

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

O'RTA MAXSUS, KASB-HUNAR TA'LIMI MARKAZI

O'RTA MAXSUS, KASB-HUNAR TA'LIMINI
RIVOJLANTIRISH INSTITUTI

U. Inoyatov, S.Ahmedov, R.Nurimbetov

IQTISODIYOT VA TADBIRKORLIK

Kasb-hunar kollejlari uchun o'quv qo'llanma



TOSHKENT „O'QITUVCHI“ 2004

Ushbu qo‘llanma o‘rta maxsus, kasb-hunar ta‘limining muhandislik, ishlov berish va qurilish tarmoqlari bilim sohasidagi tayyorlov yo‘nalishlari o‘quvchilari uchun „Iqtisodiyot va tadbirkorlik“ fani dasturiga muvofiq tuzilgan.

Mazkur o‘quv qo‘llanmaga ushbu fanning asosiy mavzulari bo‘yicha va hozirgi davrdagi iqtisodiyot va tadbirkorlikning dolzarb masalalari qamrab olgan hamda korxonalarda tadbirkorlik tizimini takomillashtirish bo‘yicha fikrlar bildirilgan.

Taqri zchilar: **Sh. N. Zaynutdinov** – Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining „Menejment“ kafedrasini mudiri, i.f.d., professor,

X. Usmonov – Toshkent tumani Qishloq xo‘jalik texnika iqtisodiyot kasb-hunar kollejining „Iqtisodiyot“ kafedrasini mudiri,

I.X. Davletov – Toshkent arxitektura-qurilish institutining „Iqtisodiyot va menejment“ kafedrasini dotsenti, iqtisod fanlari nomzodi,

R.O. Hasanova – Toshkent moliya va iqtisodiyot kollejining „Umumkasbiy fanlar“ kafedrasini mudiri.

Maxsus muharrir: **S.X. Fayzullayev** – O‘MKXTV kasb-hunar ta‘limini rivojlantirish institutining „Axborot texnologiyalari“ kafedrasini dotsenti, texnika fanlari nomzodi

I $\frac{0605010201 - 119}{353 (04) - 2004}$ Qat‘iy buyurtma – 2004

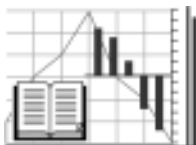
ISBN 5 – 645 – 04176 – 3

© „O‘qituvchi“, 2004

SO‘ZBOSHI

Bozor munosabatlariga o‘tish sharoitida O‘zbekistonda kichik va o‘rta biznes sohasi bilan shug‘ullanuvchi ishbilarmonlarga talab yanada oshmoqda. Bu respublikamizdagi Oliy va o‘rta maxsus o‘quv yurtlarining oldiga ham bir qator vazifalar qo‘yadi. Ulardan biri kichik va o‘rta biznes uchun malakali mutaxassislar tayyorlash, qayta tayyorlash, xodimlar malakasini oshirish, ularni zamonaviy ijtimoiy-iqtisodiy va huquqiy bilimlar bilan qurollantirishdir. Bu yo‘nalishda zarur bo‘lgan moddiy texnika bazasi respublikada bozor munosabatlariga o‘tish bilan bir qatorda yaratilib, rivojlantirilib borilmoqda. Shu bilan birga, zamonaviy iqtisodiy fanlar, ayniqsa, tadbirkorlik va biznes, marketing, menejment kabi fanlar bo‘yicha o‘zbek tilidagi yangi adabiyotlarni yuzaga kelishi bu sohadagi ishlarni yanada rivojlantirishga yo‘l ochadi.

Kichik biznes faoliyatida tadbirkorlik fani muayyan iqtisodiy fanlar bilan: korxonalarda ishlab chiqarishni rejalashtirish va uyushtirish, menejment, boshqaruv faoliyati asoslari, buxgalteriya hisobi, moliya va kredit, statistika, rejalashtirishning iqtisodiy-matematik usullari kabi ko‘plab fanlar bilan chambarchas bog‘liq. Ushbu fanning vazifasi iqtisodiy bilimlardan amalda maqsadga muvofiq foydalanish va buning natijasida kichik korxonalarining samaradorligini oshirish, jahon bozoriga yuqori sifatli raqobatbardosh mahsulot turlarini ishlab chiqarishni ta‘minlash va xalq farovonligini oshirishdir. Mazkur fanning o‘rganish obyektini tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanuvchi shaxslar, korxonalar, muassasalar va tashkilotlar tashkil qiladi.



I bo'lim

MIKROIQTISODIYOT ASOSLARI

1. Fanning vazifalari

Jamiyat va undagi har bir shaxsning asosiy vazifasi cheklangan resurslardan maqsadga muvofiq foydalanishni ta'minlaydigan yo'nalishlarni tanlash va maksimum natijalarga erishishdan iborat. Odatda, har bir shaxs o'z manfaati yo'lida, korxonalar — foyda miqdorini ko'paytirish yo'lida harakat qiladi, ayni vaqtda davlat ana shular faoliyatini yagona maqsad yo'lida — jamiyatning farovonligini, kishilar turmush sharoitini yuksaltirishga qaratishi lozim.

„Mikroiqtisodiyot“ fani korxonalar, firmalar va shu kabi mamlakat xalq xo'jaligining quyi bo'g'ini dagi obyektlar faoliyatiga taalluqli fan bo'lgani uchun u shu korxonalar (firma)larda cheklangan resurslardan maqsadga muvofiq tarzda foydalanilgan holda kishilar ehtiyoji uchun zarur bo'lgan moddiy ne'matlarni ko'paytirishni tashkil etishda muhim rol o'ynaydi.

Korxonalar (firma)lar mavjud cheklangan imkoniyatlar sharoitida o'z faoliyatlari yo'nalishlarini belgilashda 3 asosiy vazifani hal qilishlariga to'g'ri keladi. *Birinchi*dan, nima, ya'ni qanday tovarlar ishlab chiqarish yoki xizmatlar bajarish va qancha miqdorda? *Ikkinchi*dan, qanday, ya'ni *cheklangan qancha resurslar*, texnologik usullar yordamida? *Uchinchi*dan, kim uchun cheklangan miqdordagi mahsulotlar ishlab chiqarish.

Yuqoridagilardan kelib chiqib aytishimiz mumkin, „Mikroiqtisodiyot“ fani mamlakat xalq xo'jaligining asosiy bo'g'ini bo'lgan, mamlakat milliy boyligini ko'paytirishga bevosita ta'sir etadigan, mamlakat xalq xo'jaligi uchun zarur bo'lgan turli-tuman tovarlar ishlab chiqaradigan korxonalar, firmalar, assotsiatsiyalar va shu kabi boshqa ijtimoiy ishlab chiqarish sohasida faoliyat yuritayotgan korxonalar iqtisodiyotini cheklangan imkoniyatlar doirasida, talab va taklif asosida tashkil etishning asosiy qonuniyatlarini o'rgatuvchi fan bo'lganligi uchun u jamiyatdagi mavjud iqtisodiy muammolarini hal etishda, shubhasiz muhim rol o'ynaydi.

? Takrorlash uchun savollar

1. Jamiyat va undagi har bir shaxsning asosiy vazifasi nimadan iborat?
2. Mikroiqtisodiyot fani qanaqa fan?

2. Bozor tizimi

Bozor haqida so‘z yuritganda, avvalo, uning lug‘aviy ma‘no-siga e‘tibor berish kerak bo‘ladi.

Bozor deganda biz keng doiradagi tovar almashishini, iqtisodiy jihatdan bir-biridan alohida bo‘lgan tovar ishlab chiqaruvchilar bilan tovar xaridorlari o‘rtasidagi almashuv munosabatlarining doimo yangilanib turadigan keng tarmoqli tizimini aks ettiruvchi butun tovar oldi-sotdi jarayonlari majmuasini tushunamiz.

Bozor tovar sotuvchi, tovar sotib oluvchining iqtisodiy manfaatlarini ro‘yobga chiqaradigan asosiy maydon bo‘lib xizmat qiladi.

Insoniyat tarixida iqtisodiyotni tashkil etishning bozor shakli juda samarali bo‘lib chiqdi. Nima uchun? Asosiysi shundan iboratki, u jamiyatda mavjud muammolarni eng kam xarajatlar bilan hal etishni talab qiladi. Bozor tizimida uning subyektlari (firma, uy xo‘jaligi, davlat) o‘zaro bog‘liq bo‘lib, ular bir-birisiz alohida harakat qila olmaydi; ishlab chiqaruvchilar baho tilida so‘zlashadilar va uning yordamida iqtisodiyot uchun zarur bo‘lgan iqtisodiy muammolar hal etiladi.

Bozor tizimida, baho va raqobat muvofiqlashtiruvchi va tashkil etuvchi mexanizm hisoblanadi. Bozor tizimi bir vaqtning o‘zida ikki vazifani: a) iste‘molchilarga, ishlab chiqaruvchilarga va resurslarni yetkazib beruvchilarga qabul qilingan qarorlarni bildirish; b) ushbu qarorlarni bir-biriga moslash, bu esa ishlab chiqarish maqsadlarini muvofiqlashtirishni ta‘minlab beradi. Bozor tizimining qanday harakat qilishini tushunish uchun, uning oldida turgan bir qator muammolarning mavjudligini e‘tirof etgan holda, har qanday tizim, shu jumladan, bozor tizimi o‘z harakati davomida shu muammolarga to‘qnash keladi va ularning yechimlarini topishga majbur bo‘ladi.

Bu muammolar quyidagilardan iborat:

1. Qanday tovar va xizmatlar to‘plamini jamiyat ehtiyojlari uchun, ularni to‘liq qondirish uchun ishlab chiqarmoq zarur,

mavjud resurslarning qanday qismini ishlab chiqarish jarayoniga tortmoq zarur? Qisqacha aytganda, nimani va qanday hajmda ishlab chiqarish zarur?

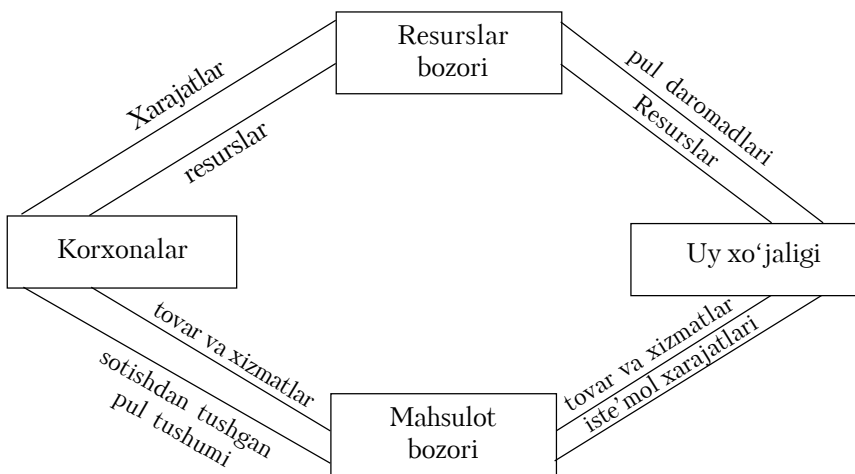
2. Qaysi korxonalar ishlab chiqarishda qatnashmoqlari va ishlab chiqarishlarini qay yo'sinda tashkil etishlari lozim. Mahsulotni qanday ishlab chiqarish kerak?

3. Ishlab chiqarilgan mahsulot qanday qilib alohida iste'molchilar o'rtasida taqsimlanishi kerak? Mahsulotni kim olishi kerak?

4. Iste'mol talablarining texnologiyadagi o'zgarishlarga muvofiq tizim kerakli o'zgarishlarni amalga oshira oladimi?

Bu muammolar ehtiyojlarning cheksizligi va resurslarning cheklanganligidan kelib chiqadi. Resurslarning cheklanganligi sababli iqtisodiyot cheklanmagan hajmda tovar va xizmatlarni ishlab chiqarishni ta'minlab bera olmaydi. Shuning uchun iqtisodiyot doim tanlash oldida turadi, ya'ni iqtisodiyot biror bir mahsulot ishlab chiqarishdan voz kechadi, bundan maqsad boshqa tovardan ko'proq ishlab chiqarishdir. Resurslar cheklanganligi iqtisodiyotda bir vaqtning o'zida ikki xil yoki zarur bo'lgan barcha tovarlarni ishlab chiqarish imkonini bermaydi.

Bozor tizimi to'qnash keladigan muammolarni tushuntirish uchun avvalo, bozor tizimida resurslar va daromadlarning doiraviy aylanish modelini ko'rib chiqamiz, u quyidagi 1- chizmada aks ettirilgan.



1- chizma. Resurslar va daromadlarning doiraviy harakat modeli.

Uy xo'jaligi bevosita yoki bilvosita (mulkiga kiruvchi savdo-sanoat korporatsiyalari orqali) iqtisodiy resurslarga egalik qiladi va ular korxonalariga yetkazib beradi. Bizning modelda korxonalar oddiy tashkiliy tasvir deb olingan. Darvoqe, uy xo'jaligi bu bitta yoki undan ortiq shaxslardan iborat iqtisodiy birlikdir.

Korxonalar resurslarni talab etadi, uy xo'jaligi esa taklif etadi. Korxonaning resurslarni sotib olishga sarflari xarajatlarni tashkil etadi, bir vaqtning o'zida, uy xo'jaligini (pul) daromadlar oqimini tashkil etadi.

Diagrammaning pastki qismiga qaraymiz, uy xo'jaligi pul daromadlarini tovar va xizmatlarni sotib olishga sarf etadi va u talabni aks ettiradi. Shu vaqtning o'zida korxonalar resurslardan foydalanib, tovar va xizmatlarni ishlab chiqaradi va taklif etadi.

Buning natijasida baho tarkib topadi.

Korxonalar nuqtayi nazaridan uy xo'jaligining iste'mol sarflari ularning asosiy daromadlarining manbayidir. Ushbu *model* – iqtisodiy faoliyat va qarorlarni qabul qilish murakkab va bir-biri bilan chirmashib ketgan jarayon ekanligini ko'rsatadi. Demak, *monetar iqtisodi* tizimida uy xo'jaligi resurslar egasi sifatida ularni korxonalariga sotadi, undan olingan pul daromadlariga iste'mol sifatida tovar va xizmatlarni sotib oladi. Tovarlarni ishlab chiqarish uchun korxonalar resurslarni sotib olishlari kerak, ularning tayyor mahsuloti esa uy xo'jaligiga ularning iste'mol sarflari o'rniga sotiladi. Pirovard natijada esa aniq iqtisodiy resurslar soat miliga qarama-qarshi, pul daromadlari va iste'mol xarajatlari esa soat mili bo'yicha harakat qiladi. Ushbu oqimlar bir vaqtda uzluksiz harakat qiladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chiqarishni tashkil etish masalasi qanday hal etilishini tushunish uchun avvalo, qay yo'sinda resurslar tarmoqlar o'rtasida taqsimlanishini ko'rib chiqish lozim bo'ladi.

Bozor tizimida mahsulotlarga yuqori darajada talab bo'lgan foyda olayotgan tarmoqlar va mahsulotlarga talab bo'lmagan, zarar ko'radigan tarmoqlar bo'ladi.

Bozor tizimida zarar ko'radigan tarmoqlar ishlab chiqarish resurslaridan mahrum bo'ladilar, ular faoliyat ko'rsatmaydilar (lekin ayrim tarmoqlar bundan mustasno). Ishlab chiqarishni tashkil etishning ikkinchi masalasi, qaysi korxonalar har bir tarmoqda ishlab chiqarishni amalga oshirishlari va qanday texnika hamda texnologiyalarni qo'llashlari lozim?

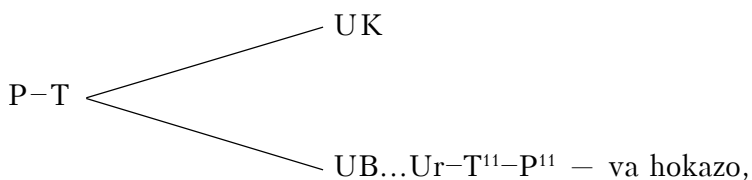
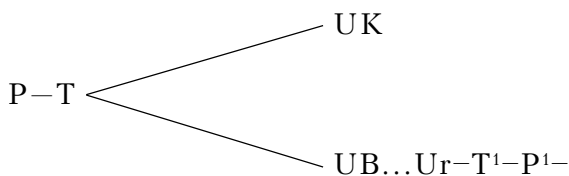
Bozor iqtisodiyotida yuqori samara beradigan texnologiyani qo'llashni xohlaydigan va bunga qodir bo'lgan firmalar ishlab chiqarishni amalga oshirish huquqiga egadirlar.

Jamiyatning rivojlanishi natijasida iste'molchilarning talabi, ishlab chiqarish texnologiyalari, yetkazib berilayotgan resurslarning tarkibi o'zgaradi. Bozor tizimi ushbu o'zgarishlarga muvofiq resurslarni taqsimlashga tuzatish kiritish orqali va ishlab chiqarish samaradorligini ta'minlay oladi. Chunki raqobatga asoslangan bozor tizimi tadbirkorlarga iste'molchilarning didlaridagi o'zgarishlari to'g'risidagi xabarni yetkazadi, iqtisodiyot esa unga muvofiq resurslarni taqsimlash jarayoniga tuzatishlar kiritadi.

Bozor tizimining harakat qilishini, taraqqiy etishini tushunish uchun bir-biri bilan bog'liq o'zgarishlar, ya'ni texnika taraqqiyoti va kapital jamg'arish masalalarini ko'rib chiqmoq zarurdir. Bozor tizimi texnika taraqqiyotining rivojlanishi, uning yutuqlarini hayotga tatbiq etishni rag'batlantirib turadi. Tadbirkor har doim raqobatning mavjudligi sababli korxonasini yuqori samaraga ega bo'lgan texnika va texnologiya bilan jihozlashga, shunga yarasha yuqori malakaga ega bo'lgan ishchilar yollashga, mehnatni ilmiy asosda tashkil etishga harakat qiladi. Maqsad — yuqori foyda olish, raqobatda yutib chiqish.

Ammo texnika taraqqiyoti oqibatida ishlab chiqarish vositalarining miqdori oshib boradi. *Qanday qilib bozor tizimi iqtisodiyotni ishlab chiqarish vositalari bilan ta'minlaydi?* Bunga kapital jamg'arish orqali erishiladi. Texnika taraqqiyoti xarajatni talab etadi, ikkinchi tarafdin xuddi shu xarajatlar tadbirkorlarga foyda keltiradi, uning kapitalining jamg'arilishi oqibatida ko'payishga olib keladi. Boshqacharoq aytganda, kapital doimo harakatda bo'ladi.

Bunday harakatning ifodasi quyidagicha bo'ladi:



ya'ni olingan foydaning bir qismi ishlab chiqarishni kengaytirish, texnika bilan jihozlarga sarf etiladi.

Raqobat ham katta ahamiyatni kasb etadi; chunki uning iqtisodiy mavqeyini mustahkamlab borgan tadbirkor yutib chiqishi mumkin. Hozirgi sharoitda raqobatlasha oladigan qobiliyatga ega bo'lgan kapitalning hajmi muttasil o'sib bormoqda.

? *Takrorlash uchun savollar*

1. Bozor deganda nimani tushunasiz?
2. Nima sababdan insoniyat tarixida iqtisodiyotni tashkil etishning bozor shakli juda samarali bo'lib chiqdi?
3. Bozor tizimining subyektlari deganda nimani tushunasiz?
4. Bozor tizimida nima muvofiqlashtiruvchi va tashkil etuvchi mexanizm hisoblanadi.

3. Talab va taklif. Mukammal va nomukammal raqobat bozori

Talab deb, ma'lum davr mobaynida ma'lum narxda olinishi mumkin bo'lgan tovarlar yoki xizmatlar miqdoriga aytiladi.

