtinchalik olib kiriladigan avtotransport vositalari qiymatidan O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi huzuridagi Respublika yo'l jamg'armasiga to'lanadigan yig'imlar tashkil etadi.

Qat'iy belgilangan miqdorlardagi daromad solig'ini tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi jismoniy shaxslar har oyda,

mustaqil ravishda faoliyat amalga oshiriladigan oyning 1-kunigacha to'laydilar.

Hoziri vaqtda mamlakatimizda jismoniy shaxs maqomidagi tadbirkorlikning bir nechta asosiy toifalari mavjud va quyidagi sohalarida tadbirkorlik faoliyatini amalga oshiruvchi jismoniy shaxslar qat'iy soliq to'lovchi hisoblanadi:

1. Chakana savdo (oziq-ovqat va nooziq-ovqat tovarlari, dehqon bozorlarida qishloq xo'jaligi mahsulotlari bilan).

2. Aholiga maishiy xizmat ko'rsatish (poyafzal ta'mirlash, avtotransport vositalarini ta'mirlash xizmati, kimyoviy tozalash xizmati, fotografiya xizmatlari, nusxa olish xizmati va h.k.).

3. Soliqqa tortish maqsadida yuqoridagi maishiy xizmatlar guruhiga kiritilmagan xizmatlar: sataroshlik xizmatlari ko'rsatish, manikyur, pedikyur, kosmetika va boshqa xizmatlar ko'rsatish.

4. O'z mahsulotini ishlab chiqarish va sotish (milliy shirinliklar va non-bulka mahsulotlari tayyorlash va sotish, mebel ishlab chiqarish, eshik-rom ishlab chiqarish va h.k.)

5. Boshqa faoliyat turlari.

Ushbu tartib quyidagi sohalarida tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari bilan shug'ullanadigan jismoniy shaxslarga tatbiq etilmaydi: bilyardxonalar, bolalar o'yin avtomatlari, o'yin avtomatlari, shu jumladan, tavakkalchilikka asoslangan, pul (buyum) yutuqli o'yin avtomatlari zallarini tashkil etishga doir faoliyat.

Tadbirkor o'z faoliyatini muayyan oyga (oylarga) turli sabablar (oilaviy ahvoli, kasallik, vaqtincha boshqa yerga ketish va h.k.) bilan to'xtatgan hollarda, davlat soliq xizmati organlariga faoliyatni vaqtincha to'xtatishi haqida ariza taqdim etadi va ro'yxatdan o'tganlik guvohnomasini topshirgandan so'ng soliq to'lashdan ozod etiladi.

Qat'iy belgilangan soliq to'lovchilari uchun quyidagilarni to'lashning amaldagi tartibi saqlab qolinadi: aksiz solig'i (aksizlanadigan mahsulot ishlab chiqarish chog'ida), yer ostidan foydalanganlik uchun soliq, suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq (suv resurslaridan tadbirkorlik faoliyati uchun foydalanilganda), yer solig'i, mol-mulk solig'i, bojxona to'lovlari, byudjetdan tashqari, Pensiya jamg'armasiga sug'urta badallari, davlat bojlari, xarid qilingan va vaqtinchalik qilib kiriladigan avtotransport vositalari qiymatidan Respublika yo'l jamg'armasiga yig'im.

Bozor sharoitida jismoniy shaxs tomonidan bir yilda turli manbalardan olingan daromadlar yig'indisi to'g'risidagi ma'lumot (deklaratsiya) bo'lib, hisoblanadi.

Soliq deklaratsiyasiga ko'ra, soliq to'lovchi subyekt ikki va undan ortiq ish joyida faoliyat ko'rsatsa, u keyingi yilning ma'lum davrigacha o'zining yil davomida olgan daromadini, uning manbalarini, soliqqa tortish obyekti bo'lgan mol-mulkklarini o'zi yashab turgan tegishli soliq organlariga ko'rsatishi lozim.

Quyidagi jismoniy shaxslar deklaratsiya topshirishlari shart:

- asosiy ish joyidan tashqaridan daromad olayotganlar;
- yakka tartibdagi tadbirkor sifatida davlat ro'yxatidan o'tmagan holda bir marotabalik operatsiyalar (savdo, ish, xizmatlar)ni amalga oshirishdan daromad oluvchilar;
- chet ellik rezident jismoniy shaxslar.

Deklaratsiya o'z vaqtida taqdim etilmasa, moliyaviy jazo choralari qo'llaniladi. Bunda, uni o'z vaqtida taqdim etmaganligi uchun:

- to'lov muddati o'tkazib yuborilgan har bir kun uchun tegishli summaning bir foizi miqdorida, biroq tegishli hisobot davri uchun ilgari hisoblab chiqarilgan to'lovlar chegirib tashlangan holda belgilangan to'lov muddatiga tegishli to'lov summasining o'n foizidan ko'p bo'lmagan miqdorda;

- eng kam ish haqining bir baravaridan uch baravarigacha miqdorda jarima undiriladi.

3. Jismoniy shaxslar daromadlaridan olinadigan soliq stavkalari va ularga belgilangan imtiyozlar

Hozir qo'llanilayotgan soliq qonunchiligining xususiyati shundan iboratki, u kam va yuqori daromad oladigan fuqarolarni tabaqalashtirishga juda qo'l keladi, daromadlarni adolatli ravishda soliqqa tortishni hamda muhtoj fuqarolarni muhofaza qilishni ta'minlaydi. Fuqarolardan daromad solig'i ortib boruvchi (progressiv) stavkalar bo'yicha undiriladi.

Respublikamizda ushbu soliq turi bo'yicha soliq stavkalari yildan-yilga takomillashtirilib borilmoqda. 2000 yil 1 yanvardan eng yuqori stavka 40% qilib, 2001 yil 1 yanvardan esa 36 % qilib, 2002 yil 1 yanvardan 33 % qilib, 2003 yil 1

yanvardan 32 % qilib, 2004-2006 yilgacha 30 % qilib, 2006 yil 1 yanvardan 29 % qilib, 2007 yil 1 yanvardan 25% oʻrnatilib, 2009 yildan boshlab daromad soligʻining eng yuqori chegarasi 22 % qilib belgilandi.

Jismoniy shaxslarning daromadlaridan olinadigan soliqning 2009 yil uchun stavkalari

Jami daromad miqdori	Soliq summasi
Eng kam ish haqining olti barabari miqdorigacha	Daromad summasining 12 foizi
Eng kam ish haqining olti barabari miqdoridan (+1 soʻm) oʻn baravari miqdorigacha	Eng kam ish haqining besh barabari miqdoridan olinadigan soliq + besh barobaridan oshadigan summaning 17 foizi
Eng kam ish haqining oʻn barabari miqdoridan (+1 soʻm) va undan yuqori miqdoridan	Eng kam ish haqining oʻn barabari miqdoridan olinadigan soliq + oʻn barobaridan oshadigan summaning 22 foizi

1) Jismoniy shaxslarning ayrim toifalari yaʼni zararli va ogʻir sharoitlarda faoliyat yuritadiganlar uchun, shuningdek, tabiiy iqlim sharoitlari yomon joylarda ishlash bilan bogʻliq boʻlganlarga qoʻshimcha toʻlovlar boʻyicha imtiyozli daromad soligʻi stavkalarini oʻrnatilgan va ushbu koʻrsatib oʻtilgan sharoitlarda ishlaydigan jismoniy shaxslardan daromad soligʻi olish darajasi 22 foizdan oshmasligi lozim.

Jismoniy shaxslar daromad soligʻini hisoblashning turli tizimlari, koʻpincha jamlovchi va jamlamaydigan tizimlari qoʻllaniladi. Jamlamaydigan tizim 90-yillargacha fuqarolardan daromad soligʻini olishda qoʻllanilgan: soliq summasi bundan oldingi oydagi berilgan toʻlovlarni va ushbu toʻlovlar uchun ushlab qolingani soliqni hisobga olmasdan har bir oy uchun alohida tarzda belgilanadigan stavkalardan kelib chiqqan holda hisoblangan.

Soliq undirishning jamlovchi tizimida soliqni hisoblashni oʻsib boruvchi yakunga binoan amalga oshiriladi. Bunday tizim yilning aniq sanasigacha olingan daromad summasini, shuningdek, soliq toʻlovchining shu muddatgacha toʻlagan soliqlarining umumiy summasini belgilash imkoniyatini beradi. Shuning uchun faqat

bir manbadan daromad oladigan soliq to'lovchiga yilning oxiriga borib daromadining qayta hisob-kitob qilishini va qo'shimcha soliq to'lash zarurati bo'lmaydi.

Asosiy bo'lmagan ish joyidan olingan mehnat haqi to'lovlari va boshqa to'lovlardan jismoniy shaxslar daromadiga solinadigan soliqni hisoblab chiqarish yil boshidan o'sib boruvchi yakun bilan soliq solinadigan jami daromad summasidan har oyda taqvim yili boshidan, imtiyozlarni qo'llashlarsiz, umumiy belgilangan (12 %-22 %) stavkalar bo'yicha (agar bunday daromadlar to'langan bo'lsa) daromadlarning to'lov manbaida amalga oshiriladi. Misollar keltirib o'tamiz.

1. 2009 yil yanvar oyi uchun daromad solig'i progressiv shkalasi

Soliq solinadigan daromad miqdori	Soliq summasi
a) (6 x 34500) q 207000 so'mgacha	Daromad summasining 12 foizi
b) 207001 so'mdan (10 x 34500) q 345000 so'mgacha	345000 so'mgacha bo'lganidan 17 foizi
v) 345001 so'm va undan yuqori	345001 so'mdan ortiq summadan 22 foizi

Yanvar oyi uchun eng kam ish haqi miqdori - 34500 so'm.

3. 2009 yil fevral oyi uchun daromad solig'i progressiv shkalasi

Soliq solinadigan daromad miqdori	Soliq summasi
a) (6 x 69000) q 414000 so'mgacha	Daromad summasining 12 foizi
b) 414001 so'mdan (10 x 69000) q 690000 so'mgacha	690000 so'mgacha bo'lganidan 17 foizi
v) 690001 so'm va undan yuqori	690001 so'mdan ortiq summaning 22 foizi

Yanvar-fevral oylari uchun eng kam ish haqining jami miqdori - 69000 so'm (34500 + 34500).

Soliq kodeksi bo'yicha bir necha imtiyozlar qo'llanilgan bo'lib, ularni 3 guruhga bo'lib ko'rish mumkin:

1. Soliqqa tortilmaydigan daromadlar;

2. Daromad solig'idan to'liq ozod etilgan jismoniy shaxslar;

3. Soliqdan qisman, ya'ni har bir to'liq oy uchun eng kam ish haqining 4 barobari miqdorida to'lashdan ozod etilgan jismoniy shaxslar.