Talablar har xil bo'lib, bir xil tovar yoki xizmatlarga bo'lgan talabning ikki turi o'zaro farq qilinadi: *yakka talab* va *bozor talabi*. Har bir iste'molchining, ya'ni alohida shaxs, oila, korxonalar, firmaning tovarning shu turiga bo'lgan talabi *yakka talab* deyiladi. Bir qancha (ko'pchilik) iste'molchilarning shu turdagi tovar yoki xizmatga bo'lgan talablari yig'indisi *bozor talabi* deyiladi.

Individual, ya'ni yakka talab ham, bozor talabi ham miqdor jihatdan aniqlanadi. Lekin bu miqdor har doim ham bir xil bo'lib turmaydi, balki o'zgaruvchan bo'ladi. Talab miqdorining o'zgari-shiga bir qancha omillar ta'sir qiladi. Ularning ichida eng ko'p ta'sir qiladigan omil narx omilidir.

Narx va sotib olinadigan tovarlar miqdori o'rtasidagi bo'ladigan bog'liqlikni quyidagi jadval ma'lumotlari asosida ko'rib chiqishimiz mumkin.

Narx va sotib olinadigan tovar miqdori o'rtasidagi bog'liqlik

Jadval ma'lumotlaridan shuni ko'rishimiz mumkinki, tovarga narxning pasayishi sotib olinadigan tovar miqdorining o'sishiga va aksincha, narxning o'sishi esa uning miqdorining kamayishiga olib kelishini ko'rsatadi.

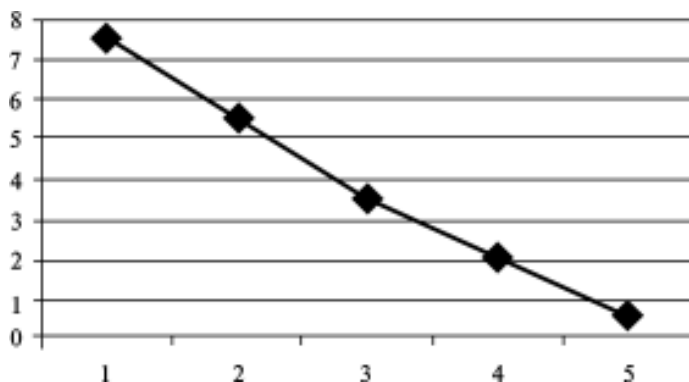
Narx bilan talab o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalovchi qonun *talab qonuni* deyiladi.

Talab hajmining o'zgarishi faqat tovar narxiga emas, balki boshqa bir qator omillarga ham bog'liq bo'ladi. Bu omillar talabning *narxdan tashqari omillari* deyiladi.

1- jadval

Bir kg un narxi (so'm)	Talab qilinadigan un miqdori (kg)
200	10
160	13
120	17
80	25
40	50

Talabga narxdan tashqari quyidagi asosiy omillar ta'sir ko'rsatadi: *iste'molchining didi; bozordagi iste'molchilar soni; iste'molchining daromadlari; bir-biriga bog'liq tovarlarning narxi; kelajakda narx va daromadlarning o'zgarishi ehtimoli.*



2- chizma. Narx va talab o'rtasidagi bog'liqlik grafigi.

Talab narxga bog'liq bo'lmagan omillar ta'sirida o'zgarsa, xuddi shu narxdagi tovar boshqacha vujudga keladi.

Talab sohasidagi o'zgarish taklif tomonidan o'zgarish sodir bo'lishiga olib keladi.

Taklif deb, ishlab chiqaruvchilarning ma'lum davrda, ma'lum narxda sotishga tayyor bo'lgan tovarlari yoki xizmatlari hajmiga aytiladi.

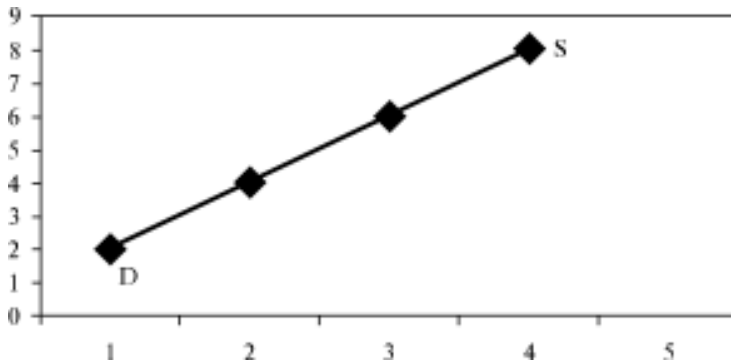
Taklif bilan narx o'rtasidagi to'g'ri proporsional bog'liqlik mavjud.

Taklif qonuniga binoan boshqa sharoitlar o'zgarmagan holda taklif hajmi o'zgarishi bilan ishlab chiqaruvchilar ko'proq tovarlar taklif etadilar, aksincha, narx tushishi bilan esa taklif ham kamayib boradi.

Taklif hajmi zaxiralar, yangi quvvat ishga tushirilganda, yangi ishlab chiqaruvchilar ish yurita boshlashi bilan ortadi.

Taklif, narxga bog'liq bo'lmagan quyidagi omillar ta'sirida ham o'zgaradi:

- 1) ishlab chiqarish xarajatlari;
- 2) bozorga yangi firmalar kirib kelishi;
- 3) boshqa tovarlar narxi o'zgarishi;
- 4) tabiiy ofat, urushlar.



3- chizma. Taklif grafigi.

Talab va taklif ta'siri natijasida bozor narxi o'rnatiladi.

U talab va taklif egri chiziqlari D va S kesishgan nuqta bilan belgilanadi. Bu nuqta muvozanat nuqtasi, *narx esa muvozanat narxi deb ataladi*. Xuddi mana shu nuqtada narx ham, xaridor ham sotuvchi uchun ma'qul bo'ladi.

Taklif ishlab chiqaruvchi ma'lum vaqt ichida ishlab chiqarishga qodir bo'lgan narxining har bir darajasida bozorga sotishga chiqarilgan mahsulotlar miqdorini ko'rsatadi. Narx o'zgarishi bilan sotishga chiqariladigan mahsulot miqdori ham o'zgarishi sababli talab kabi taklifning ham bir qator muqobil variantlari mavjud bo'ladi. Bu alohida ishlab chiqaruvchi uchun 2- jadvalda ko'rsatilgan.

Alohida ishlab chiqaruvchining mahsulot taklifi

Taklif har xil narxlarda sotishga qancha miqdorda mahsulot chiqarilishini ko'rsatadi.

Narxning oshishi bilan shunga mos ravishda sotishga chiqariladigan tovar (taklif) miqdori ham ortadi, narxning tushishi bilan taklif hajmi qisqaradi. Bu o‘zaro to‘g‘ridan to‘g‘ri *bog‘liqlik qonuni* deyiladi.

2-jadval

1 kg un narxi (so‘m)	Haftalik taklif qilinadigan un miqdori (kg)
200	60
160	50
120	35
80	20
40	5

Muvozanat

Talab va taklif shkalalari bizga turli narxlarda xaridorlar qancha tovar talab qilishi, sotuvchilar esa qancha tovar taklif qilishi mumkin ekanligini ko‘rsatadi. Ammo ular qanday narx bo‘lganida oldi-sotdi haqiqatan ro‘y berishini bizga ma’lum qila olmaydi. Turli ikkita kuch birlashganida boshqacha bir hodisa ro‘y beradi. Taklif bilan talabning o‘zaro munosabati oqibatida muvozanat narxi yoki bozor narxi o‘rnatilishiga olib keladi. Bozor narxlari tovar va xizmatlar haqiqatda pulga ayriboshlanadigan asl narxdir.

Bu hodisa qay tariqa ro‘y berishini muzqaymoqqa talab va taklif shakllarini birlashtiramiz.

3- jadval

M uzqaymoqqa talab shkalasi		
Talab	Bir donasining narxi	Taklif
190	50 so‘m	50
175	75 so‘m	80
125	100 so‘m	125
85	125 so‘m	175
65	150 so‘m	235
50	175 so‘m	265
40	200 so‘m	300

Talab hajmi taklifga teppa-teng bo'lgandagina narx bozor narxi yoki muvozanat narxidir. Biz keltirgan misolda bunday narx 100 so'mdir, chunki bu narxda qancha muzqaymoq tayyorlangan bo'lsa, shuncha odam uni shu narxda sotib olishga rozi.

Qondirilmagan talab. Aytaylik, muzqaymoq 50 so'mdan sotilayotganda (talab shkalasi – 3-jadvalga qarang) muzqaymoqning 190 donasi sotiladi. Lekin sotuvchi faqat 50 dona olib kelgan. Iste'molchilar sotuvda bo'lgan 50 dona muzqaymoqni xarid qilib ketishgach, qolgan muzqaymoqxo'rlar yana qo'shimcha talab qilishadi. Ushbu holni muzqaymoqqa *qondirilmagan talab* deb atashadi.

Bunday qaraganda, sotuvchilar talab qondirilmaganini ko'rib, ertasiga muzqaymoqni 50 so'mdan qimmatroq sotishlari mumkin. Yangi narxda ham muzqaymoqning hammasi bemalol sotilishi mumkin.

Demak, qondirilmagan talab narxning oshishiga sabab bo'ladi va bu jarayon talab bilan taklif baravarlashguncha davom etadi.

Ortiqcha taklif. Aksincha vaziyatni tasavvur qilaylik. Sotuvchi muzqaymoqning har donasini 150 so'mdan taklif qiladi. Bu holda kuniga ishlab chiqarilgan 235 donasidan faqat 65 tasi xarid qilinadi. Bu esa 170 dona ortiqcha taklif borligini bildiradi.

Muxzonasida shuncha muzqaymoq qolgan sotuvchilar imkonlari bo'lsa, muzqaymoqni arzonroq narxda taklif qila boshlaydilar. Narx pasaya boshlashi bilan tobora ko'proq muzqaymoq sotila boshlaydi. Bu jarayon ham taklif bilan talab bab-baravar bo'lgunga qadar davom etadi. Bundan ortiqcha taklif narxning muvozanat darajasigacha pasayishiga olib keladi degan xulosani chiqarishimiz mumkin.

Mukammal va nomukammal raqobat bozori

Har qanday ijtimoiy tuzumda raqobat muayyan ijtimoiy vazifalarni bajaradi.

Keng ma'noda raqobat deganda bir maqsad sari intilayotgan subyektlarning faol musobaqadagi o'zaro munosabatlari tushuniladi.

Raqobatsiz bozor iqtisodiyotining bo'lishi mumkin emas va bunday iqtisodiyot mavjud bo'la olmaydi ham.

Iqtisodiyot fani bozorning raqobatchilik tarkibiy tuzilishining turli-modellarini ajratib bergan. Uning to'rt modeli keng e'tirof etilgan: *mukammal (sof) raqobat*; *monopolistik raqobat*; *oligopoliya*; *mukammal (sof) monopoliya*. Bu modellarni quyida batafsilroq ko'rib chiqamiz.

Mukammal (sof) raqobat bozorga erkin kirib keladigan va undan chiqib ketadigan xaridor va sotuvchilarning ko'pligi bilan tavsiflanadi, sotuvchilar bir xil yoki turdosh tovarlar va xizmatlarni taklif etadilar. Bunda xaridorlar yoki sotuvchilarning biron-tasi ham alohida bir o'zi bozor narxlariga ta'sir ko'rsatishga qodir bo'lmaydi. Bu modelga ko'ra mukammal raqobatchi mavjud bozor narxlarida o'zi sotish uchun mo'ljallangan jami mahsuloti yoki xizmatini bozorda sotish imkoniyatiga ega bo'lgan ishlab chiqaruvchi yoki tovarlarni sotuvchi hisoblanadi. U umumbozor narxlariga, uni ko'tarish yoki pasaytirish tomoniga qarab hech qanday ta'sir ko'rsata olmaydi, chunki bir yoki turdosh tovarlar va xizmatlar savdosining umumiy hajmida uning hissasi katta emas, uning hissasi bir ishlab chiqaruvchi bozorni o'z izmiga oladigan hajm bo'sag'asidan past.

Monopolistik raqobat o'z nomiga mos holda ustun keladigan raqobatning bir qadar monopol hukmronlik bilan aralashmasidan (qo'shilmasidan) iborat.

Raqobatchilarning anchagina sonli bo'lishi ulardan har birining bozor narxlarini nazorat qilishi imkoniyatini to'liq bo'lmasa-da, ammo sezilarli darajada cheklaydi. Monopolistik raqobatga xos bo'lgan muhim belgi sotuvchilarning tovarlarni tabaqalashtirishga intilishidir. Tabaqalashtirish, ya'ni tovarga alohida, uni o'ziga o'xshash tovarlardan ajratib turadigan sifat berish sotuvchiga raqiblarning xuddi shunday tovarlarga qaraganda uning tovarlarini afzal ko'ruvchi xaridorlar doirasini yaratish imkoniyatini beradi.

Oligopoliya — tarmoqda bir necha firmaning hukmronligi bo'lib, ularning har biri bozorning katta qismini nazorat qiladi.

Oligopoliya sharoitlarida firmalar o'zaro bog'lanib qoladi, ularning har biri o'z harakati bilan raqiblarga bevosita ta'sir ko'rsatadi va o'zi ham ularning ta'sirida bo'ladi. Bozorning oligopolik tuzilmasida firmalar aynan o'xshash yoki deyarli bir xil yoki bo'lmasa, tabaqalangan mahsulotlar ishlab chiqarishlari mumkin.

Oligopolik bozorda narx bo'yicha peshqadam bo'lish ko'p uchraydi. Bu peshqadam tarmoqdagi eng yirik yoki eng samarali ishlayotgan firma bo'ladi. Tarmoqdagi peshqadam o'z mahsuloti narxini o'zgartirish bilan boshqa firmalarning ham narxini qayta ko'rib chiqishga majbur etadi.

Mukammal (sof) monopoliya mukammal (sof) raqobatning tamomila aksi. Bu modelda yaqinroq o'rinbosarlari bo'lmagan mahsulot taklif etadigan yagona ishlab chiqaruvchi mukammal monopolist hisoblanadi. Bu modelga yaqin bozorlarda sotuvchi tanho

yoki ularning soni shu qadar kamki, ularning har biri raqiblari bilan kelishilgan holda mustaqil tovarlar va xizmatlar taklifi umumiy hajmiga va ularning narxiga ta'sir ko'rsatishga qodir. Monopol bozorlar barcha mamlakatlarda, shu jumladan, raqobat darajasi yuqori bo'lgan rivojlangan bozor iqtisodiyotli mamlakatlarda ham mavjud. Bu holni bir qancha sabablar paydo etadi.

Mahsulot birligi xarajatlarining ishlab chiqarish miqyosiga bog'liqligi yorqin ko'rinadigan va tabiiy sharoitlarga ko'ra raqobatning bo'lishi qiyin yoki uni qo'llab bo'lmaydigan tarmoqlar *tabiiy monopoliyalar* deb ataladi.

Amalda barcha davlatlarda jamiyatning eng muhim ehtiyojlariga xizmat ko'rsatadigan tarmoqlar: elektr ta'minoti, aloqa, temir-yo'l transporti va shu kabilar tabiiy monopoliyalar qatorida turadi.

? *Takrorlash uchun savollar*

1. Talab deb nimaga aytiladi?
2. Talabning nechta turi o'zaro farq qiladi va ularni tushuntirib bering?
3. Talab miqdorining o'zgarishiga eng ko'p ta'sir qiladigan omilni aytib bering?
4. Talab qonuni deb nimaga aytiladi?
5. Talab o'zgarishi nimaga olib keladi?
6. Taklif deb nimaga aytiladi?
7. Taklif qanaqa omillar ta'sirida o'zgaradi?
8. Bozor narxi nima natijasida o'rnatiladi?
9. Talab va taklif egri chiziqlarini tushuntirib bering?
10. Raqobat deganda nimani tushunasiz va uning turlarini sanab bering?

4. Ishlab chiqarish xarajatlari va foyda.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida firmalar faoliyati nazariyasi

Har bir korxonada, firma va qolaversa har bir shaxs o'z ishlab chiqarish faoliyatida maksimum foyda olishga intiladi. Bunga qanday qilib erishish mumkin? Bunga umumiy javob shunday; korxonada, firma va o'z foydasi miqdorini ko'paytirishni maqsad qilib qo'ygan har bir shaxs ishlab chiqarish jarayonini shunday tashkil etishi lozimki, bir xil hajmdagi ishlab chiqaradigan tayyor mahsulotga imkoni boricha kam ishlab chiqarish omillarini sarf etsin.

Tovarlar ishlab chiqarish va sotish jarayonida firma ma'lum xarajatlar qilishga majbur bo'ladi. Xarajatlarning ikki turi — *ochiq xarajatlar* va zimmaga tushgan *noaniq xarajatlarni* ko'rib chiqaylik.

Ochiq (aniq) xarajatlarga firmaning quyidagi ishlab chiqarish omillariga sarf etgan xarajatlar kiradi;

1. Mehnat — ish haqi.
2. Yer - ijara.
3. Kapital — asosiy va aylanma fondlarga xarajatlar.
4. Tadbirkorlik qobiliyatiga to‘lanuvchi haq.

Barcha aniq xarajatlarning yig‘indisi mahsulot tannarxini bildiradi.

Bozor narxi bilan tannarx o‘rtasidagi farq foydani ifodalaydi.

Ishlab chiqarish xarajatlari miqdoriga ochiq (aniq) xarajatlardan tashqari zimmaga tushgan *noaniq xarajatlar* ham kiritiladi.

Zimmaga tushgan xarajatlar deb, firma mulki bo‘lgan resurslarni ishlatishdagi muqobil xarajatlarga (muqobil qiymat) aytiladi.

Bu xarajatlar firmalarning boshqa tashkilotlarga beradigan to‘lovlariga kiritilmaydi (masalan, tadbirkor o‘z kapitalini ishlab chiqarishga kiritgan bo‘lsa, u bularni bankka qo‘yib, foiz ololmaydi).

Yer egasi renta to‘lamaydi, lekin yerda o‘zi ishlasa, u uni ijaraga berishdan keluvchi qo‘shimcha daromaddan voz kechadi.

Sof iqtisodiy foyda mahsulot sotilishidan olingan yalpi daromaddan barcha xarajatlarni ayirib tashlash yo‘li bilan aniqlanadi.

Aniq va zimmaga tushgan xarajatlar o‘rtasidagi farqni bilib olib, biz foydani aniqlashimiz mumkin.

Xarajatlar to‘g‘risida fikr yuritar ekanmiz „boy berilgan imkoniyatlar xarajati“ degan tushunchani bilishimiz kerak. „*Boy berilgan imkoniyat xarajati*“ deb biror xil resursdan foyda olish maqsadida foydalanib, lekin yo‘lning to‘g‘ri tanlanmaganligi uchun boy berilgan daromadga aytiladi.

„*Foyda*“ tushunchasining ikki ko‘rinishi bo‘lib ular:

- a) buxgalteriya hisobidagi foyda;
- b) iqtisodiy foyda.

Buxgalterlik hisob-kitobidagi foydani aniqlashda mahsulotni sotishdan kelgan pul tushumidan bevosita xarajatlar hamda ustama xarajatlar ayirilib tashlanadi.

Iqtisodiy foydani aniqlashda buxgalterlik hisob-kitobidagi foydadan „boy berilgan imkoniyatlar xarajati“ ham ayirilib tashlanadi. Buni quyidagi misolda ko‘rishimiz mumkin:

Korxonaning jami pul tushumi = 10000 ming so‘m;

– bevosita xarajatlar (xomashyo materiallar, ish haqi, yoqilg‘i moylash materiallari va h.k.) = 6000 ming so‘m;

- ustama xarajatlari (ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarish xarajatlari va h.k.) = 1000,0 ming so‘m;
- buxgalterlik hisobi bo‘yicha foyda = 3000,0 ming so‘m;
- „Boy berilgan imkoniyatlar harajati“ = 1000,0 ming so‘m;
- iqtisodiy foyda = 2000,0 so‘m.