Jismoniy shaxslarning daromadiga solinadigan soliqni to'lashdan quyidagilar to'laligicha ozod qilinadilar:

a) xorijiy davlatlar diplomatiyavakolatxonalarining boshliqlari va a'zolari hamda konsullik muassasalarining mansabdor shaxslari, ularning o'zlari bilan birga yashaydigan oila a'zolari, agar ular O'zbekiston Respublikasi fuqarosi bo'lmasa, O'zbekiston Respublikasidagi manbalardan olinadigan, diplomatik va konsullik xizmati bilan bog'liq bo'lmagan daromadlaridan tashqari barcha daromadlari bo'yicha;

b) xorijiy davlatlar diplomatiyavakolatxonalari va konsullik muassasalarining ma'muriy-texnik xodimlari va ularning o'zlari bilan birga yashaydigan oila azolari, agar ular O'zbekiston Respublikasi fuqarosi bo'lmasa yoki O'zbekiston Respublikasida doimiy yashamasa, O'zbekiston Respublikasidagi manbalardan oladigan, diplomatikvakonsullikxizmati bilan bog'liq bo'lmagan daromadlaridan tashqari barcha daromadlari bo'yicha;

v) xorijiy davlatlar diplomatiyavakolatxonalariga, konsullik muassasalariga xizmat ko'rsatadigan xodimlar tarkibiga kirgan shaxslar, agar ular O'zbekiston Respublikasi fuqarosi bo'lmasa yoki O'zbekiston Respublikasida doimiy yashamasa, o'z xizmati yuzasidan oladigan barcha daromadlari bo'yicha;

g) xorijiy davlatlar diplomatiyavakolatxonalari va konsullik muassasalari xodimlarining uylarida ishlovchilar, agar ular O'zbekiston Respublikasi fuqarosi bo'lmasa yoki O'zbekiston Respublikasida doimiy yashamasa, o'z xizmati yuzasidan oladigan barcha daromadlari bo'yicha;

d) hukumatga qarashli bo'lmagan xalqaro tashkilotlarning mansabdor shaxslari — agar ular O'zbekiston Respublikasi fuqarosi bo'lmasa, ushbu tashkilotlarda olgan daromadlari bo'yicha;

e) Mudofaa, Ichki ishlar, Favqulodda vaziyatlar vazirliklarining, Milliy xavfsizlik xizmatining harbiy xizmatchilari, ichki ishlar organlari va bojxona organlarining oddiy xizmatchilari va boshliqlari tarkibiga mansub shaxslar, shuningdek, o'quv yoki sinov yig'inlariga chaqirilgan harbiy

xizmatga majburlar — xizmatni o'tash (xizmat vazifasini bajarish) munosabati bilan olgan pul ta'minoti, pul mukofotlari va boshqa to'lov summalari bo'yicha;

j) gastrol'-konsert faoliyati bilan shug'ullanish huquqini beruvchi litsenziyasi bo'lgan shaxslar — gastrol-konsert faoliyatidan olingan daromadlari bo'yicha;

z) mansab darajalari mavjud bo'lgan prokuratura organlari xodimlari.

21-mavzu: SOLIQQA OID QONUNBUZARLIKLAR VA ULARGA NISBATAN QO'LLANILADIGAN JAZO CHORALARI

1. Soliqqa oid qonunbuzarliklarga soliq tizimi orqali ta'sir etish

O'zbekiston Respublikasi Soliq kodeksining 6-moddasida ko'rsatilishicha har bir shaxs ushbu kodeksda belgilangan soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni to'lashi shart. Yuridik va jismoniy shaxslar tomonidan soliqlarni o'z vaqtida to'lamaslik esa, soliqqa oid qonunbuzilishlarni keltirib chiqarishga sabab bo'ladi.

Soliqqa oid qonunbuzilishlar davlat byudjetining daromadlari hajmiga bevosita ta'sir qiladi hamda iqtisodiy taraqqiyotga ham o'zining salbiy tomonlarini ko'rsatadi.

Soliq ilmining taniqli nomoyandalaridan biri A. Laffer soliqlar soliq to'lovchilarning xo'jalik faoliyatiga jiddiy zarar yetkazmasliklari, ularning ishlab chiqarishdan manfaatdorliklarini pasaytirmasliklari lozim, degan fikrni bildirgan. Unga ko'ra, yuqori stavkali soliqlar ishlab chiqaruvchilar va ishchilarning soliq to'lashdan keyin qoladigan mablag'lari hisobidan oladigan ijtimoiy to'lovlar summasini sezilarli darajada qisqarishiga olib kelishini va mukammal soliq stavkalarining muhimligini e'tirof etgan.

Soliq stavkalari proporsional, progressiv va regressiv bo'lishi mumkin. Progressiv soliq stavkasining o'ziga xos kamchiliklari mavjud bo'lib, bu usul unumli mehnat qilib qo'shimcha daromad topishga bo'lgan manfaatdorlikni

so'ndiradi. Bunday holat aholini qo'shimcha daromad topib, uni omonatga qo'yish yoki qimmatbaho qog'ozlar sotib olib, respublika iqtisodiyoti uchun investitsiya manbaini yaratishga bo'lgan qiziqishini orittirmaydi. Chunki, mehnatkash daromadi ortib borishi bilan soliq stavkasi ham ortib boradi. Ma'lumki, ko'pchilik kamroq soliq to'lab, ko'proq daromad topishni o'ziga ma'qul biladi. Shuning uchun, savdo va boshqa sohalarda ishbilarmonlik bilan shug'ullanuvchilar savdo aylanmasini, olayotgan daromadini har xil noqonuniy yo'llar bilan yashirishga harakat qiladi.

Soliq stavkalarining o'sishi o'zlarining ma'lum darajasigacha soliq tushumlarining o'sishini rag'batlantiradi, keyin esa, bu o'sish sekinlashadi va pirovard natijada, davlat byudjeti daromadlarining keskin tarzda kamayishi yuz beradi.

Hozirgi vaqtda xo'jalik subyektlarining iqtisodiy faoliyati ko'proq baynalmilal xarakterga ega bo'lib, bu holat tovarlar, mehnat resurslarini, moliyaviy va real investitsiyalarni doimiy ravishda bir davlatdan ikkinchi davlatga o'tishini ta'minlamoqda.