Albatta, bu yerda „boy berilgan imkoniyatlar xarajati“ni aniqlash birmuncha murakkab, buning uchun qo‘shimcha hisob-kitoblar qilishga, normativ ma’lumotlardan foydalanishga to‘g‘ri keladi. Uni aniqlashning umumiy tartibini yuqorida ko‘rib o‘tdik.

Moliyaviy foyda – firmaning yalpi daromadi (tushumi) bilan aniq xarajatlar o‘rtasidagi farqqa tengdir.

Iqtisodiy foyda – bu firmaning yalpi daromadi (tushumi) bilan barcha (aniq va zimmaga tushgan) xarajatlar o‘rtasidagi farqdir.

Normal foyda – bu firma egasi tomonidan ishlab chiqarishga ketkazgan zimmaga tushgan xarajatlariga teng bo‘lgan foydadir (masalan, tadbirkor ishlab chiqarishga 1 mln. so‘m kiritib 8 foiz foyda olsin, agar u shu summa uchun bank foiz stavkasi 8 foizga teng bo‘lsa, tadbirkor tomonidan olingan foyda normal foyda bo‘ladi). Firma xarajatlarini doimiy va o‘zgaruvchan xarajatlarga bo‘lish mumkin:

Ba’zi ishlab chiqarish omillari firma tomonidan:

- doimiy:
- ishlab chiqarish hajmiga bog‘liq bo‘lmagan holda o‘z faoliyatini to‘xtatishdan qat’iy nazar to‘lanadigan (ijara to‘lovi, bank krediti bo‘yicha to‘lovlar, sug‘urta kommunal xizmat to‘lovlari, amortizatsiya ajratmalari).

Ishlab chiqarilgan mahsulot hajmining o‘zgarishiga bog‘liq bo‘lmagan harajatlar *doimiy xarajatlar* deyiladi.

Hajmi ishlab chiqarish hajmi o‘zgarib borishi bilan bog‘liq xarajatlar, ya’ni xodimlarga to‘lanadigan ish haqi, xom ashyo, materiallar, yonilg‘i (aylanma kapital) uchun sarflangan xarajatlar firmaning *o‘zgaruvchan xarajatlari* deyiladi.

Xarajatlarning doimiy va o‘zgaruvchan xarajatlarga bo‘linishi korxonada yopilishi yoki u zarar bilan ishlayotgan holda bankrot deb e’lon qilinishi haqida qaror qabul qilish uchun zarur.

Ishlab chiqaruvchi mahsulot birligiga to‘g‘ri keluvchi xarajatlar *o‘rtacha xarajatlar* deyiladi.

? **Takrorlash uchun savollar**

1. Xarajatlarning qanday turlari mavjud va ularni tushuntirib bering?
2. Mahsulot tannarxi deganda nimani tushunasiz?
3. Foyda qanday ifodalanadi?
4. Zimmaga tushgan xarajatlar deb nimaga aytiladi?
5. „Boy berilgan imkoniyatlar xarajati“ deb nimaga aytiladi?
6. „Foyda“ tushunchasining nechta ko‘rinishi mavjud va ular qanday aniqlanadi?
7. Doimiy xarajatlar deb nimaga aytiladi?
8. O‘zgaruvchan xarajatlar deb nimaga aytiladi?
9. O‘rtacha xarajat deb nimaga aytiladi?

5. Baholash va ishlab chiqarish samaradorligi

Bozor tizimida turli xil tovar va xizmatlarni taklif qiluvchi va xarid etuvchi bozorlar ko‘p bo‘lib, ular muntazam va samarali faoliyat yuritadilar. Bu tizim o‘z- o‘zini *tartibga soluvchi tizim* deb ataladi. Baholar tovar ishlab chiqarishning rivojlanishiga o‘zining vazifalari orqali ta’sir etadi. Baholar yordamida asosiy muammo nima ishlab chiqarish lozimligi hal etiladi, ya’ni baho, taklif va talabning qondirilishi, mahsulotlarni sotishda, axborot bilan ta’minlash vazifasini bajaradi. Ya’ni tovarning taklifi, baholar to‘g‘risida aholining to‘lov qobiliyati, ishlab chiqarish resurslarning yetarligiga va ortiqchaligi borasida axborot beradi, qilingan xarajatlar va olingan tovarlar, baho yordamida hisob - kitob qilinadi. Foyda, tovar bahosi bilan ishlab chiqarish uchun ketgan xarajatlar o‘rtasidagi farqqa teng bo‘ladi. Muayyan baho sharoitida ko‘proq foyda olish uchun xarajatlarni kamaytirish zarur. Shu sababli, korxonalar tejamli ish tutib xarajatni pasaytirishga harakat qiladilar. Buning uchun ishlab chiqaruvchilar resurslardan ratsional (oqilona) foydalanishi, ilg‘or texnika va texnologiyani, mehnatni ilmiy tashkil qilishni ishlab chiqarishga joriy qilishga majbur bo‘ladilar. O‘z navbatida baho taklif va talabga ta’sir ko‘rsatadi. Iqtisodiy nazariya baho bilan talab hamda baho bilan taklif o‘rtasidagi bog‘liqlikni ifoda etuvchi talab va taklif qonunini ochgan. Bu qonun orqali baho va daromadlarni tartibga solish mumkin. Talab va taklif, nisbatan mustaqil va ayni vaqtda o‘zida bir-birini taqozo etuvchi juft kategoriyalardir. Zero talab faqat taklifda qondirilishi mumkin, taklif esa talabda – talab orqali ro‘yobga chiqishi mumkin.

Talab va taklif qonuniga ko‘ra, bozorda talab va taklif nafaqat miqdori, balki o‘zining tarkibi jihatidan ham bir-biriga

mos kelishi kerak va shundagina bozor muvozanatiga erishiladi. Talab va taklif bozor muvozanatlarining mohiyatini, bozorning o'zidagi o'zgarishlarning sabab va oqibatlarini bildiradi. Ammo talab va taklif qonuni, ishlab chiqarishni tartibga soluvchi kuch birligini bildiradiki, unga ko'ra bozordagi o'zgarish darhol ishlab chiqarishga yetkazilishi kerak. Bozordagi talab va taklifning nisbatiga qarab ishlab chiqarishning sur'atlari va tarkibi tashkil topadi. Bu esa tovar ishlab chiqarishga sarf etilgan hamma mehnat – ijtimoiy normal va zarur ekanligini ko'rsatadi. Bunday muvozanat iqtisodiyotni rivojlantirish katta samaradorlikka erishganligidan dalolat beradi.

Taklifning talabdan orqada qolishi natijasida baho o'sadi, u ijtimoiy zaruriy mehnat sarfidan ajralib qoladi. Taklifning talabdan muntazam sur'atda orqada qolishi natijasida bozorning deformatsiyalashuvi, ishlab chiqaruvchi o'z hukmini o'tkazishiga olib keladi. *Bozor muvozanati buzilsa, jamiyat uni tiklash choralari ko'radi. U talab va taklifni shakllantiruvchi omillarga ta'sir etib, ular muvozanatini ta'minlashi mumkin. Bozor muvozanatini ta'minlash yo'llari quyidagilar: ishlab chiqarishni rivojlantirish orqali bozorni tovarlar bilan to'ldirish hamda yetarli tovarlar zaxirasini barpo etish, talab va unumdorlikning ish haqiga nisbatan tezroq o'sishi va aholining taklifiga qarab, baholarni pasaytirish yoki ko'tarish, mehnat daromadlarini, tovar va xizmatlarning ko'payishiga qarab orttirish, eksport yoki importni kamaytirishdir.*

Har bir tovar yoki xizmat turi bozorda qanday ko'rinishda taklif qilinishiga bog'liq ravishda o'z narxiga ega, bu narx pulda ifodalanib, daromadning biror bir ko'rinishiga aylanadi.

Shuni ta'kidlab o'tish lozimki, narx ham daromadga aylanmaydi, bu jarayon faqatgina talab va taklifning bozor muvozanatiga javob bergandagina yuz beradi. *Talab va taklifning bozor muvozanati deganda nima tushuniladi?*

Amalda bunday muvozanatni tasavvur etish mushkul, lekin nazariy jihatdan unga quyidagicha ta'rif berish mumkin:

Agarda bozorda jamiyat iste'mol qilishi mumkin bo'lgan miqdordan ko'proq tovar mavjud bo'lsa, uni kamroq sotib oladilar va uning narxi asta-sekin tushib taklif normallasadi.

Narxlarning yuqori bo'lishi taklif yetishmasligidan dalolat beradi, bu holda ishlab chiqarish kengayadi, chunki uni ushbu yuqori narxlar rag'batlantiradi.

Muvozanat narxi – bu talab va taklif teng bo‘lgan holdagi narxdir.

Ortiqcha tovar zaxirasidan qutulmoqchi bo‘lgan sotuvchi o‘z tovari narxini kamaytirishga, ishlab chiqaruvchi esa ushbu tovarni arzon narxda ishlab chiqarmaslikka harakat qiladi. Muvozanatga muntazam ravishda narx vositasida iste‘mol tovarlari, ishlab chiqarish omillari va ish kuchi bozorida, pul, qimmatli qog‘ozlar, axborot bozorida talab va taklif nisbatini tenglashtirish yo‘li bilan erishiladi.

Demak, *o‘zini o‘zi tartibga soluvchi bozor iqtisodiyoti – bu raqobat narxining muvozanatli iqtisodiyotidir.*

Raqobat jarayonida muvozanat narxini aniqlash yo‘li bilangina nima, qanday va nima uchun tovar ishlab chiqarish masalasini hal etish mumkin.

Bozor tizimi raqobat natijasida shakllandi, lekin raqobatning o‘zi unga zid bo‘lgan monopoliyani vujudga keltiradi. Monopolizm xarajatlar kam va ommaviy talab qondirilgan joyda vujudga keladi.

Raqobat quyidagilarni amalga oshirishga majbur qiladi:

- ishlab chiqarish ko‘lami va ommaviy mahsulot ishlab chiqarishning o‘sishi hisobidan tejash;
- fan-texnika taraqqiyoti yutuqlaridan foydalanish;
- ishlab chiqarish omillarining bir-birini o‘rnini bosishiga harakat qilish;
- ishlab chiqarishni tashkil etishning eng maqbul shaklini qo‘llash;
- malakaliroq ishchi kuchidan foydalanish.

Yuqorida sanab o‘tilgan omillar ishlab chiqarish konsentrasiyasi va markazlashuviga, bu jarayon esa yirik monopoliyalar vujudga kelishiga olib keladi.

Monopolizm esa narxlarni belgilash yo‘li bilan bozor iqtisodiyotiga, uning o‘z-o‘zini tartibga solish mexanizmiga rahna soladi.

Monopol narx belgilashning salbiy mexanizmining mohiyati nimada, bunga quyidagilarni misol qilish mumkin:

- Tovar bozorlarining qashshoqlashuvi.
- Tovar tanqisligining vujudga kelishi.
- Iste‘molning cheklanishi.
- Fan-texnika taraqqiyotini sekinlashuvi;
- Mehnat faoliyatining pasayishi;
- Cheklangan resurslarni o‘z foydasiga taqsimlash;
- Ularni tejashdan manfaatdor bo‘lmaslik;

- Jamiyat daromadlarini monopol narx o‘rnatish yo‘li bilan o‘z hisobiga o‘tkazish;

- Ijtimoiy tengsizlikning kuchayishi;

- Jamiyatda tabaqalanishuv va uning noroziliklarga olib kelishi.

Monopolizm deganda raqobatli muvozanat narxi shakllanishiga aralashuv tushuniladi.

Raqobatli narx shakllanishiga ta’sir etuvchi monopolizmni kim va qanday cheklashi mumkin?

Tartibga solish sohasidagi qarorlar bozor qarorlari bo‘lishi va ular davlat tomonidan qabul qilinishi lozim.

Davlatning tartibga soluvchilik vazifasi, xo‘jalik yurituvchi subyektlar o‘z maqsadlarini ko‘zlovchi va bir-biriga moslashuvchi, shu bilan birga maxsus ishlangan „o‘yin qoidalari“ amal qiluvchi bozor jarayoni natijasidan iborat bo‘lishi kerak. *Iqtisodiyotni davlat tomonidan tartibga solish quyidagi uch xil yo‘nalishda amalga oshirilishi kerak.*

- Iqtisodiy samaradorlikni qo‘llab-quvvatlash, (monopolizmni cheklash, tadbirkorlik faoliyati uchun har xil sharoit yaratish, raqobatni qo‘llab-quvvatlash);

- Rivojlanish barqarorligini ta’minlash (barqaror iqtisodiy o‘sishni qo‘llab-quvvatlash, siklik tebranishlar keskinligini kamaytirish);

- Ijtimoiy adolatni ta’minlash.

? Takrorlash uchun savollar

1. Qanday tizim o‘z-o‘zini tartibga soluvchi tizim deb ataladi?

2. Baholar yordamida nimalar hal etiladi?

3. Bozor muvozanatini ta’minlash yo‘llarini sanab bering.

4. Talab va taklifning bozor muvozanati deganda nima tushuniladi?

5. Muvozanat narxini tushuntirib bering?

6. Monopolizm qanday joyda vujudga keladi?

7. Iqtisodiyotni davlat tomonidan tartibga solish qanday yo‘nalishlarda amalga oshirilishi kerak?

6. Ishlab chiqarish omillari va daromadlar taqsimoti

Tadbirkorlik faoliyatining o‘ta muhim jihati – bu ishlab chiqarishdir. Bu jarayonda iqtisodiy resurslar ishlatiladi, mahsulotlar va xizmatlardan iborat hayotiy ne‘matlar yaratiladi. Ma’lumki, ishlab chiqarish yuz berishi uchun uning omillari harakatga kelishi shart. Iqtisodiy nazariyada bu omillar turlicha

talqin etiladi. Fransuz iqtisodchisi **J.Sey** ishlab chiqarishning uch omili nazariyasini asoslab, ularga *yer, kapital va ishchi kuchini* kiritgan, ularning o'zaro ta'sirida ishlab chiqarish sodir bo'lishini qayd etgan.

Hozirgi G'arb mamlakatlarida yirik iqtisodchilar iqtisodiy resurs tushunchasini olg'a surib, ularga *yer, kapital, mehnat* va nihoyat *tadbirkorlik* qobiliyatini kiritadilar. Demak, to'rtinchi omil ham mavjud deb hisoblashadi.

Yer va kapital ishlab chiqarishning moddiy-ashyoviy omili bo'lib, o'z tarkibiga: *tabiiy resurslar, ulardan olingan xomashyolar, mashina-mexanizm, asbob-uskuna, qurilma inshootlari* kiradi.

Ular ishlab chiqarish vositalari yoki ishlab chiqarish fondlari deb ham yuritiladi.

Bozor xo'jaligining muhim unsurlaridan biri hisoblangan *tadbirkorlik* iqtisodiyotni rivojlantirishni tezlashtirish omili vazifasini o'tamoqda.

Ishlab chiqarish omillari deganda, tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonida ishlatiluvchi barcha turdagi *resurslar* tushuniladi.

Ular jumlasiga quyidagi resurslar kiradi:

a) tabiiy resurslar (yer, yer osti boyliklari, suv va o'rmon resurslari);

b) mehnat resurslari (mahsulot va resurslar ishlab chiqarish qobiliyatiga ega kishilar);

d) ishlab chiqarish vositalari (investitsiya resurslari, ishlab chiqarish kapitali, stanoklar, uskunalar, ishlab chiqarish binolari, xomashyo va boshqa asosiy va aylanma fondlar);

e) kishilarning ishlab chiqarishni tashkil etishga bo'lgan tadbirkorlik qobiliyati.

Makroiqtisodiyotda — *iqtisodiy resurslar* atamasi qo'llaniladi.

Resurslar iste'molchilari tovar ishlab chiqaruvchi va xizmat ko'rsatuvchi korxonalaridir.

Resurslarni ishlab chiqaruvchilar — ularning mulkdorlaridir. Shu sababli, resursning uning iste'molchilari to'lashga rozi bo'lgan bahosi uning egasi daromadini ifodalaydi.

Tabiiy resurslar narxi — *renta*.

Mehnat resurslari bahosi — *ish haqi*.

Ishlab chiqarish kapitali yoki investitsion resurslar narxi — *foiz*.

Tadbirkorlik qobiliyati narxi esa — *tadbirkorlik daromadidir*.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida resurslar narxi qanday shakllanadi? Uning shakllanishi talab va taklifning o'zaro ta'siri ostida yuz beradi hamda tayyor mahsulotga bo'lgan talabga bog'liq bo'ladi.

Firmaning resurslar sotib olishga sarflangan mablag'i uning ishlab chiqarish xarajatlari tarkibiga kiradi.

Firma resurslardan qanday miqdorda va ularning qaysi turlaridan foydalanadi? Firmaning asosiy vazifasi — *maksimal foyda* olishga erishishdir.

Firma resurslardan foydalanish hajmini har bir qo'shimcha resursdan foydalanish uning daromadini xarajatlariga nisbatan ko'proq o'stirgan vaqtda orttirib boradi.

Firma bitta o'zgaruvchan resurs (mehnat)dan foydalanishi mumkin, qolgan resurslar esa o'zgarmasdan qoladi (o'zgaruvchan omil birligi ortishi hisobiga mahsulot ishlab chiqarishning ko'payishi ushbu *me'yorli mahsuloti* deyiladi).

Firmaning ushbu resurs qo'shimcha birligi hisobidan olgan daromadining o'sishi resurs *me'yorli daromadlilik* yoki *me'yorli mahsulotdan olingan daromadi* deyiladi.

Me'yorli mahsulot konsepsiyasi foydani maksimallashtirish va xarajatlarni minimallashtirish muammosini hal etishga imkon beradi. Buni quyidagi misolda ko'rib chiqamiz.

Misol: omillarning qanday birikmalaridan sarflab mahsulot ishlab chiqarish foydaliroq? Katta miqdorda yer maydoni, kam mehnat sarf qilish yo'li bilanmi yoki aksimi? *Taklif etilayotgan variantlarning qaysi biri samaraliroq?*

Variantning samaraliligi ish haqi va renta darajasiga bog'liq:

Yer maydonining 16 va mehnatning 4 birligi.

Yer maydonining 8 va mehnatning 9 birligi.

Misol sharti bo'yicha:

Ishchi bir soat mehnati uchun 200 so'm oladi.

Renta — 1 gektar uchun 100 so'm.

$(100 \text{ so'm S16}) + (200 \text{ so'm S 4}) = 2400$ — xarajatlar kamroq (samarali).

$(100 \text{ so'm S 8}) + (200 \text{ so'm S 9}) = 2600$ — xarajatlar ko'proq (samarasiz).

Eng kam xarajatlar qoidasining mohiyati quyidagicha:

Ishlab chiqarish omillari birikmasini shunday o'zgartirib borish lozimki, toki me'yorli mahsulotlar u yoki bu ishlab chiqarish omiliga sarflangan so'nggi so'mga teng bo'lsin, ya'ni:

A me'yorli mahsulot

A narx

B me'yorli mahsulot.... eng kam xarajatlar

B narx

Eng kam xarajatlar qoidasidan *o'rinbosarlik qoidasi* kelib chiqadi.

Agar bir omil narxi oshib, qolganlari o'zgarmasa, narxi oshib borayotgan qimmat omil o'rniga narxi o'zgarmaydigan boshqa omildan foydalanish zarur. Mehnat narxi ortishi ishchilarning ishdan bo'shatilishiga olib keladi:

Me'yorli tayyor mahsulot mehnat haqi

Ishlab chiqarish jarayoniga muvozanat holatiga erishilgunga qadar tobora ko'proq yer maydoni jalb etiladi.

Mehnat haqi kamayib borgan holda, boshqa ishlab chiqarish omillari o'rniga mehnat sarflanadi.

Resurslarga bo'lgan talab elastikligiga ta'sir etuvchi asosiy omillar:

- 1) resursning me'yorli daromadlilikiga o'zgarishi;
- 2) resurslarning bir-biri o'rnini bosishi;
- 3) firma xarajatlarida resurslar hissasi;
- 4) ushbu resursdan foydalanib, ishlab chiqarilgan tayyor mahsulotga bo'lgan talab elastikligi;
- 5) alohida firma tomonidan resurslarga bo'lgan talab elastikligi tayyor mahsulot bozori tarkibiga ham bog'liq.

Resurslarga bo'lgan talab o'zgarishiga ta'sir etuvchi, narxga bog'liq bo'lmagan omillar:

- 1) ushbu resurs ishlatilib ishlab chiqariluvchi tayyor mahsulotga talabning o'zgarishi;
- 2) boshqa resurslar narxi;
- 3) ishlab chiqarish texnologiyasidagi o'zgarishlar.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida hamma daromadlar pul shaklida ifodalanadi va ishlab chiqarish omillari bahosi bilan uzviy aloqada bo'ladi.

Aholi daromadlarining mohiyatini tushunishda quyidagilarga alohida e'tibor berish zarur:

– har qanday jamiyatning birlamchi bo'g'ini bu oiladir, demak, daromadlar muammosi, eng avvalo, oilaning jami daromadlari sifatida namoyon bo'ladi:

– oila daromadlari har xil manbalar asosida shakllanadi, ammo har xil oilalar uchun ushbu manbalarining ahamiyati turlichadir. Bunga asoslanib aholi daromadlarining asosiy qismini

olinadigan daromad, ish haqi va ijtimoiy to'lovlar tashkil etuvchi ijtimoiy guruhlarga bo'lish mumkin.

Yuqoridagi qayd qilinganlardan kelib chiqqan holda jamiyatda aholining daromadlariga qarab tabaqalashuvi mavjud, degan xulosa qilish mumkin. Masalan, AQSHda 1987- yilda boy oilalarning 20% iga olingan daromadning 43,7% i qolgan, 80% oilalarga esa 56,3% i to'g'ri kelgan.

Daromadlar mohiyatiga qarab *nominal* va *real* shakli bo'yicha farqlanadi. Nominal daromad miqdorini ko'rsatadi.

Real daromad esa aholi tomonidan real iste'mol qilingan ne'matlarining miqdorini ko'rsatadi. *Masalan:* bitta oila 2003- yilda 800 ming so'm daromad (nominal daromad) oldi deylik va uning 30%iga oziq-ovqat mahsulotlarini, 25% iga kiyim-kechak mahsulotlarini, 25%iga xizmatlar sotib oldi va nihoyat qolgan 20% esa jamg'armaga qoladi (real daromad). Real daromadga bir qancha omillar ta'sir ko'rsatadi. Bular *soliq* va boshqa *majburiy to'lovlar* miqdori, *ijtimoiy to'lovlar* miqdori, *baholar darajasi* va boshqalar.

? **Takrorlash uchun savollar**

1. Ishlab chiqarish omillari deganda nima tushuniladi?
2. Iqtisodiy resurslar atamasi qaysi fanda qo'llaniladi?
3. Renta deganda nimani tushunasiz?
4. Mehnat resurslarining bahosi nima?
5. Tadbirkorlik qobiliyatining narxi nimadan iborat?
6. Resurs me'yorli daromadi yoki me'yorli mahsulotdan olingan daromad deb nimaga aytiladi?
7. Daromadlar mohiyatiga qarab qanday turlarga bo'linadi?

Mavzularni o'zlashtirishni nazorat qilish uchun test savollari

1. *Bozor tizimi bir vaqtning o'zida:*

- A) iste'molchilarga, ishlab chiqaruvchilarga va resurslarni yetkazib beruvchilarga qabul qilingan qarorlarni bildirish;
- B) qarorlarni bir-biriga moslash, bu esa ishlab chiqarish maqsadlarini muvofiqlashtirishni ta'minlab beradi;
- C) tovar sotib oluvchining iqtisodiy manfaatlarini ro'yobga chiqaradigan asosiy maydon bo'lib xizmat qiladi;
- D) a+b.

2. *Bozor tizimining oldida turgan eng asosiy muammolar — bu:*

- A) ehtiyojlarning cheksizligi va resurslarning cheklanganligidan kelib chiqadi;
- B) resurslarning cheklanganligidan iborat;
- C) ehtiyojlar cheklanganligidan iborat;
- D) b+d.

3. *Talab deb:*

- A) ma'lum davr mobaynida ma'lum narxda olinishi mumkin bo'lmagan tovarlar yoki xizmatlar miqdoriga aytiladi;
- B) ma'lum davr mobaynida ma'lum narxda olinishi mumkin bo'lgan tovarlar yoki xizmatlar miqdoriga aytiladi;
- C) ishlab chiqaruvchilarning ma'lum davrda, ma'lum narxda sotishga tayyor bo'lgan tovarlari yoki xizmatlari hajmiga aytiladi;
- D) a+d.

4. *Talab qonuni deb:*

- A) talab va taklif o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalovchi qonun talab qonuni deyiladi;
- B) narx va taklif o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalovchi qonun talab qonuni deyiladi;
- C) narx bilan talab o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalovchi qonun talab qonuni deyiladi;
- D) taklif va narx o'rtasidagi proporsional bog'liqlik talab qonuni deyiladi.

5. *Taklif deb:*

- A) iste'molchilarning ma'lum davrda, ma'lum narxda sotib olishga tayyor bo'lgan tovarlari yoki xizmatlari hajmiga aytiladi;
- B) talab bilan narx o'rtasidagi bog'liqlikka aytiladi;
- C) ishlab chiqaruvchilarning ma'lum davrda, ma'lum narxda sotishga tayyor bo'lgan tovarlari yoki xizmatlari hajmiga aytiladi.

6. *Narx o'sishi bilan ishlab chiqaruvchilar:*

- A) ko'proq tovarlar taklif etadilar;
- B) kamroq tovarlar taklif etadilar;
- C) narx o'sishi bilan taklif kamayib boradi;
- D) narx tushishi bilan esa taklifni ko'paytirishadi.

7. *Bozor narxi:*

- A) ish haqiga qarab o'rnatiladi;
- B) talab va taklif natijasida o'rnatiladi;
- C) xarajatlarga qarab o'rnatiladi;
- D) ishlab chiqaruvchilar tomonidan o'rnatiladi.

8. *Bozor yoki muvozanat narxi:*

- A) ishlab chiqarish talabga teppa-teng bo'lganda sodir bo'ladi;
- B) iste'molchilar darajasi ishlab chiqarish xarajatlariga teng bo'lganda sodir bo'ladi;
- C) talab hajmi taklifga teng bo'lgandagina sodir bo'ladi;
- D) talab taklifga nisbatan kam bo'lgandagina sodir bo'ladi.

9. *Keng ma'noda raqobat deganda:*

- A) bir maqsad sari intilayotgan sub'ektlarning faol musobaqadagi o'zaro munosabatlari tushuniladi;
- B) maqsadga intilayotgan sub'ektlarning o'zaro munosabatlari tushuniladi;
- C) bir nechta maqsad sari intilayotgan subyektlarning faol musobaqadagi o'zaro munosabatlari tushuniladi;
- D) noma'lum bir maqsad sari intilayotgan subyektlarning faol musobaqadagi o'zaro munosabatlari tushuniladi.

10. *Raqobatning nechta modeli keng e'tirof etilgan?*

- A) 5 ta;
- B) 3 ta;
- C) 4 ta;
- D) 2 ta.

11. *Oligopoliya – bu:*

- A) tarmoqda ko'pchilik firmaning hukmronligini bildiradi;
- B) barcha tarmoqda firmaning hukmronlik qilishini bildiradi;
- C) bir tarmoqda yagona firmaning hukmronligini bildiradi;
- D) tarmoqda bir necha firmaning hukmronligi bo'lib, ularning har biri bozorning katta qismini nazorat qiladi.

12. *„Foyda“ tushunchasining nechta ko'rinishi bo'ladi:*

- A) 2 ta;
- B) 3 ta;
- C) 4 ta;
- D) 5 ta.

13. *Doimiy xarajatlar deb:*

- A) ishlab chiqarilgan mahsulot hajmining o'zgarishiga bog'liq bo'ladigan xarajatlar doimiy xarajatlar deyiladi;
- B) ishlab chiqarilgan mahsulot hajmining o'zgarishiga bog'liq bo'lmagan xarajatlar doimiy xarajatlar deyiladi;
- C) hajmi ishlab chiqarish hajmi o'zgarib borishi bilan bog'liq xarajatlarga aytiladi;
- D) ishlab chiqaruvchi mahsulot birligiga to'g'ri keluvchi xarajatlarga aytiladi.

14. *Taklifning talabdan orqada qolishi natijasida:*

- A) baho kamayadi;
- B) baho o'sadi;
- C) ishlab chiqarish o'sadi;
- D) ishlab chiqarish pasayadi.

15. *Ishlab chiqarish omillari deganda:*

- A) tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonida ishlatiluvchi barcha turdagi resurslar tushuniladi;
- B) barcha turdagi xarajatlar tushuniladi;
- C) faqat doimiy xarajatlar tushuniladi;
- D) faqat o'zgaruvchi xarajatlar tushuniladi.

16. *Ishlab chiqarish omillari atamasi:*

- A) makroiqtisodiyotda qo'llaniladi;
- B) statistikada qo'llaniladi;
- C) iqtisodiyot nazariyasida qo'llaniladi;
- D) mikroiqtisodiyotda qo'llaniladi.

17. *Iqtisodiy resurslar atamasi:*

- A) makroiqtisodiyotda qo'llaniladi;
- B) statistikada qo'llaniladi;
- C) iqtisodiy nazariyada qo'llaniladi;
- D) mikroiqtisodiyotda qo'llaniladi.

18. *Daromadlar mohiyatiga qarab:*

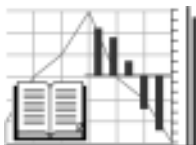
- A) real va normal shakli bo'yicha farqlanadi;
- B) nominal va minimal shakli bo'yicha farqlanadi;
- C) nominal va real shakli bo'yicha farqlanadi;
- D) noto'g'ri javob yo'q.

19. *Nominal daromad:*

- A) tadbirkorning ish haqi miqdorini ko'rsatadi;
- B) aholining jami daromadlari miqdorini ko'rsatadi;
- C) aholi tomonidan iste'mol qilingan ne'matlar miqdorini ko'rsatadi;
- D) aholining pul tarzida olgan daromad miqdorini ko'rsatadi.

20. *Real daromad:*

- A) aholi tomonidan real iste'mol qilingan ne'matlarning miqdorini ko'rsatadi;
- B) tadbirkorlar tomonidan real iste'mol qilingan ne'matlarning miqdorini ko'rsatadi;
- C) faqat oziq-ovqat uchun xarajat qilingan ne'matlarning miqdorini ko'rsatadi;
- D) b+d.



II bo‘lim

MAKROIQTISODIYOT ASOSLARI

7. Fanning vazifalari

Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan katta o‘zgarishlar yangicha zamonaviy ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar tizimini shakllantirishga qaratilgandir. Ushbu munosabatlar mamlakatda yashovchi har bir insonning hayotiy manfaatlariga bevosita tegishli bo‘lganligi sababli, aholining ko‘pchilik qismida tub islohotlar jarayonining borishiga qiziqish va anglash kuchaymoqda.

O‘zbekistonda bozor munosabatlariga asoslangan yangi, mustaqil rivojlangan, o‘z xalqi, millati manfaatlariga xizmat qiladigan milliy iqtisodiyot shakllanib bormoqda.

Resurslar, daromadlar va tayyor mahsulotlar bilan ayirboshlashning xilma-xil va ko‘p sonli barcha jarayonlari *iqtisodiy jarayonlar* deb ataladi. Agarda, bu jarayonlar doimiy ravishda bir tekis amalga oshayotgan bo‘lsa, bunday holda mamlakatning iqtisodiy tizimi *barqaror* va *muvozanatli* deb tushuniladi. Lekin amaliyotda u yoki bu resursning tovar hamda daromadning ochiqchaligi yoki yetishmasligi uchrab turadi. Iqtisodiyot tizimida umumiy muvozanatning shu kabi buzilish hollari *inflatsiya* va *ishsizlik* darajasining, *ijtimoiy mahsulot* va *milliy daromadning o‘sish sur‘atlarining o‘zgarishida* namoyon bo‘ladi.

Yuqorida keltirilgan hodisalar va jarayonlar ijtimoiy ishlab chiqarishning barcha qatnashuvchilari yoki tizimning jami iqtisodiy agentlarining faoliyatlari natijasida paydo bo‘ladi va milliy iqtisodiyotni yaxlit ifodalaydi, ya’ni keng qamrovli xususiyatga ega. Shuning uchun ularni makroiqtisodiy jarayonlar va hodisalar sifatida o‘rganuvchi fanni *makroiqtisodiyot* deb ataladi.

Yuqoridagi fikrlardan kelib chiqadigan bo‘lsak, „Makroiqtisodiyot“ fani mamlakatning makroiqtisodiy holati *ijtimoiy ishlab chiqarish*, *inflatsiya*, *ishsizlik* va *bandlik*, *aholining moddiy farovonligi darajasi* va boshqalar ushbu fanning asosiy vazifalari hisoblanadi.

8. Pul

Pul – bu shunday maxsus tovariki, u hamma boshqa tovarlar uchun umumiy *ekvivalent* vazifasini bajaradi. Hamma tovarlar singari pul ham, qiymat ham iste'mol qiymatga ega. Shu ma'noda u boshqa oddiy tovarlardan farq qilmaydi.

Pul shunday kuchga ega bo'ladiki, u umumiy- ijtimoiy qiymatga ega hamma tovarlarni xarid qilish vositasi bo'lib xizmat qiladi. Pul tovar ishlab chiqarish va ayirboshlash jarayonida iste'molchilar o'rtasidagi ijtimoiy munosabatlarni ifoda etadi. Shu sababli, *tovar-pul munosabatlari* paydo bo'ladi.

Mohiyatan pul ijtimoiy mehnat va qiymatni bildiradi. Pul uchun ijtimoiy mehnat qaysi sohada sarflanganligi va qiymat qayerda yaratilganligi farqsizdir. Kimning puli bo'lsa, u ijtimoiy mehnatning tegishli qismini o'zi istagan natural (tovar) shaklida olish huquqiga ega bo'ladi. Pulning hamma narsadan qudratligi ham shundan kelib chiqqan.

Pulning iqtisoddagi ahamiyatini u bajaradigan vazifalar belgilab beradi. **K.Marks pulning besh vazifasi borligini ko'rsatgan edi:**

1. Qiymat o'lchovi.
2. Muomala vositasi.
3. Jamg'arish vositasi.
4. To'lov vositasi.
5. Jahon pullari.

Hozirgi nazariyalarda ularning uchtasi tan olingan, ya'ni *muomala vositasi, qiymat o'lchovi* va *jamg'arish vositasi*.

Pul oldi-sotdida ishlatiladi. Pul yordamida tovarni xarid etish, pulga tovar ayirboshlash (P–T) yoki tovarni sotish, ya'ni tovarni pulga ayirboshlash (T–P) yuz beradi. Bu jarayonda pul vositachilik qiladi, muomala vositasi vazifasini bajaradi. Pul hamma tovarga ayirboshlanganidan hamma yerda qabul qilinadi. Agar pul bo'lmaganda edi, kerakli tovar topib olish uchun o'z tovarini boshqa tovarga, boshqasini va uni yana boshqasiga almashtirish ko'p marta yuz berib, nihoyat, kerakli tovar uchraguncha davom etar edi. Pul esa bunday qiyinchilikni bartaraf qiladi. U kerakli tovarni tez topib, tanlab olish imkonini berganidan, ayirboshlashga ketgan vaqtni, binobarin, uning xarajatlarini tejab qoladi, oldi-sotdi bevosita tovar ayirboshlashga nisbatan yuqori samaraga ega bo'ladi.

Qiyamat – bu tovarda mujassamlashgan ijtimoiy mehnat sarfidir. Faqatgina ijtimoiy-zaruriy ish vaqti tovar qiymatini belgilaydi. Ijtimoiy-zaruriy ish vaqti jamiyat ehtiyojini qondirish uchun kerakli bo‘lgan vaqtdir. Shu sababli, bu vaqtni anglatuvchi qiymatni bozor tan oladi.

Buni misolda ko‘radigan bo‘lsak, pul bizga biron bir narsaning qiymatini har bir odamga tushunarli bo‘lgan atamalar bilan ifodalash imkonini beradi. Biz sotiladigan tuxumning o‘n donasi 900 so‘m turadi deyishimiz mumkin. Bu o‘n dona tuxumga haq to‘lash uchun qancha sut yoki go‘sht qiymati kerakligini aniqlashga qaraganda ancha oson.

Pul o‘zining evolutsiyasi jarayonida metall (oltin, kumush, mis), qog‘oz, kredit pullar shaklida ishlatilib kelingan. **Qiymatni o‘zida ifodalashga ko‘ra pullar ikki turga bo‘linadi:**

– haqiqiy pullar;

– haqiqiy pulning o‘rnini bosuvchilar – qiymat belgilari.

Bugungi kunda muomalada aniq, haqiqiy qiymatga ega bo‘lgan pullar va ularning muomaladagi quyidagi belgilari mavjud:

- tanga pul;
- qog‘oz pul;
- kredit shaklidagi pul;
- chek shaklidagi pul;
- elektron pul.

Yuqorida keltirib o‘tilgan pul turlari hozirgi vaqtda pul vazifasini bajarib kelayotir.

Jang‘arish vositasi – bu pulning jamlangan boylik shakliga kirib, o‘z egasi uchun kerak bo‘lganda xarid etish vositasi bo‘lib xizmat qila olishidir. Pul – qog‘oz yoki tanga bo‘lgani uchun boylik emas, balki o‘zida mehnatni mujassamlashtirgani, unga hamma narsani xarid etish yoki uni jamlab saqlash mumkin bo‘lgani uchun boylik hisoblanadi.

Pul bugun sotilgan narsaning qiymatidan kelajakda qachondir xarid qilish uchun foydalanish imkonini beradi. *Masalan*, tuxum sotgan odam bir kunlik sotgan pulini kelajakda qachondir kollejda o‘qish uchun saqlab qo‘yishi mumkin. Biroq o‘shancha pullik tuxumni bir yoki ikki yil saqlashga urinish qanchalik qiyin bo‘lishini tasavvur qilishingiz mumkin.

Pul taklifi – bu muomalaga chiqarilgan ma‘lum turdagi pul miqdoridir.

U talabdan ortiq yoki kam bo'lishi mumkin:

- kam bo'lganda, ya'ni muomala uchun zarur, pul muomalaga kiritilmasa, u holda to'lov krizisi yuzaga keladi, natijada, pul muomasini izdan chiqaradi, beqarorlashtiradi;

- ortiq bo'lganda, ya'ni pul keragidan ortiqcha muomalaga kiritilsa va pulning miqdori tovarlar massasidan ortib ketsa, pul qadrsizlanib inflatsiya yuzaga keladi. Natijada, pul muomasini barqarorlashtiradi.

Pul massasi pul muomasining muhim ko'rsatkichi bo'lib hisoblanadi. Pul massasi xo'jalik aylanishidagi naqd pulli hisob-kitoblarni, ya'ni aholi, korxonalar, davlat tashkiloti muassasalariga tegishli xarid va to'lov vositalarining yalpi hajmini o'zida ifodalaydi.

Sanoati rivojlangan mamlakatlarning moliya statistikasida pul massasini aniqlashda quyidagi asosiy pul agregatlari to'plamidan (guruhidan) foydalaniladi:

M-1 agregati — muomaladagi naqd pullar (banknotlar, tangalar) va joriy bank schotlaridagi mablag'larni o'z ichiga oladi.