Umuman olganda, soliqqa oid qonunbuzilishlar va soliq tizimi o'rtasida ikkiyoqlama aloqadorlik mavjuddir.

Soliqqa oid qonunbuzilishlardan biri — xo'jalik subyektlari tomonidan tegishli ruxsatnomaga ega bo'lmasdan, soliq inspeksiyalariga soliq hisobini, balans hisobotlarini topshirmasdan moliya-xo'jalik faoliyatini yuritish hisoblanadi. Ayrim hollarda esa soliq organlariga xo'jalik subyektning moliyaviy-xo'jalik faoliyatini mavjud emasligidan guvohlik beruvchi yolg'on soliq hisobi va balanslar topshirish evaziga qonunbuzilishlarga maqsadli yo'l qo'yiladi.

Soliqqa oid qonunbuzilishlarning keng tarqalgan turlaridan biri bo'lib, noqonuniy xarakterdagi operatsiyani korxonaning buxgalteriya hujjatlarida aks ettirilmasligi hisoblanadi. Bundan ko'zlangan maqsad amalga oshirilgan hisob-kitoblarni imkon qadar ishonchli tarzda yashirish hisoblanadi. Bunda hisobga olinmagan naqd pul mablag'lari vositasida hisoblashish keng tarqalgan. Ko'pchilik hollarda naqd pullar ulgurji va chakana savdo o'rtasidagi munosabatlarda hisobdan chiqib qoladi. Chunki, bu yerda soxta hujjatlar yuritishning asosiy qismi yuzaga keladi.

2. Soliqqa oid qonunbuzarliklarni yuzaga keltiruvchi asosiy usullar

Respublikamizda soliq majburiyatlaridan soliq to'lovchilarining bo'yin tovlashi masalasi dolzarb hisoblanadi.

Soliq to'lovchilarning majburiyatlariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- o'z soliq majburiyatlarini o'z vaqtida va to'liq hajmda bajarishi;
- qonun hujjatlariga muvofiq buxgalteriya hisobini yuritishi, moliyaviy va soliq hisobotini tuzishi;

- davlat soliq xizmati organlariga va boshqa vakolatli organlarga imtiyozlar olish huquqini tasdiqlovchi hujjatlarni taqdim etishi;

- soliq tekshiruvlari o'tkazilayotgan vaqtda davlat soliq xizmati organlariga soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni hisoblab chiqarish, to'lash bilan bog'liq hujjatlar hamda ma'lumotlarni taqdim etishi;

- davlat soliq xizmati organlarining va boshqa vakolatli organlarning hamda ular mansabdor shaxslarining qonuniy talablarini bajarishi, shuningdek, mazkur organlarning, ular mansabdor shaxslarining qonuniy faoliyatiga to'sqinlik qilmasligi.

Moliyaviy-xo'jalik faoliyatini yuritishni soliq organlaridan yashirish soliq to'lashdan bo'yin tovlashning juda keng tarqalgan usullaridan biridir.

Soliq to'lovchining moliyaviy-xo'jalik faoliyatlari natijalarini buxgalteriya hujjattarida aks ettirilmaslik usuli mavjud. Bu usul korxonalarning buxgalteriya hisobida ayrim bitimlarni aks ettirilmasligida namoyon bo'ladi. O'zbekiston Respublikasining «Buxgalteriya hisobi to'g'risida»gi qonuniga muvofiq korxona va tashkilotlarning barcha operatsiyalari birlamchi buxgalteriya hujjatlarida o'z aksini topishi shart. Ana shu birlamchi buxgalteriya hujjatlariga asosan buxgalteriya hisobida yuritilishi lozim. Tovarlarni sotish natijasida olingan naqd pullarni kassaga kirim qilmaslik holatlari mazkur usulda namoyon bo'lishining asosiy shakli hisoblanadi.

Soliqqa tortiladigan bazani kamaytirish imkonini beruvchi iqtisodiy ko'rsatkichlarni noqonuniy o'zgartirish yo'li bilan soliqqa tortish obyekti xususidagi ma'lumotlarni soxtalashtirish usuli. Amaldagi qonunchilikka muvofiq soliqqa tortish obyektlari

sifatida mulk, foyda, daromad, sotilgan tovarlar va ko'rsatilgan xizmatlarning qiymati maydonga chiqadi.

Soliqqa tortish obyekti soliqqa tortishning muhim elementlaridan biri hisoblanadi va u soliq yukini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Soliq to'lovchining jismoniy yoki yuridik shaxs ekanligi, uning moliyaviy-xo'jalik faoliyatini amalga oshirishga xos bo'lgan xususiyatlar soliqqa tortish obyektining miqdoriga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Bu esa, soliq to'lovchiga noqonuniy asosda soliq yukini kamaytirish imkonini beradi.

Notijorat tashkilotlar tomonidan foyda solig'iga tortilmaydigan asosiy faoliyat turi bahonasida tijorat faoliyatini yuritish usuli. Mazkur usulning mavjudligi, faoliyati foyda olishni ko'zlamaydigan tashkilotlarning mavjudligi bilan izohlanadi. Bu tashkilotlarning asosiy faoliyat turi bo'yicha pul mablag'lari soliqqa tortilmaydi, ammo ularning tijorat faoliyatidan olinadigan daromadlari foyda solig'iga tortiladi. Ular notijorat faoliyat shaklida tijorat faoliyatini amalga oshiradilar. Bu usul notijorat tashkilotlar tomonidan ta'lim xizmatlarini ko'rsatishda, asosiy vositalarni ijaraga berishda ko'p qo'llaniladi. Ular, odatda, ta'lim xizmatlari ko'rsatishdan olingan pul mablag'larini a'zolik badallari sifatida rasmiylashtiradilar, ijaraga berilgan asosiy vositalardan kelgan tushumlarini esa, xayr-ehsan badallari sifatida rasmiylashtiradilar.