M-2 agregati — M-1 agregati va tijorat banklaridagi muddatli va jamg'arma qo'yilmalaridan (to'rt yilgacha) tarkib topgan.

O'zbekiston mustaqillikka erishganidan keyin mustaqil pul tizimiga ega bo'lishni taqozo qildi. Mustaqil pul tizimining tashkil topishining *birinchi bosqichi* — 1993-yildan boshlab „so'm-kupon“larning muomalaga chiqarilishi hisoblanadi. O'zbekistonda pul tizimini shakllantirishning *ikkinchi bosqichi* — 1994-yil iyuldan boshlab milliy valuta „so'm“ ning muomalaga chiqarilishi bo'lib, u O'zbekiston tarixida katta ahamiyatga ega.

O'zbekistonda milliy pul tizimining asosiy elementi bo'lmish so'm jamiyat manfaatlariga xizmat qiladi. Shuning uchun pul tizimining asosiy vazifasi milliy pulimizning qadrini mustahkamlashdan iborat. Bu juda mas'uliyatli va oson bo'lmagan vazifadir. O'zbekistonning o'z iqtisodini bozor talablariga mos ravishda rivojlantirishga qaratishi, bozor iqtisodiga o'tishda O'zbekistonning o'ziga xos xususiyatlariga ega ekanligi milliy valutaning barqaror bo'lishini taqozo qiladi.

Hozirgi kunimiz, iqtisodimizning rivojlanishida amalga oshirilayotgan iqtisodiy jarayonlar, katta qurilishlar va moliyalashtirishlar O'zbekiston iqtisodiy mustaqillikka erishish uchun to'g'ri yo'l tanlaganini ko'rsatib turibdi. Zero, mustaqil pul tizimiga ega bo'lmasdan, iqtisodiy jihatdan, mustaqil davlat bo'lish mumkin emas.

? **Takrorlash uchun savollar**

1. Pul qanday vazifani bajaradi?
2. Pulning asosiy vazifalarini sanab o‘ting?
3. Qiymat deganda nimani tushunasiz?
4. Qiymatni o‘zida ifodalashga ko‘ra pullar necha turga bo‘linadi?
5. Bugungi kunda muomalada aniq, haqiqiy qiymatga ega bo‘lgan pullarning turlarini sanab bering.
6. Pul taklifi, pul massasi deb nimaga aytiladi?
7. Sanoati rivojlangan mamlakatlarning moliya statistikasida qanday asosiy pul agregatlari to‘plamidan foydalaniladi?

9. Banklar va pul-kredit siyosati

Bank deb, pul mablag‘larini yig‘uvchi, saqlab beruvchi, kredit hisob va boshqa har xil vositachilik operatsiyalarini bajaruvchi muassasalarga aytiladi.

Banklar paydo bo‘lishining asosi bo‘lib, tovar-pul munosabatlarining rivojlanishi hisoblanadi. Tovlar-pul munosabatlarining bo‘lishi va ularning rivojlanib borishi barcha ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarda banklarning ham bo‘lishini taqozo qiladi.

Bank so‘zi italyanca „**banca**“ so‘zidan olingan bo‘lib „stol“, aniqrog‘i „pullik stol“ degan ma‘noni anglatadi. O‘rta asrlarda italiyalik puldorlar hamyonlaridagi, idishlaridagi tangalarni stol ustiga qo‘yib hisob-kitob qilganlar.

XII asrlarda Germaniya pul almashtiruvchilarni „**bancnerii**“ bozor atashgan. Agar puldordlardan birortasi ishonchni oqlamasa va ishiga mas‘uliyatsizlik qilsa, u o‘tirgan stol sindirib tashlangan va uni „**Banco rotto**“, ya‘ni *bankrot* deb atashgan. Ya‘ni, bizga ma‘lum bo‘lgan „bankrot“ so‘zi ham italyanca „**banca**“ so‘zidan olingan.

Bank tizimi bozor iqtisodiyotining muhim va ajralmas qismidir. Tovlar-pul munosabatlarining keng miqyosda rivojlanishi banklar oldida yangidan yangi operatsiyalar bajarishga imkoniyatlar ochib beradi.

Shuning uchun ham respublikamizda bozor iqtisodiyoti talablariga mos keluvchi zamonaviy bank tizimini yaratish zaruriyati paydo bo‘ldi. O‘zbekiston Respublikasi bank tizimining bosh maqsadi jahon talablariga mos keluvchi, rivojlangan milliy kredit tizimiga ega bo‘lish, xo‘jaliklar va aholining bo‘sh turgan mablag‘larini jalb qilish va uni samarali taqsimlash asosida aholining talablarini qondirish uchun zamin yaratish va yashash sharoitlarini yaxshilashga erishishdan iborat.

Bizning respublikamizda ikki pog‘onali bank tizimini jahon tajribasida qabul qilingan tamoyillarga muvofiq shakllantirish ko‘zda tutilgan.

O‘zbekistonda ikki pog‘onali bank tizimini tashkil qilishga 1988-yildan boshlab kirishilgan bo‘lsa-da, bu maqsadning to‘liq amalga oshirilishiga sharoit 1994-yildan boshlab yuzaga keldi.

O‘zbekiston Respublikasida *ikki bosqichli* bank tizimini tashkil etishga real asos bo‘lib, 1991- yil 15- fevraldagi „**Banklar va bank faoliyati to‘g‘risida**“gi Qonun hisoblanadi. Bu qonun O‘zbekiston Respublikasida bank tizimining birinchi bosqichidagi pul-kredit siyosati sohasidagi asosiy vazifalarni amalga oshirishda asosiy zamin bo‘ldi.

O‘zbekistonda bank tizimini tashkil qilishning *ikkinchi bosqichi* 1994-yildan keyingi davrni o‘z ichiga oladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida O‘zbekiston Respublikasida Markaziy bankning asosiy maqsadi – pul-kredit tizimi va milliy valuta barqarorligini ta‘minlash asosida iqtisodiy o‘shishga erishishdan iboratdir.

Pul-kredit siyosatini samarali amalga oshirish uchun Markaziy bank pul-kredit siyosatini rivojlantirishning bir yilga mo‘ljallangan asosiy yo‘nalishlarini ishlab chiqadi. Bu yo‘nalishlar Oliy Majlis tomonidan tasdiqlangandan keyin harakat dasturi sifatida qabul qilinadi. Markaziy bankning vazifalari xilma-xil bo‘lib, bular 1995-yil 21-dekabrda qabul qilingan „**O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki to‘g‘risida**“gi Qonunda aks ettirilgan.

O‘zbekiston Respublikasi markaziy banki o‘z zimmasiga yuklatilgan vazifalarni bajarish uchun quyidagi asosiy funksiyalarni bajaradi.

1. Iqtisodiyotni pul-kredit dastaklari yordamida boshqarish.
2. Hisob-kitob va pul o‘tkazish operatsiyalarini bajarishni yo‘lga qo‘yish.
3. Tijorat banklari faoliyatini boshqarish va nazorat qilish.
4. Boshqa kredit muassasalarining kassa zaxiralarini saqlash.
5. Rasmiy oltin-valuta zaxiralarini saqlash.
6. Hukumat uchun hisob-kitob va kredit operatsiyalarini bajarish.
7. Tijorat banklariga kredit berish.
8. Pul emissiyasi.

Markaziy bank pul-kredit siyosatini, iqtisodiy vaziyatni tahlil qilish va oldindan aytishni, pul miqdorini yillik o‘stirish sur‘atlarining maqsadli ko‘rsatkichlarini, kredit, foiz va valuta siyosatini

amalga oshirish yo‘nalishlarini o‘z ichiga olib muhim makroiqtisodiy jarayonlar: *pulning qadsizlanishi, milliy ishlab chiqarishning umumiy hajmi* hamda *mehnat resurslarining bandligi*, to‘lov balansini barqarorlashtirishga yo‘naltirilgan bo‘ladi.

O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki o‘zaro hisob-kitoblarning O‘zbekiston tijorat banki tomonidan belgilangan va hamma bank hamda mijozlar uchun majburiy bo‘lgan qoidalar asosida olib borilishini nazorat qiladi.

O‘zbekiston Respublikasida Markaziy bankdan tashqari tijorat banklari ham bank tizimining muhim bo‘g‘ini bo‘lib, kredit resurslarining asosiy qismi shu banklarda yig‘iladi va bu banklar huquqiy, jismoniy shaxslarga xizmatlarini ko‘rsatadi.

O‘zbekiston Respublikasida tijorat banklari bank tizimining Markaziy bankdan keyingi ikkinchi pog‘onasi hisoblanadi. Hozirgi kunda respublikamizda 30 dan ortiq tijorat banklari faoliyat ko‘rsatmoqda. Tijorat banklarini belgilariga qarab quyidagi turlarga bo‘lish mumkin. *Mulkchilik shakliga qarab banklar: davlat bankiga, aksioner banklarga, kooperativ, xususiy, mintaqaviy, aralash mulkchilikka asoslangan banklarga* bo‘linadi. Rivojlangan kapitalistik davlatlarda tijorat banklarining aksariyat qismi mulk shakli bo‘yicha aksioner bank hisoblanadi.

Tijorat banklari quyidagi asosiy vazifalarni bajaradi:

1. Vaqtincha bo‘sh turgan pul mablag‘larni yig‘ish va ularni kapitalga aylantirish.

2. Korxonalar, tashkilotlar, davlat va aholini kreditlash.

3. Muomalaga kredit pullar (muomalaning kredit vositalari)ni chiqarish.

4. Xalq xo‘jaligida hisob-kitoblar va to‘lovlarni amalga oshirish.

5. Moliya-valuta bozorida faoliyat ko‘rsatish.

6. Iqtisodiy-moliyaviy axborotlar berish va konsultatsiya xizmatlarini ko‘rsatish.

Tijorat banklari faoliyatida asosiy o‘rinni *korxonalar, tashkilotlarni, aholini kreditlash* egallaydi. Tijorat banklarining muhim funksiyalaridan biri hisob-kitoblarni olib borishdir. Hisob-kitoblarni olib borishda bank mijozlar o‘rtasida vositachi bo‘lib xizmat qiladi.

Tijorat banklari yana *qimmatbaho qog‘ozlar chiqarish* va *joylashtirish* bilan shug‘ullanishi mumkin.

Tijorat banklarini ochishga *litsenziya* (ruxsatnoma)ni Markaziy bank beradi. U tijorat banklar faoliyatini olib borish bo‘yicha iqtisodiy me‘yorlar belgilab beradi va ularning bajarilishini nazorat qilib boradi.

? **Takrorlash uchun savollar**

1. Bank deb nimaga aytiladi?
2. Bank so‘zi qanday ma’noni anglatadi?
3. O‘zbekiston Respublikasi bank tizimining bosh maqsadi nimadan iborat?
4. O‘zbekistonda nechta pog‘onali bank tizimini shakllantirish ko‘zda tutilgan?
5. „Banklar va bank faoliyati to‘g‘risida“gi qonunning ahamiyatini aytib bering.
6. Tijorat banklari belgilariga qarab qanday turlarga bo‘linadi?

10. Budget. Soliqlar. Davlatning fiskal siyosati

Davlat budjeti davlat moliyasi tizimida markaziy o‘rinni egallaydi. Budget tizimi murakkab mexanizm bo‘lib, muayyan mamlakatning o‘ziga xos xususiyatlari, ijtimoiy-iqtisodiy tizimi, shuningdek davlat qurilishini aks ettiradi. Mazkur tizim muayyan davlatni tavsiflaydigan ijtimoiy-iqtisodiy, huquqiy va boshqa xususiyatlarning butun majmuyi asosida shakllanadi.

Har qanday davlat o‘zining fiskal (soliq-budget) siyosatini olib boradi.

Fiskal siyosat — bu moliyaviy siyosatning ajralmas qismi bo‘lib, soliq-budget siyosati deb ham yuritiladi. *Bu siyosatni yurgizish vositasida davlat:*

- soliq solish tartibiga;
- xarid qilish baholariga o‘z ta’sirini o‘tkazadi.

Soliqlar davlat budjetini (xazinasini) to‘lg‘azishning asosiy manbai bo‘lib, shu bilan birga:

- ishlab chiqarishning o‘sishini yoki qisqarishini ta’minlaydi;
- ishlab chiqarish strukturasi o‘zgartirishni rag‘batlantiradi;
- ijtimoiy himoya rolini o‘ynaydi.

Davlat budjeti pul resurslarining markazlashtirilgan fondi bo‘lib, mamlakat hukumati *davlat apparati, qurolli kuchlarni tutib turish*, shuningdek *ijtimoiy-iqtisodiy funksiyalarni bajarish uchun* uni tasarruf etadi. Hozirgi shart-sharoitda budjet *davlatning iqtisodiyotni tartibga solish, xo‘jalik konyunkturasiga ta’sir ko‘rsatish*, shuningdek *bo‘xronga qarshi chora-tadbirlarni amalga oshirishda* qudratli vositasi hamdir.

Hozirgi *davlat budjeti* uning butun xilma-xil funksiyalarini aks ettiradigan murakkab, ko‘p ko‘rinishli hujjat hisoblanadi. Avvalo, budjetda davlat daromadlari va xarajatlari tarkibi o‘z aksini

topadi. Davlat budjeti daromadlari birinchi navbatda *markaziy* va *mahalliy* hokimiyat organlari tomonidan undiriladigan soliqlardan, davlat zayomlari, shuningdek budjetdan tashqari yoki maqsadli fondlardan olinuvchi tushumlardan iborat bo'ladi.

O'z tarkibiga ko'ra budjetning xarajat moddalari quyidagilarga bo'linadi: davlatni boshqarish xarajatlari; harbiy xarajatlari; ijtimoiy-iqtisodiy xarajatlari; davlatning xo'jalik qurilishi xarajatlari; tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish xarajatlari.

O'zbekiston Respublikasining davlat budjeti, asosan, soliqlar yordamida to'planadigan hamda davlat tomonidan uning funksiyalari va vazifalarini amalga oshirish uchun ishlatiladigan pul mablag'larining markazlashtirilgan fondlaridir, u qonun kuchiga ega, respublika Oliy Majlisi tomonidan tasdiqlanadi.

O'zbekiston Respublikasining budjet tizimi ikki bo'g'indan iborat:

- O'zbekiston Respublikasining budjeti — davlat budjeti;
- Qoraqalpog'iston Respublikasining davlat budjeti, viloyatlar, Toshkent shahri, respublika tuman va shaharlari mahalliy budjetlari.

Soliqlar davlat budjetini to'lg'azishning asosiy manbayi hisoblanadi. Soliqqa tortish tamoyillari davlat tomonidan ishlab chiqiladi va Oliy Majlis tasdiqlagan qonunlarda ko'rsatiladi.

O'zbekiston Respublikasining „*Korxonalar, birlashmalar va tashkilotlar soliqlari to'g'risida*“gi qonunda *soliqqa tortishning 4 ta tamoyili ko'rsatilgan bo'lib ular quyidagicha:*

1. Manbalaridan qat'iy nazar hamma daromadlarning soliqqa tortilishi majburiydir.

2. Umumiy davlat soliq siyosati atrofida hamma darajadagi ma'muriy hududlarning soliq faoliyatidagi mustaqilligini hisobga olib yagona umumdavlat soliqqa tortish siyosatini yuritish.

3. Faoliyati muhim ijtimoiy, iqtisodiy, ekologik muammolarga hamda xo'jalik yuritishning ilg'or shakllariga qaratilgan faol ishlovchi korxonalar imtiyozlar tizimi orqali soliqlarning qiziqtiruvchi rolini ta'minlash.

4. Soliq to'lovlari bo'yicha deklaratsiyalar, tekshirishlar va reviziyalar o'tkazish qonunchiligini buzganlarga iqtisodiy jazolar qo'llash bilan moliyaviy nazorat o'rnatishdan iboratdir.

Soliq tizimining beshta asosiy funksiyasini ajratib ko'rsatish zarur:

- soliq hisobining fiskal (xazinaga oid) funksiyasi;

- qayta taqsimlash funksiyasi;
- rag‘batlantirish funksiyasi;
- soliq hisobining nazorat funksiyasi;
- soliq hisoblash jarayonini axborot bilan ta‘minlash funksiyasi.

Lekin shuni ham alohida ta‘kidlab o‘tish joizki, soliqlarning funksiyalari to‘g‘risida iqtisodchilar o‘rtasida yagona kelishuv yo‘q. Amaliyotda asosan soliqlar xazina (fiskal) funksiyasini va ishlab chiqarishni rag‘batlantirish funksiyalarini bajaradi.

Endi soliqning o‘zi nima? degan savolga javob beradigan bo‘lsak, amaliyotda soliq deganda ba‘zi budjetga tushadigan pul yoki moliyaviy-majburiy to‘lov deb ta‘rif beriladi. Bu to‘liq bo‘lmagan, ilmiy asoslanmagan ta‘riflar. Axir budjetga pul soliqsiz ham tushishi va soliqsiz ham majburiy to‘lovlar borligi ko‘pchilikka ma‘lum-ku! Bizlar soliqlarga quyidagi ta‘rifni bergan bo‘lardik.

Soliqlar — *bu budjetga tushadigan pul, (iqtisodiy) va qonun bilan belgilangan majburiy munosabatlardir. Bu munosabatlar soliq to‘lovchilar (huquqiy va jismoniy shaxslar) bilan davlat o‘rtasidagi munosabatlarni ifoda etadi.*

Iqtisodiy mohiyatga qarab soliqlarni *bevosita* va *bilvosita* soliqlarga bo‘lish mumkin. Soliqlarning bevosita va bilvosita soliqlarga bo‘linishi va amaliyotda qo‘llanilish terminologiyasi XIII asrda ishlatila boshlangan.

Bevosita soliqlar — bu to‘lovchilarning mol-mulkiga yoki daromadiga solinadigan soliqlardir. Bunday soliqlarda huquqiy va haqiqiy soliq to‘lovchi bitta shaxs bo‘ladi. Ular o‘z navbatida real va shaxsiy soliqlarga bo‘linadi:

Real soliqlar — ular asosan XIX asrda keng qo‘llanila boshlangan. Unga yer, uy, hunarmandchilik, qimmatli qog‘ozlarga solinadigan soliqlarni kiritish mumkin.

Shaxsiy soliqlar — daromaddan olinadigan soliqlar, korporatsiya foydasiga solinadigan soliq, pul mablag‘laridan olinadigan soliq, kapital o‘shishiga soliq, foydaga solinadigan soliq, meros va xayriyadan mol-mulkka, jon boshiga solinadigan soliqlar.

Bilvosita soliqlar — korxonalar va tashkilotlar faoliyatining moliyaviy yakuniga bog‘liq bo‘lmaydi. Ular sotilayotgan tovarlar va xizmatlar oborotiga (bahosiga) ustama tarzda belgilanadi. Ular so‘zsiz tovar qiymati va xizmat summasini oshiradi va iste‘molni kamaytiradi. Bu soliqlar ba‘zan *iste‘mol soliqlari* deb ham ataladi. Bunday qaraganda, ularni go‘yo mahsulot sotuvchi yoki xizmat

ko'rsatuvchi to'layotganday bo'ladi. Aslida esa ularning haqiqiy to'lovchisi tovar va xizmatlarni iste'mol qiluvchilar bo'ladi.

Bilvosita soliqlar guruhiga *qo'shilgan qiymat solig'i, aksiz solig'i, konlardan foydalanganlik uchun soliq va bojxona bojlarini* kiritish mumkin.

Soliq stavkalari tavsifi bo'yicha *progressiv* (o'sib boruvchi), *proporsional* va *regressiv* turlarga bo'linadi.

Soliqlar budjetga o'tkazilish nuqtayi nazaridan *umumdavlat* va *mahalliy* soliqlarga bo'linadi. O'zbekistonda umumdavlat soliqlarining soni 7 ta va mahalliy soliqlar soni esa 8 tani tashkil etadi.

Yuqorida aytib o'tganimizdek, soliqlar davlat budjetining asosiy manbayi hisoblanadi, shuning uchun budjet loyihasi har yili qonun chiqaruvchi organ – Oliy Majlis tomonidan muhokama etiladi va qabul qilinadi.

Barcha davlat uchun Davlat moliyasidagi muhim muammo – *budget kamomadi* va *qarzi* masalasidir. Ular iqtisodiyot holatini aks ettiruvchi mezon hisoblanadi.

Budjet kamomadi bir yil ichida sarf qilingan budjet xarajatlari bilan budjet daromadlari o'rtasidagi farqdan iborat. Amaliyotda ko'pincha budjet xarajatlari budjet daromadlaridan ortiq bo'ladi.

Hukumat davlat budjetini qoplashning quyidagi an'anaviy usullaridan foydalanadi: *davlat qarzi; soliqlar miqdorini oshirish; qo'shimcha pul bosib chiqarish.*

Davlat qarzi – bu mamlakatda ma'lum davr ichida to'plangan budjet kamomadi bilan xuddi shu davrda mavjud bo'lgan budjetning musbat saldosi o'rtasidagi farqqa teng ko'rsatkichdir.

Davlat qarzi o'z navbatida tashqi va ichki qarzga bo'linadi:

Tashqi qarz – bu davlatning chet mamlakatlar, ularning tashkilotlari va alohida shaxslaridan olgan qarzi.

Ichki qarz – davlatning o'z aholisidan qarzi. U daromadlarni mamlakat ichida qayta taqsimlashga olib keladi.

Davlat qarzi ikki jihatdan xavfli hisoblanadi: *millatning bankrotlikka uchrash xavfi; qarzni to'lash majburiyatining kelgusi avlodlarga yuklatilishi.*

? **Takrorlash uchun savollar**

1. Budjet tizimi qanday shakllanadi?
2. Fiskal siyosat deganda nimani tushunasiz?
3. Budjetda nimalar o'z aksini topadi?
4. Davlat budjetining daromad qismi nimalardan tashkil topadi?

5. Davlat budjeti qaysi organ tomonidan tasdiqlanadi?
6. O‘zbekiston Respublikasining budget tizimi nechta bo‘g‘indan iborat?
7. Bevosita soliqlar o‘z navbatida qanday turlarga bo‘linadi?
8. Nima sababdan ba‘zan bilvosita soliqlar iste‘mol soliqlari deb ham ataladi?
9. Davlat budjetini qoplashning qanday usullarini bilasiz?

11. Iqtisodiy sikl. Inflatsiya, bandlilik

Iqtisodiy taraqqiyot doimiy tebranishlarga uchrab turadi — *pasayish, tanglilik* davrlari *iqtisodiy faollik* va *ko‘tarilish* bilan almashadi. Iqtisodiy o‘shishning davriylik xususiyati fan-texnika taraqqiyoti bilan bog‘liq. Shu tufayli asosiy fondlarning sakrash yo‘li bilan yangilanishi yuz beradi, yangi texnologik jarayonlar tatbiq etiladi, milliy daromad, iste‘mol, jamg‘arish va investitsiyalar (sarmoyalar) o‘rtasida o‘zaro bog‘liqlik o‘zgaradi. Iqtisodiy o‘shish holatida ishlab chiqarishning real hajmini vaqt-vaqti bilan bo‘lib turadigan bunday kengayishi yoki qisqarishi iqtisodiy davr deb ataladi. *Iqtisodiy davrlar davom etish muddatiga ko‘ra quyidagi turlarga bo‘linadi:*

— *qisqa* (3–4 yil) muddatli, tovar-moddiy zaxiralarning o‘zgarishi bilan asoslangan;

— *o‘rta* (7–8 yil) muddatli asosiy fondlar asbob-uskunalarni almashtirishi sifatidagi o‘zgarishlaridan kelib chiqadi;

— *Kuznes davri* (15–20 yil), qurilish davr nazariyasining asoschisi Amerika iqtisodchisi **Saymon Kuznes** nomi bilan atalgan. Bu davrlar turar joylari va ba‘zi ishlab chiqarish inshootlarining vaqt-vaqti bilan ommaviy ravishda yangilanishi bilan bog‘liq bo‘lgan tebranishlardir;

— uzun to‘lqinlar (50–60 yil), infrastrukturaning yangilanishi va tubdan yangi texnologik jarayonlarni kiritish bilan asoslanadi, u rus tadqiqotchisi **N.Kondratyev** nomi bilan nomlanadi.

Iqtisodiy davrni o‘rganish davlat tomonidan davriylikka qarshi qaratilgan chora-tadbirlarni amalga oshirish va barqaror iqtisodiy o‘shishni ta‘minlash uchun zarurdir.

Yalpi milliy mahsulot (YMM) va yalpi ichki mahsulot (YIM) aksariyat hollarda makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar hisoblanadi. Shu bilan birga, bir qator mamlakatlarda YIM ko‘rsatkichiga afzallik berilsa, boshqalarida YMM ko‘rsatkichlariga e‘tibor beriladi. *Masalan*, AQSHda asosiy umumlashtiruvchi ko‘rsatkich sifatida YMM ishlatiladi. U ma‘lum vaqt mobaynida (yil, chorak, oy)

mamlakatda yaratilgan barcha tayyor mahsulotlar va xizmatlarning bozor qiymatini aks ettiradi. Amaliyotda takror qo‘shib hisoblashni bartaraf etish uchun, ishlab chiqarish jarayonida yaratilgan barcha qo‘shilgan qiymatlar jamlanadi.

Makroiqtisodiyotning asosiy maqsadlaridan biri aholining yuksak darajada bandligini ta’minlashdir. Ishchi kuchi deganda mashhur iqtisodchi olim **P.A.Samuelson** ta’rificha, ish qidirmayotganlardan tashqari barcha ishlovchilar va ishlamoqchi bo‘lganlarni tushunamiz. Demak, bu tushunchaga ish bilan band bo‘lganlar ham, ishsizlar ham kiradi.

Ishsizlik yoki ishchi kuchlarining ish bilan band bo‘lmasligi ishlovchini ish joyiga majburan biriktirib qo‘yilmagan har qanday mamlakatda yuzaga keladi. Mehnat yoshidagi insonning eski ish joyidan mahrum bo‘lishiga va yangi ish joyini izlashiga ko‘plab sabablar mavjud. Ishsizlik bir necha turlarga *friksion*, *strukturaliy* va *davriy* ishsizlikka ajratiladi.

Friksion ishsizlik bu — ish qidirayotgan yoki yaqin vaqtlar ichida ish bilan ta’minlanishni kutayotgan ishchi kuchlaridir.

Strukturali ishsizlik — ishchi kuchi darhol yoki qisqa muddat ichida ish topa olmaydi. U malakasini o‘zgartirishi, qayta malaka oshirishi, ma’lumot olishi va shundan so‘nggina yangi kasb egallashi lozim. Friksion ishsizlikda tezda ish topilsa, strukturali ishsizlikda ko‘p vaqt, ya’ni qayta ma’lumot olish kerak bo‘ladi.

Davriy ishsizlik — ishlab chiqarish pasayishi natijasida ishchi kuchiga bo‘lgan talabning kamayishi oqibatidagi ishsizlikdir.

Narxlarning o‘shishi va u bilan bog‘liq pul birligi xarid quvvatining tushib ketishi *inflatsiya* deb ataladi. Bunday holat makroiqtisodiy beqarorlikni aks ettirib, barcha mamlakatlar uchun jiddiy muammolarni keltirib chiqaradi.

Inflatsiya asosan uch xil bo‘ladi:

O‘rmalovchi, evida bo‘ladigan inflatsiya. Bunda narx-navo sekin, o‘rmalagan holda orta boshlaydi, iqtisodiy o‘shish bo‘lib turadi, ishsizlik katta bo‘lmaydi, inflatsiya sur‘atlari 2—3% atrofida bo‘ladi.

Suzib yuruvchi inflatsiya. Bunda narx-navo tezroq o‘sa boshlaydi, iqtisodiy o‘shish sur‘atlari susayadi, ishsizlik ko‘paya boradi. Inflatsiya yiliga 8—12% atrofida bo‘ladi.

Yuguruvchi inflatsiya yoki giperinflatsiya. Bu haddan tashqari inflatsiya, narx-navoning shiddat bilan o‘shishi, pul qadrining g‘oyat tez pasayishi, pul topishga intilishning eng past darajaga kelishi bilan xarakterlanadi.

Odatda, inflatsiyani ikki xil *talab inflatsiyasi* va *taklif inflatsiyasiga* ajratadilar.

Iqtisodiyot talabning keskin oshib ketishi va uni ishlab chiqarishning real hajmi bilan qondirilishi mumkin emasligi paytida talab inflatsiyasi ro'y beradi. U vaqtda ortiqcha talab narxlarning oshishi kuzatiladi. Talab inflatsiyasini keltirib chiqaruvchi asosiy sabablar bo'lib, aholining ish bilan to'liq bandligi, ish haqining oshib borishi hisoblanadi.

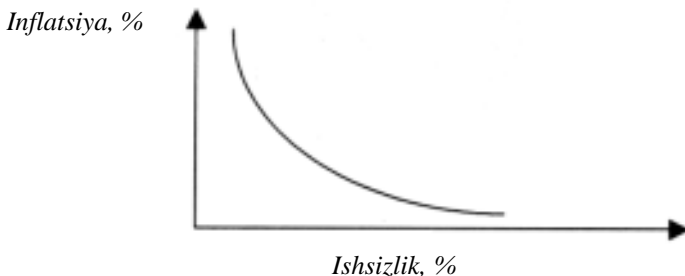
Agarda, iqtisodiyotda tovar va xizmatlar taklifi kamayib borsa va uning oqibatida narxlar ko'tarilsa, taklif inflatsiyasi paydo bo'ladi. Jami taklifning qisqarishining asosiy sababi bo'lib, mahsulot birligiga sarflangan xarajatlarning o'sishi hisoblanadi. Ya'ni nominal ish haqini, xomashyo va yoqilg'i narxlarning oshishi natijasida uning tannarxining o'sishi tushuniladi.

Amaliyotda talab va taklif inflatsiyasini bir-biridan ajratish juda murakkab, chunki narx va ish haqi o'sishining haqiqiy sabablarini aniqlash juda murakkab.

Inflatsiya asosan iqtisodiy tanglik bilan bir vaqtda yuz beradi. Demak, inflatsiyaning sababi iqtisodiyotda, aniqrog'i ishlab chiqarishning o'zida. Buni biz talab va taklif inflatsiyasi sabablarida ko'rib chiqdik.

Pullar harakati bilan bevosita bog'langan inflyasiya, iqtisodiyotning barcha sohalarida: ishlab chiqarishda, iste'molda, jamg'arishda, davlat moliyasida, investitsiyalashda va boshqalarda buzilish jarayonlarini keltirib chiqaradi. Shu sababli uning darajasini pasaytirishga qaratilgan chora-tadbirlar har bir mamlakatning iqtisodiy siyosatida muhim o'rin tutadi.

Ish haqi mehnat bozorida muvozanatni o'rnatuvchi vosita hisoblanadi va uning darajasini o'zgarishi ishsizlikka bevosita ta'sir ko'rsatadi. Bu ikki ko'rsatkich o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik ingliz iqtisodchisi **A.B.Filipps** tomonidan, Buyuk Britaniyaning 1862—1957-yillar ma'lumotlari asosida tadqiqot qilingan hamda grafikda *Fillips egri chizig'i* deb aks ettirilgan. Modomiki, ish haqi va narxlar o'zgarishining sur'atlari o'rtasida bir xil nisbat mavjud ekan, u holda Fillips egri chizig'i o'z mohiyatiga ko'ra inflatsiya va ishsizlik o'rtasidagi bog'liqlikni aks ettiradi, ya'ni inflatsiyaning o'sish sur'atida ishsizlikning past darajasi kuzatiladi va aksincha (4- chizma). Muhim makroiqtisodiy ko'rsatkichlar o'rtasida barqaror va oldindan ko'rish mumkin bo'lgan bog'liqlikni o'rnatish G'arb mamlakatlarining milliy iqtisodiyotini tartibga solish va istiqbolini belgilash imkonini berdi.



4- chizma. Filipps egri chizig‘i.

Lekin, 70-yillardan boshlab bunday bog‘liqlik buzildi va Filipps egri chizig‘i zamonaviylashtirildi — endi u o‘ng tomonga siljib, G‘arb mamlakatlarida vujudga kelgan real makroiqtisodiy vaziyatni aks ettira boshladi. Ya‘ni ishlab chiqarishning qisqarishi va ishsizlikning ko‘payishi narxlarning oshishi bilan kuzatiladi. Bu hodisa *stagflatsiya* deb atalib, ham inflatsiyaning, ham ishsizlikning o‘sishi bilan ifodalanadi.

Davlatning mehnat bozoriga ta‘sir etish choralari *Fillips modeli* bilan cheklanib qolmasdan, o‘ziga yana soliq, pul-kredit siyosatining keng ta‘sir etish choralari hamda mehnat munosabatlarini tartibga soluvchi qonuniy va me‘yoriy hujjatlarni ham qo‘shadi.

? **Takrorlash uchun savollar**

1. Iqtisodiy o‘shishning davriylik xususiyati nima bilan bog‘liq?
2. Iqtisodiy o‘shish davrlarini sanab o‘ting?
3. YMM va YIMga izoh bering?
4. Ishsizlik deganda nimani tushunasiz?
5. Ishsizlik qanday turlarga ajratiladi?
6. Inflatsiya deb nimaga aytiladi?
7. Talab inflatsiyasini keltirib chiqaruvchi asosiy sabablar nimalar hisoblanadi?
8. Filipps egri chizig‘i o‘z mohiyatiga ko‘ra nimalarni o‘zida aks ettiradi?

12. Makroiqtisodiyot muvozanati

Agarda biror bir kechayotgan jarayon mutanosibli, muvozanatli bo‘lsa, uni bir maromda faoliyat ko‘rsatayotgan organizm deb tushunamiz va aksincha, undagi har qanday chalg‘ish uning muqobilligining buzilishi deb qaraladi.

Iqtisodiy tizimlardagi bunday og‘ish tovarlar va xizmatlarning taqchilligini yoki ortiqcha ishlab chiqarilganligini, inflatsiya, ishsizlik va shularga o‘xshash salbiy hodisalar sifatida namoyon bo‘ladi. Ular iqtisodiyot samaradorligining pasayishiga va aholi turmush tarzining tushib ketishiga olib keladi. Shu sababli ham iqtisodiy muvozanat muammolarini tadqiq etish iqtisodiy nazariya va amaliyotning eng muhim vazifasi hisoblanadi.

Iqtisodiy muvozanat deganda nima tushuniladi va unga qanday vositalar bilan erishish mumkin?

Masalan, milliy iqtisodiyotni shartli ravishda barcha iste‘molchi va ishlab chiqaruvchi birliklarning o‘zaro bog‘liqligi sifatida ko‘z oldimizga keltirsak, unda muvozanat shunday holatki, ular o‘rtasida qarama-qarshilik bo‘lmaydi va resurslar, tovarlar va daromadlarning doiraviy aylanishi uzluksiz amalga oshiriladi. Boshqacha qilib aytganda, talab taklifga muvofiq keladi. Milliy darajadagi yoki makroiqtisodiy muvozanat pulda ifodalangan jami talab va jami taklifni, iqtisodiyotning pulli hamda moddiy mutanosibligining mos kelishini ko‘zda tutadi. Bu milliy xo‘jalikning yuksak holati bo‘lib, uni doimiy saqlab turish mumkin emas, lekin shunday holatga intilish zarur.

Jahon amaliyoti iqtisodiy muvozanatni o‘rnatishning ikki asosiy usuli yoki mexanizmini ishlab chiqqan va ular quyidagicha:

1. Narxlar talab va takliflarni tartibga solib turuvchi bir-birlariga bog‘liq bo‘lgan bozorlar yordamida (tovar va xizmatlar, kapital, ishchi kuchi bozorlari).

2. Moddiy, mehnat va moliyaviy balanslar tuzish yo‘li bilan kelajakka talab va taklifning hajmlarini, shuningdek narxlarning o‘zini ham o‘rnatuvchi davlat rejalarini yordamida.

Aralash iqtisodiyotli mamlakatlarda makroiqtisodiy muvozanat o‘rnatishning asosiy usuli bozor hisoblanadi, shu bilan birga davlat ham bu jarayonda sezilarli rol o‘ynaydi. U ma‘muriy-huquqiy va iqtisodiy aralashuv choralaridan foydalanib, jami talab va jami taklifning o‘zgarishiga va shu orqali makroiqtisodiy muvozanatga taklifning o‘zgarishiga hamda muvozanatga ham bevosita yoki bilvosita ta‘ir etadi.

Iqtisodiy muvozanatlik darajasini aniqlashda, asosan, ikkita o‘zaro bog‘liq usuldan foydalaniladi:

1. Yalpi sarflar va ishlab chiqarish hajmini taqqoslash usuli;
2. Jamg‘arma va investitsiyalarni taqqoslash usuli.

Investitsion sarflarning ko‘payishi, ishlab chiqarish hajmi va daromad darajasining o‘sishiga olib keladi. Bu o‘zaro natija *multi-*

plikator samarasi deyiladi. Multiplikator samarasi — bu sof milliy mahsulotdagi o‘zgarishning sarflardagi (investitsiyalardagi) o‘zgarishga nisbatidir.

Multiplikator samarasi = Real SMM dagi o‘zgarish.

Investitsion sarflardagi o‘zgarish.

SMM dagi o‘zgarish = Multiplikator x Investitsiyalardagi o‘zgarish.

Investitsion sarflardagi o‘zgarishdan tashqari iste’mol, davlat xaridi yoki eksportdagi o‘zgarishlar ham multiplikator samarasiga ta’sir ko‘rsatadi.

Multiplikator samarasi ikkita holatga asoslanadi. *Birinchi*dan, iqtisodiyotda bir subyekt tomonidan qilingan sarf, boshqasi tomonidan daromad shaklida olinadi. *Ikkinchi*dan, daromaddagi har qanday o‘zgarish iste’mol va jamg‘arishda xuddi shunday yo‘nalishda o‘zgarish bo‘lishiga olib keladi.

Iqtisodiyotni barqarorlashtirish yirik islohotlarni amalga oshirayotgan barcha mamlakatlarda eng dolzarb va qiyin hal qilinadigan vazifadir. Shuning uchun bu mamlakatlarda islohotlarning *birinchi bosqichi* — bu makroiqtisodiy barqarorlashtirish bosqichidir.

Nazariya va jahon amaliyotida barqarorlashtirish siyosatini amalga oshirishning *ikki asosiy yondoshuvi* ishlab chiqilgan:

1. Monetar.

2. Tarkibiy (strukturaviy).

Monetar yondoshuv tarafdorlari iqtisodiy o‘shishning eng muhim sharti inflatsiyani daf etish va pulni sog‘lomlashtirish, pulni xo‘jalik muammosi vositasiga aylantirish deb qaraydilar. Ularning fikricha, davlatning iqtisodiyotga aralashishi inflatsiyaning kuchayib ketishiga sabab bo‘ladi, shu boisdan uning iqtisodiy faoliyati pul muammolarini tartibga solish bilan cheklanishi kerak.

Monetaristlar iqtisodiy harakatdagi bosh masala ishlab chiqarish va pul massasining tengligiga erishish va shu orqali makroiqtisodiy muvozanat hosil etish mumkin deb hisoblaydilar.

Ular bunday bog‘lanishni ayirboshlash tenglamasi bilan ifoda etadilar:

$$ND \cdot IH = PM \cdot PT.$$

Bu yerda,

ND — narx darajasi;

IH — ishlab chiqarish hajmi;

PM — pul massasi;

PT — pul birligining aylanma tezligi.