Yuqorida qayd etilgan usullardan sezilarli darajada farq qiluvchi usullar guruhi ham mavjud bo'lib, bu guruhdagi usullar mijozning pul mablag'lari xususidagi ma'lumotlarni soxtalashtirishi natijasida paydo bo'ladi. Mazkur guruhga mansub bo'lgan usullar quyidagilar:

a) hisob-kitoblarning ma'lum qismini naqd pullarda amalga oshirish va naqd pulda olingan tushumlarni aylanma kassaga kirim qilmaslik.

O'zbekiston Respublikasining «Davlat soliq xizmati to'g'risida»gi qonunining 7-moddasi 3-bandiga muvofiq, soliq to'lovchilar tomonidan qonunchilikda belgilangan muddatlarda to'lanmagan soliqlar soliq organlari tomonidan soliq to'lovchining hisob-raqamidagi pul mablag'lari hisobidan inkassa topshiriqnomasi qo'yish yo'li bilan undirib olinadi.

Ayrim korxonalar olayotgan tushumlarini soliq organlarining inkassa topshiriqnomalari asosida to'lanishiga yo'l qo'ymaslik maqsadida naqd pulda olingan tushumlarni aylanma kassaga kirim qiladilar, lekin hisob-raqamiga kirim qilmaydilar, mol yetkazib beruvchilar bilan hisoblashish kabi maqsadlarga xarajat qilmaydilar;

b) byudjetdan qarzdorlik mavjud bo'lgan sharoitda hisob-kitoblarni uchinchi shaxs orqali amalga oshirish. Mazkur usuldan foydalanishdan ko'zlangan maqsad soliq to'lovchining joriy hisob-raqamidagi pul mablag'lari hisobidan majburiy tartibda undirilishi lozim bo'lgan soliq to'lovlaridan bo'yin tovlash hisoblanadi. Bunday sharoitda tovarlarni sotish natijasida olinadigan tushum summasini soliq organining inkassa topshiriqnomasiga asosan olib qo'yilishiga yo'l qo'ymaslik maqsadida mol yetkazib beruvchi xaridordan to'lov summasini uchinchi shaxsning joriy hisob-raqamiga o'tkazishni talab qiladi. Mazkur usuldan foydalanish ko'lamini tavsiflovchi ko'rsatkichiardan biri — boqimandalar summasi mutlaq miqdorining tahlil qilingan davr mobaynida sezilarli ravishda o'sishi hisoblanadi.

Umuman olganda, soliq majburiyatlaridan bo'yin tovlash usullari umumiy belgilariga ko'ra aniq guruhlariga bo'linadi. Bundan tashqari, har bir soliq turi bo'yicha ushbu usullardan foydalanishga xos bo'lgan xususiyatlar mavjud bo'lib, ular, pirovard natijada soliq to'lashdan bo'yin tovlash usullari mohiyatini ochishga xizmat qiladi.

3. Soliq tekshiruvlari va soliqqa oid qonun buzilishining oldini olish bo'yicha tadbirlar

Soliq tekshiruvi davlat soliq xizmati organlari tomonidan, qonun hujjatlarida nazarda tutilgan hollarda esa, prokuratura organlari tomonidan amalga oshiriladigan soliq to'g'risidagi qonun hujjatlarining bajarilishini tekshirishdir.

Soliq tekshiruvini o'tkazish muddati o'ttiz kalendar kunidan oshmasligi kerak. Alohida hollarda bu muddat nazorat qiluvchi organlar faoliyatini muvofiqlashtiruvchi maxsus vakolatli organ qarori bilan uzaytirilishi davlat soliq xizmati organining qo'shimcha buyrug'i bilan rasmiylashtirilgan bo'lishi kerak.

Qisqa muddatli tekshiruv soliq to'lovchining moliya-xo'jalik faoliyatini tekshirish bilan bog'liq bo'lmagan, uning ayrim operatsiyalarining soliq to'g'risidagi qonun hujjatlariga muvofiqligi tekshiruvidir.

Qisqa muddatli tekshiruv o'tkazish muddati bir ish kunidan oshmasligi lozim va qisqa muddatli tekshiruv o'tkazish muddatini uzaytirishga yo'l qo'yilmaydi.

Soliq to'lovchining moliya-xo'jalik faoliyati tekshiruvi (taftishi) soliq to'g'risidagi qonun hujjatlariga rioya etilishi ustidan nazoratni amalga oshirish maqsadida soliq to'lovchining buxgalteriya, moliya, statistika, bank hujjatlari hamda boshqa hujjatlarini o'rganish va taqqoslashdir.

Soliq to'lovchilar moliya-xo'jalik faoliyatining rejali soliq tekshiruvlari (taftishlari) bir yilda ko'pi bilan bir marta, belgilangan normalar va qoidalarga o'z vaqtida hamda to'liq hajmda rioya etayotgan soliq to'lovchilar moliya-xo'jalik faoliyatining rejali soliq tekshiruvlari esa, ikki yilda ko'pi bilan bir marta amalga oshiriladi, ushbu moddaning ikkinchi va uchinchi qismlarida nazarda tutilgan hollar bundan mustasno.

Mikrofirmalar, kichik korxonalar va fermer xo'jaliklari moliya-xo'jalik faoliyatining rejali soliq tekshiruvlari (taftishlari) to'rt yilda ko'pi bilan bir marta, boshqa tadbirkorlik subyektlarining moliya-xo'jalik faoliyatining rejali soliq tekshiruvlari (taftishlari) esa, uch yilda ko'pi bilan bir marta amalga oshiriladi.