Bu tenglik bozor iqtisodiyotidagi eng muhim muvozanat, uning buzilishi iqtisodiy tanglikni hosil qiladi, deb qayd etiladi. *Shunga asoslangan monetaristlar quyidagi bog‘lanishni asoslashga intiladilar:*

- Narx pul miqdoriga bog‘liq.
- Narx talab va taklifni muvofiqlashtirish orqali iqtisodiyotni o‘z-o‘zidan tartibga soladi.

- Talab va taklif muvozanati boshqa muvozanatlarni ta‘minlaydi.

Demak, iqtisodiyotni tartibga solish uchun muomaladagi pul miqdorini o‘zgartirib, uni normal holga keltirish zarur, bu ishni Markaziy bank amalga oshirishi lozim.

Monetarizm nazariyasi namoyondalaridan farqli ravishda tarkibiy barqarorlashtirish tarafdorlari inflatsiyani butun inqiroziy voqealarning bosh sababchisi deb hisoblamaydilar. Shuning uchun ularning takliflari ishlab chiqarishni rag‘batlantirish yordamida narxlar o‘shining oldini olishga qaratilgan. Bunda ular davlat tomonidan tartibga solish usullariga muhim ahamiyat beradilar.

O‘zbekiston barqarorlashtirish siyosatini amalga oshirishda asosan ikkinchi, vazminlik bilan yondoshish yo‘lini tutmoqda. Chunki, bunday yondoshish islohotlar umumstrategiyasiga ko‘proq muvofiqdir. Bu to‘g‘rida mamlakatimizda qabul qilingan dasturiy hujjatlar va bozor muvozanatiga erishish yo‘lidagi amaliy qadamlar guvohlik beradi.

? Takrorlash uchun savollar

1. Iqtisodiy muvozanat deganda nima tushuniladi?
2. Jahon amaliyotida iqtisodiy muvozanat o‘rnatishning qanday asosiy usullari mavjud?
3. Iqtisodiy muvozanatlik darajasini aniqlashda qanaqa o‘zaro usullardan foydalaniladi?
4. Multiplikator samarasini tushuntirib bering?
5. O‘zbekiston barqarorlashtirish siyosatini amalga oshirishda qanday yondoshish yo‘lini tutmoqda.

13. Xalqaro savdo. Valuta kurslari va tizimlari

Ko‘p davlatlarning tadbirkorlari xorijiy raqiblarning o‘z milliy bozorlariga kirib kelishiga yo‘l qo‘ymaslik uchun kuchlarini ayamaydilar. Ularning maqsadi ravshan, chunki xorijiy raqobat xotirjamlikka yo‘l qo‘ymaydi, ishlab chiqarishni muntazam yangilashga majbur qiladi.

Shuning uchun ham ba'zi davlatlar o'zining tadbirkorlarini xorijiy tadbirkorlardan himoya qilish maqsadida *proteksionizm* (lotincha „*ptotectio*“ — himoya, homiy so'zlarini anglatadi) siyosatini olib boradi. Bu ichki bozorni xorijiy raqobatdan himoya qilish strategiyasidir. Odatda bu, strategiyada eksport uchun mahsulot ishlab chiqarishni rag'batlantirish, import mahsulotlar o'rnini qisman qoplash bilan qo'shib olib boriladi.

Proteksionizm — mamlakat tadbirkorlari uchun alohida imtiyozli sharoit yaratishdir, bunday sharoit milliy iqtisodiyotga turli oqibatlar keltirishi mumkin.

Bir tomondan, importning cheklab qo'yilishi iste'molchilarga va umuman, mamlakatga zarar yetkazadi, chunki xalqaro mehnat taqsimoti afzalliklaridan foydalanilmaydi. *Ikkinchi tomondan*, mahalliy tadbirkor uchun xorijiy raqobatchilarga qarshi proteksionistik tarzda „homiylik“ choralari milliy kompaniyalar va firmalar qaddini rostlayotgan paytda juda zarur. Bu choralar xo'jalik yuritishning yangi shakllariga omon qolib, kuch to'plash imkonini beradi. Lekin shuni ham aytib o'tish joizki, proteksionizm milliy iqtisodiyotga salbiy oqibatlar keltirishi ham mumkin. „Homiylik“ sharoiti texnologiyasi eskirgan ishlab chiqarishning saqlanib qolishiga (monopoliya — yakkahokimlik samarasi) olib kelishi mumkin.

Proteksionizm siyosati rivojlanayotgan mamlakatlarda, ayniqsa, mashhur bo'ladi. Ular tarkibiy o'zgarishlarni amalga oshirish, import o'rnini qoplash maqsadida milliy sanoatni qo'llab-quvvatlash uchun proteksionizm siyosatidan foydalanadi.

Jahon xo'jaligida valuta munosabatlari ham muhim o'rin egallaydi. Chunki jahon miqyosida yangi to'lov vositasi bo'lmasa xo'jalik aloqalarini yuritish mushkul ish bo'lgan bo'lardi. Bu vazifani *jahon puli* bajaradi. Hozirgi davrda shunday pul tarzida AQSH dollari qabul qilingan. Milliy valutarlar kursi bir-biriga va AQSH dollariga qiyoslanib, ularning qiymat nisbati aniqlanganda valuta munosabati paydo bo'ladi.

Davlatlararo hisob-kitobda yagona valuta yuritilishi uchun aniq belgilangan valuta kursi talab qilinadi. Valuta kursi barqaror bo'lishi zarur. Shu boisdan, xalqaro aloqalarda *suzib yuruvchi* (tebranuvchi) *valuta kursi* ma'qul topilgan. Bu ma'lum chegara doirasidagina o'zgarib turadigan valuta kursi bo'lib uni *me'yoriy* deb atash mumkin. Mazkur kurs uning quyi va yuqori chegarasi doirasida o'zgarib turadi. U keskin o'zgarmaganidan hisob-kitob ishlarini o'tkazishga xizmat qiladi.

Har qanday valuta tizimining eng muhim tarkibiy qismlaridan biri valyuta kursi hisoblanadi. Valuta kursi bir mamlakat valutasining boshqa mamlakat valutasida ifodalanishini ko'rsatadi. Valuta kursini o'rnatish *kotirovkalash* deb ataladi. U *to'g'ri* va *teskari* kotirovkalashga ajratiladi. Agar xorijiy valuta birligining narxi milliy valutada ko'rsatilsa, bunga to'g'ri kotirovkalash deyiladi. *Masalan*, 1 AQSH dollari 1000 so'mga va h.k. Teskari kotirovkalashda milliy valutaning bir-birligiga to'g'ri keladigan xorijiy valutaning miqdori o'rnatiladi. *Masalan*, 1 o'zbek so'mi 200 turk lirasiga to'g'ri keladi va hokazo. Jahonning ko'p mamlakatlarida, shu jumladan, O'zbekistonda ham to'g'ri kotirovkalash qabul qilingan.

Valuta bozoridagi talab va taklifni solishtirish natijasida valutaning bahosi yoki kursi aniqlanadi. Shu bilan birga, turli pul birliklari uchun valuta kurslarini o'rnatish jarayonida bozor kuchlarining ta'sir etish darajasi bir xil emas. Bu ta'sir kuchiga bog'liq holda kurslari erkin suzib yuruvchi, cheklangan suzib yuruvchi va qayd etilgan kurslariga ajratiladi.

Valuta kursi tovarlar, xizmatlar, kapital va ishchi kuchlarining mamlakatlararo harakatini o'ziga xos boshqarib turuvchisi hisoblanib, uning o'zgarib turishi mamlakatning tashqi iqtisodiy oborotiga hamda butun makroiqtisodiy vaziyatga kuchli ta'sir qiladi.

Bu ta'sirni shunday vaziyat misolida ko'rib chiqish mumkin. *Masalan*, o'zbek so'mining kursi 1 Rossiya rubliga nisbatan 22,2 so'mdan 30 so'mgacha pasaygan bo'lsin, ya'ni so'm Rossiya rubliga nisbatan arzonlashgan va aksincha, rubl so'mga nisbatan qimmatlashgan bo'lsin. Bunday holatda mamlakatimizda ishlab chiqarilgan 2220 so'mlik qiymatga ega bo'lgan tovar Rossiya bozorida arzonlashib boradi va endi bu tovar 100 Rossiya rubliga (2220:22,2S S1) emas, balki 74 rubl turadi (2220:30S1). Natijada, tovarning raqobatga chidamligi orta boradi va unga bo'lgan talab oshadi, eksport rag'batlantiriladi. Biroq milliy valutani Rossiyaga chiqarish O'zbekiston uchun foydali bo'lmay qoladi. Rossiyada ishlab chiqarilgan 2 rublik mahsulot endi o'zbek so'mi kursining pasayishini va Rossiya rubli kursining qimmatlashuvi natijasida o'zbek bozorida 44,4 so'm (2 S 22,2 :1) emas, balki 60 so'm (2 S 10 : 1) turadi. Ko'rinib turibdiki, mahsulot narxi qimmatlashadi va shu sababli uni olib kelish (import) qisqarib boradi. Va aksincha, o'zbek so'mining kursi oshib borishi Rossiyadan tovar olib kelish va kapitalni chetga chiqarishda foydali bo'ladi.

Shunday qilib, milliy valuta kursining pasayishi bilan narxlar ham pasayadi va jahon bozorida mamlakatda ishlab chiqarilgan

tovarlarning raqobatbardoshligi ko'tarildi, eksport va chet el kapitalining oqib kelishi rag'batlantiriladi. Va aksincha, valutaning ko'tarilgan kursida mamlakat uchun import va kapitalni chetga chiqarish foydaliroq bo'lib qoladi.

Mamlakatning ma'lum bir vaqt davomidagi barcha xalqaro iqtisodiy faoliyati, shu jumladan, tashqi savdo, kapital va ishchi kuchi migratsiyasi ham uning to'lov balansida o'z aksini topadi. Modomiki, har qanday tashqi iqtisodiy bitim valutilarni ayirboshlash bilan kuzatiladigan oldi-sotdi jarayoni hisoblanar ekan, pirovard hisobda mamlakatning jahon bozoridagi faoliyatining natijalari xorijiy valutaning tushumlari va xarajatlarida ifodalanadi. Bir tomondan xorijdan tushadigan barcha tushumlarni, boshqa tomonidan — mamlakatning xorijga barcha to'lovlarini ko'rsatuvchi hujjatga *to'lov balansi* deb ataladi. Mamlakat to'lov balansining tushumlarni (kredit „+“ belgi) faqat eksport orqali, ya'ni milliy tovarlarni xorijiy valutaga ayirboshlaganda ta'minlash mumkin. Uning xarajat qismi, aksincha, xorijiy tovarlarni sotib olish yoki import bilan bog'liq xorijiy valutadagi xarajatlari (debet „-“ belgi) ifodalaydi. Bunda tovar deganda ayirboshlashning har qanday obykti: moddiy mahsulotlar, xizmatlar, ishchi kuchi, kapital va valutaning o'zi tushuniladi. O'z navbatida tashqi iqtisodiy operatsiyalar ikki katta guruhga bo'linadi: *joriy operatsiyalar va kapital harakati bilan bog'liq operatsiyalar*.

Joriy operatsiyalarning asosiy moddasi tovarlar eksporti va importi hisoblanadi, ular o'rtasidagi farq *tashqi savdo balansining qoldig'i* deb ataladi.

Investitsiyalash va kreditlash bilan bog'liq operatsiyalar to'lov balansining keyingi bo'limida — kapitallar harakati hisobida aks ettiriladi. Savdo balansidagi taqchillik bilan bog'liq bo'lgan aktivlarni sotish yoki ular eksporti valutilar oqib kelishini ta'minlaydi va bu *kapitalni mamlakatga olib kelishini* bildiradi.

Va aksincha, import yoki boshqa mamlakatlardan aktivlarni sotib olish, valuta xarajatlari bilan bog'liq bo'lib, kapitalning mamlakatdan chiqib ketishini bildiradi.

To'lov balansi mamlakatning tashqi dunyo bilan o'zaro hisob-kitoblarining ahvolini ifodalalar ekan, davlat uning mutanosib holda bo'lishidan manfaatdordir. Bunday mutanosiblikka qisqa muddat ichida valuta kursini o'zgartirish hisobiga erishish mumkin.

Valuta — bu mamlakatlar pul birligi (masalan, so'm, dollar, funt sterling va h.k.). Har bir milliy bozor o'zining milliy valuta tizimiga ega bo'ladi. Bunda milliy va xalqaro valuta tizimini farqlash zarur.

? Takrorlash uchun savollar

1. Proteksionizm siyosatining mohiyatini tushuntirib bering?
2. Kotirovkalash deb nimaga aytiladi?
3. Valuta kursi qanday aniqlanadi?
4. Milliy valuta kursining pasayishi nimaga olib keladi?
5. Tashqi iqtisodiy operatsiyalar nechta katta guruhga bo'linadi?
6. Valuta nima?

Mavzularni o'zlashtirishni nazorat qilish uchun test savollari

1. Pul:

- A) barcha boshqa tovarlar singari o'zining qiymatiga ega;
- B) barcha boshqa tovarlar uchun umumiy ekvivalent vazifasini bajaradi;
- C) barcha tovarlarni xarid etish vositasi bo'lib xizmat qiladi;
- D) noto'g'ri javob yo'q.

2. Qiymatni o'zida ifodalashga ko'ra pullar nechta turga bo'linadi?

- A) 5 ta;
- B) 4 ta;
- C) 2 ta;
- D) 3 ta.

3. O'zbekistonda milliy valuta „so'm“ning muomalaga chiqarilishi:

- A) 1993-yil 1-iyuldan;
- B) 1994-yil 1-iyuldan;
- C) 1995-yil 1-iyundan;
- D) 1996-yil 1-iyundan;
- E) 1993-yil 1-noyabrdan.

4. O'zbekiston Respublikasida nechta pog'onali bank tizimini jahon tajribasida qabul qilingan tamoyillarga muvofiq shakllantirish ko'zda tutilgan.

- A) 2 pog'onali;
- B) 3 pog'onali;
- C) 1 pog'onali;
- D) 4 pog'onali;
- E) 5 pog'onali.

5. *O‘zbekistonda bank tizimini tashkil qilishning ikkinchi bosqichi nechanchi yildan keyingi davrni o‘z ichiga oladi.*

- A) 1991- yildan;
- B) 1994- yildan;
- C) 1996- yildan;
- D) 1998- yildan;
- E) 2001- yildan.

6. *Fiskal siyosat — bu:*

- A) iqtisodiy siyosatning ajralmas qismi bo‘lib, soliq-pul siyosati deb ham yuritiladi;
- B) ijtimoiy-iqtisodiy siyosatning ajralmas qismi bo‘lib, soliq budjeti deb yuritiladi;
- C) moliyaviy siyosatning ajralmas qismi bo‘lib, soliq budjet siyosati deb ham yuritiladi;
- D) to‘g‘ri javob yo‘q.

7. *O‘zbekiston Respublikasining budjet tizimi nechta bo‘g‘indan iborat?*

- A) 5 ta;
- B) 4 ta;
- C) 3 ta;
- D) 2 ta;
- E) 1 ta.

8. *O‘zbekiston Respublikasining „Korxonalar, birlashmalar va tashkilotlar soliqlari to‘g‘risida“gi qonunida soliqqa tortishning nechta tamoyili ko‘rsatilgan?*

- A) 2 ta;
- B) 4 ta;
- C) 3 ta;
- D) 5 ta;
- E) 6 ta.

9. *Soliqlar — bu:*

- A) davlat budjetiga tushadigan va qonun bilan belgilangan majburiy munosabatlardir;
- B) budjetga tushadigan pul (iqtisodiy) va qonun bilan belgilangan majburiy munosabatlardir;
- C) mahalliy budjetga tushadigan pul (iqtisodiy) va qonun bilan belgilangan majburiy munosabatlardir;

- D) korxonalar va fuqarolardan olinadigan majburiy to'lov;
- E) to'g'ri javob yo'q.

10. *Bevosita soliqlar o'z navbatida:*

- A) to'g'ri va egri soliqlarga bo'linadi;
- B) real va umumiy soliqlarga bo'linadi;
- C) real va shaxsiy soliqlarga bo'linadi;
- D) davlat va mahalliy soliqlarga bo'linadi;
- E) to'g'ri javob yo'q.

11. *Bilvosita soliq:*

- A) korxonalar va tashkilotlar faoliyatining moliyaviy yakuniga bog'liq bo'lmaydi;
- B) korxonalar va tashkilotlar faoliyatining moliyaviy yakuniga bog'liq bo'ladi;
- C) fuqarolar daromadiga bog'liq bo'ladi;
- D) korxonalar va tashkilot daromadiga bog'liq bo'ladi.

12. *Soliq stavkalari tavsifi bo'yicha:*

- A) proporsional va regressiv turlarga bo'linadi;
- B) progressiv va proporsional turlarga bo'linadi;
- C) regressiv va progressiv turlarga bo'linadi;
- D) progressiv, proporsional va regressiv turlarga bo'linadi.

13. *Inflatsiya deganda:*

- A) muomalada keragidan ortiqcha pulning paydo bo'lishi tushuniladi;
- B) narx-navo o'sib ketishi tushuniladi;
- C) pulning qadrsizlanishi, obro'sizlanishi tushuniladi;
- D) pulning qadr-qiyamati va xarid qobiliyatining pasayishi tushuniladi;
- E) noto'g'ri javob yo'q.

14. *Inflatsiya asosan necha xil bo'ladi?*

- A) 5 xil;
- B) 4 xil;
- C) 3 xil;
- D) 2 xil;
- E) to'g'ri javob yo'q.

15. *Ishsizlik qanaqa turlarga ajratiladi:*

- A) strukturali va davriy;
- B) strukturali va friksion;
- C) friksion, strukturaviy va davriy;
- D) davriy va friksion;
- E) to'g'ri javob yo'q.

16. *Filipps egri chizig'i o'z mohiyatiga ko'ra:*

- A) inflatsiya va ishsizlik o'rtasidagi bog'liqlikni aks ettiradi;
- B) bandlik va ishsizlik o'rtasidagi bog'liqlikni aks ettiradi;
- C) daromad va xarajat o'rtasidagi bog'liqlikni aks ettiradi;
- D) ish haqi soliqlar o'rtasidagi bog'liqlikni aks ettiradi;
- E) to'g'ri javob yo'q.

17. *Ishlab chiqarishning qisqarishi va ishsizlikning ko'payishi hamda narxlarning oshishi nima deb ataladi?*

- A) devalvatsiya;
- B) inflatsiya;
- C) demonsipatsiya;
- D) stagflatsiya;
- E) barchasi to'g'ri.

18. *Jahon amaliyoti iqtisodiy muvozanatni o'rnatishning nechta asosiy usuli yoki mexanizmini ishlab chiqqan?*

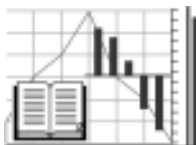
- A) 3 ta;
- B) 2 ta;
- C) 1 ta;
- D) 4 ta;
- E) barcha javoblar noto'g'ri.

19. *Iqtisodiy o'sishning eng muhim sharti inflasiyani daf etish va pulni sog'lomlashtirish, pulni xo'jalik muammosi vositasiga aylantirish deb qaraydilar.*

- A) metallik nazariyasi namoyondalari;
- B) keyneschilar;
- C) monetaristlar;
- D) multiplikatorlar;
- E) noto'g'ri javob yo'q.

20. *Bir mamlakat valutasining boshqa mamlakat valutasidagi ifodalanishini ko'rsating.*

- A) birja kursi deyiladi;
- B) birja kotirovkasi deyiladi;
- C) valuta kursi deyiladi;
- D) konvertatsiya deyiladi;
- E) to'g'ri javob yo'q.