Yangi tashkil etilgan mikrofirmalar, kichik korxonalar va fermer xo'jaliklarining moliya-xo'jalik faoliyati, ular davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan e'tiboran dastlabki ikki yilda rejali soliq tekshiruvlaridan o'tkazilmaydi.

Soliq tekshiruvlarining amaldagi quyidagi turlari mavjud:

1. Rejali soliq tekshiruvi;
2. Rejadan tashqari soliq tekshiruvi;
3. Muqobil tekshiruv.

Soliq to'lovchi moliya-xo'jalik faoliyatining rejali soliq tekshiruvi (taftishi) – tekshiruvlarni amalga oshirishning nazorat qiluvchi organlar faoliyatini muvofiqlashtiruvchi maxsus vakolatli organ tomonidan tasdiqlangan muvofiqlashtirish rejasi asosida o'tkaziladigan tekshiruvdir.

Soliq to'lovchi moliya-xo'jalik faoliyatining rejadan tashqari soliq tekshiruvi (taftishi) quyidagi hollarda o'tkaziladigan tekshiruvdir:

- yuridik shaxs tugatilayotganda;
- O'zbekiston Respublikasi Prezidentining yoki O'zbekiston Respublikasi hukumatining qarorlaridan kelib chiquvchi tekshiruvlarni o'tkazish zarur bo'lganda;
- davlat soliq xizmati organiga soliq to'g'risidagi qonun hujjatlari soliq to'lovchi tomonidan buzilganligi hollari haqida qo'shimcha ma'lumotlar tushganda.

Muqobil tekshiruv — operatsiyalar birligi tufayli o'zaro bog'langan va turli soliq to'lovchilarda bo'lgan hujjatlarni taqqoslashdan iborat tekshiruvdir.

Muqobil tekshiruv uchinchi shaxslarga nisbatan, agar soliq tekshiruvlari o'tkazilayotganda davlat soliq xizmati organida mazkur shaxslar bilan bog'liq bo'lgan, soliq to'lovchi o'tkazgan operatsiyalar soliq bo'yicha hisobga olishda to'g'ri aks ettirilganligi haqida qo'shimcha ma'lumot olish zaruriyati kelib chiqsa, o'tkaziladi.

Soliq tekshiruvlarini o'tkazish uchun asos bo'ladigan sabablarga quyidagilarni ko'rib chiqish mumkin:

Rejali soliq tekshiruvini o'tkazish uchun — tekshiruvlarni amalga oshirishning muvofiqlashtirish rejasidan olingan, nazorat qiluvchi organlar faoliyatini muvofiqlashtiruvchi maxsus vakolatli organ yoki uning tegishli hududiy bo'linmasi tomonidan berilgan ko'chirma asos bo'ladi.

Tekshiruvni amalga oshirish maqsadlari, tekshiruvchi mansabdor shaxslar tarkibi, tekshiriladigan davr va tekshiruv o'tkazish muddatlari ko'rsatilgan buyrug'iga asosan amalga oshiriladi;

Muqobil tekshiruv o'tkazish uchun — nazorat qiluvchi organlar faoliyatini muvofiqlashtiruvchi maxsus vakolatli organning tekshiriladigan obyektning nomi, tekshiruv o'tkazish maqsadlari, muddatlari, shuningdek, o'zaro munosabatlarning tekshirilishi lozim bo'lgan predmeti ko'rsatilgan holdagi muqobil tekshiruv o'tkazish to'g'risidagi qaroriga asoslanadi;

Tugatilayotgan yuridik shaxsni rejadan tashqari soliq tekshiruidan o'tkazish uchun quyidagilar asos bo'ladi:

- tugatilayotgan yuridik shaxsning arizasi yoki yuridik shaxslarni davlat ro'yxatidan o'tkazishni amalga oshiruvchi organning yuridik shaxsning tugatilishi to'g'risidagi bildirishi;

- davlat soliq xizmati organining tekshiruv maqsadlari, tekshiruv o'tkaziladigan muddatlar va tekshiruvchi mansabdor shaxslar tarkibi ko'rsatilgan buyrug'i.

Soliq tekshiruvlarini o'tkazish vaqtida mol-mulkni inventarizatsiyadan o'tkazish buxgalteriya hisobi to'g'risidagi qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiriladi.

Ekspert xulosani o'z nomidan yozma shaklda beradi. Ekspert xulosasida uning o'zi o'tkazgan tekshirishlar, shu tekshirishlar natijasida qilingan xulosalar hamda o'rta qo'yilgan masalalarga asoslantirilgan javoblar bayon etilgan bo'ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. «Тадбиркорлик ва тадбиркорлар фаолиятининг кафолатлари тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси қонуни. Халқ сўзи, 1999 й, 29 апрел.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Тадбиркорлик субъектларини ҳуқуқий ҳимоя қилиш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлар тўғрисида»ги Фармони // Халқ сўзи, 2005, 16 июн.

3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Микрофирмалар ва кичик корхоналарни ривожлантириш борасида қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида» ги Фармони // Халқ сўзи, 2005, 21 июн.

4. Каримов И.А. «Бизнинг бош мақсадимиз — жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир». Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлис Қонунчилик палатаси ва Сенатининг Қўшма мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2005, 29 январ, 20-сон.

5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 27 апрел 2007 йилдаги ПК-630-сонли қарори.

6. 4 апрел 2007 йилдаги 615-сонли Президент қарори ва 18 май 2007 йилдаги 104-сонли Вазирлар Маҳкамаси қарори.

7. Каримов И.А. Ўзбекистон иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йўлида — Т.: Ўзбекистон, 1995.

8. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқироzi, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари.— Т.: Ўзбекистон, 2009. 30-33-35-47 бетлар.

9. Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодекси. —Т.: Адолат, 1996.

10. Ходиев Б.Ю., Самадов Ф., Юсупов М.С., Мелибоев Ш.А., Ишмуродов С.Т. Кичик тадбиркорлик асослари. — Т.: Консаудит, 2004.

11. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учеб. Пособие для вузов/Под. ред. Проф. В.Я.Горфинкеля, проф. В.А.Швандара. — 2е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИТИ-ДАНА, 2003-283 с.

12. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса: Учеб. пособ. 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Дело, 2004-400 с.

13. Қодиров А. Иқтисодиёт назарияси — Т.: ТошДТУ, 2010.

INTERNET VEB-SAYTLARI

1. www. Piter. Com.
 2. Rambler-<http://www/rambler-http://www/rambler.ru>;
 3. Yndex-<http://yandex/ru>;
 4. Aport-<http://www/aport.ru>;
 5. "@rus"-<http://atrus.ru>;
 6. List.ru-<http://www.list.ru>;
 7. Russia on the Net-<http://www.ru>;
 8. www.katalog.7st.ru.market.phtml
 9. <http://www.ced.dg/eng/projects/projekt> 12/publication/
book.htm.
-

M U N D A R I J A

1-mavzu: BIZNESNING MOHIYATI VA UNING OBYEKTIV ZARURLIGI.....	3
1. Biznes tushunchasi va uning mohiyati.....	3
2. Biznesga ta'sir qiluvchi omillar.....	5
3. O'zbekistonda biznesning shakllanishi.....	7
2-mavzu: KICHIK TADBIRKORLIKNING TASHKILY ASOSLARI.....	9
1. Tadbirkorlikni tashkil etishning huquqiy asoslari.....	9
2. Tadbirkor subyektlarning huquqlari.....	11
3. Tadbirkorlarning majburiyatlari.....	12
4. Tadbirkorlik faoliyatlarini davlat tomonidan boshqarish va nazorat qilish.....	13
3-mavzu: TADBIRKORLIK KORXONALARIDA BIZNES REJASINI TAYYORLASH.....	14
1. Biznes-rejani tuzishning obyektiv zarurati va ahamiyati....	14
2. Biznes-rejaning tuzilishi.....	15
3. Biznes-rejani tayyorlash.....	17
4. Rejaning strategiyasi tashkilotchilik va menejment.....	18
4-mavzu: KICHIK KORXONALAR ISHLAB CHIQA-RISHINI TASHKIL ETISH.....	19
1. Kichik korxonolarni ishlab chiqarishni tashkil etish omillari.....	19
2. Korxona moliyasini tashkil etish shartlari va vazifalari....	21
3. Biznesni moliyalashtirish manbalari	23
4. Korxona moliyasini tashkil etish shartlari.....	25
5. Korxona moliyaviy boshqaruvi mohiyati.....	26
6. Korxona ishlab chiqarish xarajatlari.....	27
5-mavzu: TADBIRKORLIKNING TASHKILY-HUQU-QIY SHAKLLARI.....	28
1. Tadbirkorlikning afzalliklari va kamchiliklari.....	29
2. Aksionerlik jamiyatlari shakllari, aksionerlik jamiyatining afzalliklari.....	29
3. Korporatsiyalar.....	31
4. Offshor kompaniyasi	32
5. Holding kompaniyasi.....	33
6. Shuba korxonalari.....	34

7. Xorijiy firmalar.....	35
8. Konsalting birlashmalari.....	36
6-mavzu: KORXONANI TASHKIL ETISHNING ASOSIY OMILLARI.....	37
1. Kichik korxonani tashkil qilish uchun zarur bo'lgan eng muhim omillar.....	37
2. Kichik biznes va kichik korxonalar.....	38
3. Kichik korxona va bozor.....	39
4. Resurslar bilan ta'minlash. Tadbirkor va uning qobiliyati....	40
7-mavzu: BIZNESDA TADBIRKORLIKNING TASNIFIY QIRRALARI. TADBIRKOR LIDER SIFATIDA.....	41
1. Biznesda tadbirkorlikning tasnifiy qirralari.....	41
2. Tadbirkorlik faoliyatida tadbirkor o'rni.....	43
3. Tadbirkorlik qarorini qabul qilish va mas'uliyatini o'ziga olish ko'nikmalari.....	44
4. Tadbirkor lider sifatida.....	45
8-mavzu: TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA AXBOROTLAR TIZIMIDAN FOYDALANISH.....	47
1. Tadbirkorlikda axborotlarning ahamiyati va turlari.....	47
2. Axborotlar tizimi.....	49
3. Biznes tadqiqotlar tizimi tarkibi.....	50
4. Tadbirkorlikda axborot bilan ta'minlashning kompyuter tizimi.....	51
9-mavzu: G'OYALAR INTEGRATSIYASI VA AXBOROTLARNI TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH-DAGI O'RNI.....	53
1. Tadbirkorlik g'oyasi va uning mazmuni.....	53
2. Tadbirkorlik g'oyasi manbalari, ijodkorlik, aqliy hujum, uning tavsifi va mazmuni.....	54
3. Tadbirkorlik g'oyasi tajribalari.....	55
4. Axborotlarning tadbirkorlikni rivojlantirishdagi o'rni.....	56
10-mavzu: TADBIRKORLIK FAOLIYATINI, IMKONIYATLARINI VA UNING FOYDASINI ANIQ-LASH.....	57
1. Tadbirkorlik imkoniyatlari va uning mazmuni.....	57
2. Kichik biznesning o'ziga xos xususiyatlari va imko-niyatlari.....	58
3. Tadbirkorning shaxsiy maqsadi va nou-xau.....	60

4. Biznesda tadbirkorlik foydasini aniqlash.....	62
11-mavzu: TADBIRKORLIK KORXONALARINING TASHQI IQTISODIY FAOLIYATI.....	64
1. Tashqi iqtisodiy aloqalar faoliyati.....	64
2. Korxonalar eksport va import qiluvchi subyektlardir.....	65
3. Xalqaro savdoda baho.....	67
4. Korxonalarda kapital va texnologiyalarning eksport va importi.....	68
12-mavzu: TADBIRKORLIK FAOLIYATIDAGI XAVF – XATARLAR.....	70
1. Tadbirkorlik xavf-xatari mazmuni.....	70
2. Xavf-xatarlar turlari.....	72
3. Tadbirkorlikda ishlab chiqarish xavf-xatari.....	73
4. Moliyaviy xavf-xatarlar.....	74
13-mavzu: BOZOR VA KORXONA.....	75
1. Bozor va korxonaga yer tanlash.....	75
2. Potensial xaridorlar to'g'risidagi ma'lumot.....	77
3. Maqsadli bozor marketingi va uning vazifalari.....	78
14-mavzu: BOZOR VA MARKETING.....	80
1. Marketing mazmuni va korxona vazifalari.....	80
2. Marketingning axborotlar tizimi bilan bog'liqligi.....	80
3. Marketing faoliyatini boshqarish va uni nazorat qilish.....	82
4. Bozorda mahsulotlarni sotish tahlili.....	85
15-mavzu: KORXONALAR BOSHQARUVI.....	88
1. Bozor sharoitida korxonalar boshqaruviga hozirgi zamon yondashuvi.....	88
2. Boshqaruv shakl va turlari.....	90
3. Xodimlarni ishga qabul qilish boshqaruvi.....	92
4. Xodimlarga rahbarlik qilish.....	95
16-mavzu: PUL OQIMLARI HARAKATI VA MOLIYAVIY AXBOROT.....	98
1. Pul oqimlari harakati hisoboti.....	98
2. Moliyaviy hisobot.....	100
3. Moliyaviy natijalar va buxgalteriya balansini ochib berish.....	102
17-mavzu: SOLIQLARNING IQTISODIY MOHIYATI VA AMAL QILISH XUSUSIYATLARI.....	104
1. Soliqlarning iqtisodiy mohiyati.....	104

2. Soliqlarning vazifalari.....	106
3. Soliq tizimi islohoti va imtiyozlari.....	108
4. Soliqqa tortish tamoyillari.....	110
18-mavzu: O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI SOLIQ TIZIMI VA UNING TARKIBIY TUZILISHI.....	112
1. Soliq tizimi haqida tushuncha va uning mohiyati.....	112
2. O'zbekiston Respublikasi soliq tizimining rivojlanishi va shakllanishi	114
3. Soliqlarning byudjetga tushishiga ko'ra bo'linishi.....	115
19-mavzu: YURIDIK SHAXSLARNI SOLIQQA TORTISH TARTIBI.....	116
1. Yuridik shaxs tushunchasi va yuridik shaxslarning turlari.....	116
2. Yuridik shaxslardan undiriladigan daromad (foyda) solig'ini to'lovchilar va soliq solish obyekti.....	118
3. Yuridik shaxslardan undiriladigan daromad (foyda) solig'ini to'lash muddatlari va belgilangan imtiyozlar.....	119
20-mavzu: JISMONIY SHAXSLARINI SOLIQQA TORTISH TARTIBI.....	121
1. Jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'ining mazmuni va uni to'lovchilar tarkibi.....	121
2. Jismoniy shaxslarning tadbirkorlik faoliyatidan keladigan daromadlarini soliqqa tortish va deklaratsiyalash tartibi.....	123
3. Jismoniy shaxslar daromadlaridan olinadigan soliq stavkalari va ularga belgilangan imtiyozlar.....	125
21-mavzu: SOLIQQA OID QONUNBUZARLIKLAR VA ULARGA NISBATAN QO'LLANILADIGAN JAZO CHORALARI.....	129
1. Soliqqa oid qonunbuzarliklarga soliq tizimi orqali ta'sir etish..	129
2. Soliqqa oid qonunbuzarliklarni yuzaga keltiruvchi asosiy usullar.....	131
3. Soliq tekshiruvlari va soliqqa oid qonunbuzilishning oldini olish bo'yicha tadbirlar.....	133
Foydalanilgan adabiyotlar.....	137
Internet veb-saytlari.....	138
Mundarija.....	139

Ommabop nashr

Qodirov A., Mamarayimov Q., Tursunov I.

BIZNES VA TADBIRKORLIK ASOSLARI

Muharrir: **Nilufar Mavlonova**
Musahhih: **Yahyojon Abdukarimov**
Dizayner: **Erkin Hojiqulov**

5000 =

«MERIYUS» HMNK. 100121. Toshkent.
Usmon Nosir ko'chasi, 158.

Bosishga 20.06.2010 yilda ruxsat etildi. Bichimi 84x108 1/32.
«Times UZ» garnitura. Ofset bosma usulida gazeta
qog'oziga bosildi. 9,0 shartli bosma taboq. Jami 500 nusxa.
87-raqamli buyurtma.
Bahosi shartnoma asosida.

“Shams-ASA” mas’uliyati cheklangan jamiyati
bosmaxonasida chop etildi.
Toshkent shahri, Bunyodkor ko'chasi, 28.

BIZNES

VA TADBIRKORLIK ASOSLARI



ISBN 978-9943-360-85-3



9 789943 360853