III bo‘lim

TADBIRKORLIK ASOSLARI

14. „Tadbirkorlik“ tushunchasi va uning mohiyati

„Tadbirkorlik“ tushunchasini ko‘pincha „biznes“ tushunchasi bilan bog‘lashadi. Lekin ularning mazmuni bir-biriga yaqin bo‘lsa-da, aynan bir xil emas. „Biznes“ tushunchasi „tadbirkor“dan ancha keng ma‘noga ega deb qaraladi. G‘arb davlatlarining bozor iqtisodiyoti haqidagi adabiyotlarida, biznes – jamiyatning talab va xohishlarini qondirishga qaratilgan ishlab chiqarish tizimi, deb tushuntiriladi.

Biznes bozor iqtisodiyotining barcha ishtirokchilari orasidagi munosabatlarni qamrab oladi va faqat ishbilarmonlarning emas, balki iste‘molchilarning, yollangan ishchilarning, davlat tizimi xizmatchilarining ham xatti-harakatlarini o‘z ichiga oladi. Bu holatda, biznes so‘zining sinonimlari bo‘lib: *tijorat, savdo, tarmoq, firma, faollik, korchalon*, ya‘ni o‘zini hammadan bilimdon deb hisoblovchi *bilarmon, mahmadona, ishbilarmon, epchil*.

Umumiy ko‘rinishda biznes – bu kishining bozor munosabatlari tizimidagi ishchanlik faolligidir.

Tadbirkorlik faoliyati biznesning bir shakli sifatida namoyon bo‘ladi va uning turli sohalarida amalga oshiriladi. „**Tadbirkorlik to‘g‘risida**“gi qonunga asosan tadbirkorlik – fuqarolarning foyda yoki shaxsiy daromad olishga yo‘naltirilgan mustaqil, tashabbuskor faoliyati bo‘lib, u fuqaroning o‘z nomidan, o‘zining yoki yuridik shaxsning (korxonaning) mulkiy javobgarligi asosida amalga oshiriladi.

Tadbirkorlik faoliyati – bu, eng avvalo, qo‘lidagi ozmi-ko‘pmi boyligidan biznes bilan shug‘ullanish uchun foydalanadigan faol va tashabbuskor kishining intellektual faoliyati. Aynan u – „dinamizm“, „dadillik“, „tashabbus“ kabi tushunchalar bilan qo‘shilib ketuvchi ishbilarmonlik kabi samarali g‘oyalarni ro‘yobga chiqaradi. Agar tadbirkorlik vazifasining mohiyati ishlab chiqarishni isloh qilishdan iborat bo‘lsa, tadbirkorlik faoliyatining mazmuni mahsulotni tayyorlash imkoniyatining ochilishi va undan amalda foydalanishi, texnologiyaning qo‘llanilishi, yangi xomashyo

manbalarining ishlatilishi va yangi bozorlarning topilishi, ishlab chiqarishning qayta tashkil qilinishi va hokazo tufayli ishlab chiqarish va muomala omillarining yangi uyg'unliklarini amalga oshirishdan iborat bo'ladi. Tadbirkorlikning sinonimlari: *mashaqqatli mehnat, uddaburonlik, mohirlik, bilimdonlik, tashabbuskorlik*.

Umuman, tadbirkorlik va biznes tushunchalari o'rtasidagi farqlarni quyidagi jadval orqali ko'rsatish mumkin.

4- jadval

Tadbirkorlikning biznesdan farqi

Tadbirkorlik	Biznes
1) tashabbuskorlik, uddaburonlik, epchillik, ijodiy faoliyatda izlanuvchanlik 2) o'z g'oyasiga ega kishi 3) boshlang'ich kapitalga ega bo'lmisligi ham mumkin 4) tavakkalga moyil, ijodkor kishi 5) tadbirkorlik foydasini olish 6) hayotda kamdan kam uchraydi	1) faoliyatni tiklashga, erishgan yutuqni mustahkamlashga intilish 2) foyda keltiruvchi faoliyatga ega kishi 3) kapitalga ega kishi 4) barqarorlikka intiluvchi, fikrlash va xatti-harakatida konservator, menejer mahorati bor kishi 5) kapital daromadini olish 6) hayotda tez-tez uchraydi

Amerikalik mashhur tadbirkor Genri Ford quyidagi fikrni takrorlashni ma'qul ko'rgan: „*Haqiqiy tadbirkor — bu o'zining mustaqil g'oyasiga ega bo'lgan kishidir*“. Olimlarning ta'kidlashicha, dunyodagi tadbirkorlarning taxminan 15 – 20 foizigina tadbirkorlik tafakkuriga va harakatiga ega. Amerikaliklar esa tadbirkorlarni millatning „*oltin fondi*“ deb hisoblashadi. Va, shu bois ham ular jamiyatda tadbirkorlik ruhining so'nmasligi uchun hamma narsani qilishadi.

Garchi tadbirkorlik va biznes tushunchalari o'rtasida nazariy jihatdan farq bo'lsa-da, biroq kundalik hayotda biznes bilan shug'ullanuvchi barcha kishilarni tadbirkor (ishbilarmon) lar deb atash qabul qilingan.

Shu nuqtayi nazardan:

Tadbirkorlik biznesning eng asosiy elementidir. *Tadbirkorlik biznesi — bu mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmatlar ko'rsatish orqali daromad topishni ko'zlovchi faoliyatdir.*

Shunday qilib, tadbirkor to'la yoki qisman moddiy mablag'iga yoki moliyaviy resurslarga ega bo'lgan g'ayratli inson bo'lib, u ushbu resurslarni o'z ishini (biznesini) tashkil qilish uchun ishga soladi. Uning tomonidan bunyod etilgan firma (tashkilot, shirkat, korxon) davlatimizdagi taraqqiy etayotgan kichik biznesning bir qismiga aylanadi.

Tadbirkorlik faoliyatini olib borish uchun, albatta, mulk egasi bo'lishi shart emas, u zarur vositalarni ijaraga olishi, ssuda olishi va ishni yuritishi mumkin.

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

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chiqarishda foydalaniladigan mulk va boshqa boyliklar tadbirkorlik faoliyatisiz o'zini iqtisodiy jihatdan to'la namoyon qilmaydi va shubhasiz, tovar ishlab chiqaruvchilarga yetarlicha daromad keltirmaydi.

Tadbirkorlik faoliyatining quyidagi shakllari mavjud:

– xususiy tadbirkorlik jismoniy yoki yuridik shaxslar (korxon) tomonidan amalda o'zining shaxsiy (xususiy) mulki asosida tashkil qilinadi;

– jamoa tadbirkorligi – fuqarolar guruhining jamlanma mulki asosida tashkil qilinadi;

– aralash tadbirkorlik – bitta (yoki bir necha) yuridik shaxslar mulkini birlashtirish asosida tashkil qilinadi;

– qo'shma tadbirkorlik – ikki yoki undan ortiq yuridik shaxslar (shu jumladan, chet el korxonalari) mulkini birlashtirish yo'li bilan tashkil qilinadi;

– shartnomaviy tadbirkorlik – mulk egasi bo'lmagan korxon rahbari (yoki boshqa mas'ul lavozimdagi xodim – menejer) tomonidan shartnoma asosida amalga oshiriladi. Bunda mulk egasi yoki uning ishonchli vakili (idorasi) tomonidan ishlab chiqarishni uyushtirish va boshqarish bo'yicha belgilangan huquq, majburiyatlar va javobgarlik ishga olingan tomonga, ya'ni korxon rahbari yoki boshqa mas'ul lavozimdagi xodimga yuklanadi;

– korxon rahbari (yoki menejer) xuddi ishbilarmon fuqaroga mos tartibda ro'yxatga olinadi va u kabi mas'uliyatga ega bo'ladi.

Hissadorlik jamiyati. Ochiq va yopiq turdagi hissadorlik jamiyati.

Hissadorlik (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 aksiyador uchun uning hissasi haqidagi hujjat hisoblanadi.

Jamiyat omonatchi — aksionerlar oldidagi majburiyati, aksiya uchun to‘langan pul miqdori, ya’ni jamoat kapitaliga kiritilgan hissasi bilan cheklanadi. Jamiyat majburiyati bo‘yicha faqat jamiyatning o‘zi va o‘z mulki bilan javob beradi. U ochiq yoki yopiq bo‘lishi mumkin.

Hissadorlik jamiyati — bu biznesning ko‘proq demokratik shaklidir, chunki bevosita yoki obuna bo‘lish yo‘li bilan aksiya sotib olish va korxonada mulk egasi bo‘lishga istalgan inson erishishi mumkin.

Hissadorlik jamiyati shunday xo‘jalik jamiyatiki, uning nizom fondi jamiyatning nominal qiymatini ma’lum aksiyalar soniga taqsimlagan bo‘ladi va mazkur fond ushbu aksiyalarni sotishi orqali shakllanadi. *Hissadorlik jamiyatlari*:

— agar uning aksiyalari ochiq yoki obuna bo‘lish yo‘li bilan sotilsa, qimmatbaho qog‘ozlar bozorida qonundan tashqari hech kim tomonidan cheklanmay, erkin savdo-sotiq qilinsa — *ochiq hissadorlik jamiyati* deb ataladi;

— agar uning aksiyalarining qimmatbaho qog‘ozlar bozorida muomalada bo‘lishi jamiyat nizomiga binoan man etilgan yoki cheklangan bo‘lsa va u, faqat nomlangan (egasi yozilgan) aksiyalar chiqarsa — *yopiq hissadorlik jamiyati* deb ataladi.

Har ikkala hissadorlik jamiyati nizom kapitalining eng kichik miqdori, davlat qonuni hujjatlaridan tashqari hech narsa bilan cheklanmaydi.

Ochiq hissadorlik jamiyatini boshqa turdagi jamiyatlarga aylantirish mumkin emas. Yopiq hissadorlik jamiyati esa o‘z aksiyalariga ochiq obuna o‘tkazish yoki ularni fond bozoriga sotish uchun chiqarish yo‘li bilan ochiq hissadorlik jamiyatiga aylantirilishi mumkin. Boshqa turdagi jamoa korxonalari va shirkat xo‘jaligi o‘z aksiyalarini chiqarish yo‘li bilan ikkala turdagi hissadorlik jamiyatlariga ham aylantirilishi mumkin.

? Takrorlash uchun savollar

1. Tadbirkorlik va biznes tushunchalarining farqini tushuntirib bering.
2. Biznesning mohiyatini tushuntirib bering.
3. Tadbirkorlik faoliyatini tushuntirib bering.
4. Amerikaliklar tadbirkorlarni nima deb atashadi?
5. Tadbirkorlik faoliyatining qanday shakllari mavjud?
6. Hissadorlik jamiyati deganda nimani tushunasiz?

15. Kichik va o'rtta biznesni tashkil etish

Kichik biznesda faoliyat olib borish tadbirkorlik shakllaridan biri bo'lib, bu tushuncha bizning iqtisodiy atamalarimizda yaqinda paydo bo'ldi. Respublikamizda kichik va o'rtta biznes munosabatlari izchillik bilan rivojlanib kelmoqda. Vaholanki, u rivojlangan xorijiy mamlakatlarda allaqachon o'z o'rnini topgan va iqtisodiyotda muhim o'rinni egallaydi.

Kichik va o'rtta biznes korxonalari o'z faoliyatlarini tor ishlab chiqarish dasturlariga, ilg'or texnologiyaga, kam turkumli ilmfan talab qilinadigan mahsulotlar ishlab chiqarishga moslaydilar hamda bozor „asos“ larini tez o'zlashtirib oladilar.

Kichik biznesda quyidagi tadbirkorlik shakllari mavjud:

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

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

– faoliyat turlarining soni bo'yicha bitta sohadagi va ko'p tarmoqli tadbirkorlik va h.k.lar.

Kichik biznesda ishbilarmonlikni quyidagicha amalga oshirish mumkin:

- yuridik shaxsni tashkil qilmasdan;
- yuridik shaxsni tashkil qilib;
- yollangan mehnatdan foydalanmasdan;
- yollangan mehnatdan foydalanib.

O'zlarining mulk shakllari asosida kichik biznesda quyidagi korxonalar ishtirok etishi mumkin, *bularga:*

xususiy, jamoa, qo'shma, aralash va boshqa korxonalar kiradi.

Xususiy tadbirkorlik

Kichik biznesda tadbirkorlikni tashkil qilishning eng oddiy shakli bu yakka xususiy tadbirkorlikdir. Xususiy tadbirkorlik – xo'jalik yuritishning shunday tashkiliy-huquqiy shakliki, unda mulk egasi bitta shaxs yoki oila bo'ladi va faoliyatidan kelgan daromadni (turlı to'lov va soliqlar to'laganidan keyin) hammasiga egalik qiladi, qolaversa biznesdagi xavf-xatar va tavakkalchilik uchun yakka o'zi javob beradi.

Tadbirkorlikning ushbu shakli chakana savdoda, umumiy ovqatlanish sohasida, maslahat sohasidagi biznesda, maishiy

xizmatda, fermerchilikda, tibbiyotchilik amaliyotida va hunarmandchilikda ko‘proq uchraydi. *U ikki xil ko‘rinishda tashkil qilinishi mumkin:*

a) *individual* — ya’ni korxonada tashkil qilmasdan va b.) *xususiy korxonada* — ya’ni yuridik shaxs tashkil qilgan holda.

Xususiy tadbirkorlikning afzalliklari:

— ishni tashkil qilishdagi oddiylik, to‘la mustaqillik, harakatdagi erkinlik va tezkorlik. Tadbirkor biror qaror qabul qilishida yuqori tashkilotlarga murojaat qilishning yoki sheriklar roziligini olishning zarurati yo‘q;

— ishga qiziqtiruvchi sabablarning ko‘pligi, chunki barcha foyda faqat mulkning yolg‘iz egasiga kelib tushadi va u ko‘proq ishlashga rag‘batlanadi, ish ustidan kerakli nazorat o‘rnatish, ehtiyotlik bilan qaror qabul qilish va ish ko‘lamini yanada kengaytirishga intiladi;

— konfidensiallik (ishdagi maxfiylik) saqlanadi. Ba’zi bir biznes turlarida maxsus uslub, yo‘llar, texnologiyalar tadbirkorlik faoliyatining asosiy boyligini (kapitalini) tashkil qiladi. Xususiy tadbirkorlik maxfiylikni saqlashga imkon yaratadi va h.k.lar.

Xususiy tadbirkorlikning kamchiliklari:

— zaif moliyaviy poydevorga egiladi. Bu katta miqdordagi kapitallarni jalb qilishdagi qiyinchiliklarga sabab bo‘ladi;

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

— barcha xo‘jalik faoliyati uchun cheklanmagan javobgarlikning hukm surishi;

— yakka xo‘jalik mulkining mulkni boshqa shaxsga (masalan, boshqa oila a‘zolariga) berishda noqulayligi — *ixcham emasligi*;

— mulk egasining o‘limi, mehnatga noloyiq bo‘lib qolishi yoki ishdan chetlanish hollari yuz berganda, yakka xo‘jalik mulki tarkibini saqlab qolishning mushkulligi.

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

O‘rtoqliklar, kommandit, to‘la va chala shirkatlar.

Kichik biznesda ishbilarmonlik faoliyatini amalga oshirish uchun har xil shakldagi shaxslar birlashuvi ichida eng oddiy o‘rtoqlik, ya’ni shirkatchilikdir.

O‘rtoqlik — bu ikki yoki undan ortiq shaxsning mulkini umumiy manfaatni ko‘zlovchi maqsadlardagi tadbirkorlik harakatini uyushtirish birlashuvidir. U shartnoma asosida tashkil qilinadi,

uning qatnashchilari avvalo o'zining va boshqa a'zolarining manfaatini ko'zlab harakat qiladilar.

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

Chala (oddiy) shirkatchilik — bu ikki va undan ko'p shaxslarning shartnomaviy birlashuvi bo'lib, unda mulk va tadbirkorlik harakatlari umumiy shirkatchilik manfaatiga erishish maqsadida birlashadi. Ushbu birlashish shaklida tashkilot umuman bo'lmaydi, chunki shirkatchilik sheriklari har biri alohida harakat qiladi.

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

To'la shirkatchilikda ham xuddi chala (oddiy) shirkatchilikka o'xshab, uning egalari manfaatining birligi seziladi. Agar chala (oddiy) shirkatchilikda umumiy manfaat maxfiy namoyon bo'lsa, to'la shirkatchilikda uchinchi shaxslar bilan bo'ladigan barcha munosabatlarda umumiy shirkatchilik manfaati aniq ko'rinib turadi. *Kommandit shirkatchiligi* — bu ikki yoki undan ortiq shaxsning mulkni va tadbirkorlik harakatlarini umumiy maqsadga erishish niyatida birlashtirishga asoslangan shartnomaviy kelishuvi bo'lib, bunda sheriklar ichida kamida bittasi kreditorlar oldida to'la (cheklanmagan) javobgarlikka, ya'ni bittasi cheklangan javobgarlikka ega bo'lmog'i kerak. To'la javobgar shaxslar haqiqiy a'zolar, cheklangan javobgarlar *omonatchi* — a'zo yoki *kommanditlar* deb ataladilar. Kommanditlar kreditorlar oldida o'zining shaxsiy mulki bilan emas, balki umumiy mulkka qo'shgan hissasi bilan javobgar bo'ladi.

To'la shirkatchilikdagi har bir sherik shirkatchilik faoliyatida shaxsan qatnashishi kerak bo'lsa, kommanditlar shirkatchilikka o'z mulkini kiritishdan boshqa majburiyatga ega emaslar. Ular uchinchi shaxslar bilan bo'ladigan bitimlarda ishtirok qilmaydilar va ularning nomi uchinchi shaxslar uchun noma'lum bo'lib qoladi.

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

— ishbilarmonlikning yakka xo'jalik shakliga qaraganda shirkatchilik o'zining pul mablag'lari bilan biroz quvvatliroq;

— majburiyatlar bo'yicha yuqori javobgarlikka egalik xo'jalik shirkatchiligini mijozlarga ishonchli sherik qilib qo'yadi;

— boshqaruvchining cheklangan sondagi shaxslar haqiqiy a'zolar atrofida jamlanishi biror qarorning qabul qilinishida zaruriy mustaqillik, erkinlik va tezkorlikni ta'minlaydi;

– ijobiy iqlim (muhit) mavjudligi. Bunday shirkatlarda insonlar ishni o'z xohishlari bilan qabul qiladilar, psixologik jihatdan bir - birini yaxshi tushunadilar, shuning natijasida ularning orasida ijobiy iqlim doimiy ravishda saqlanib turadi.

– shirkatchilik a'zolarining o'z ishiga yuqori darajadagi qiziqishi. Shirkatchilik uchun foydali bo'lgan barcha narsa uning har bir a'zosi uchun ham foydalidir.

Xo'jalik shirkatchiligining kamchiliklari:

– barqaror emaslik. Shirkatchilik ishbilarmonlikning eng o'zgaruvchan shakli hisoblanadi. Sheriklardan birining undan chiqishi yoki o'limi shirkatchilikning butunlay tarqalib ketishiga sabab bo'lishi mumkin. Bu kabi noaniqlik uzoq muddatli bitimlar tuzilishini qiyinlashtiradi;

– a'zolarining cheklanmagan javobgarligi. Agar bitimda ko'rsatilmagan bo'lsa, unda, har bir a'zo shirkatchilik qarzlari oldida, o'zining investitsiyadagi hissasidan qat'iy nazar, to'la javobgarlikka ega bo'ladi, ya'ni biror a'zoning xatosi boshqa a'zolarining ham xarob bo'lishiga olib keladi.

Dunyo amaliyotida hozirgi davrgacha katta va kichik korxonalarini ajratib beruvchi yagona mezon o'rnatilmagan. Hozirgi vaqtda ularda bir-biridan ajratuvchi alohida belgilarini aniqlash korxonalarining muhim sohalar bo'yicha umumlashma belgilari katalogini (ro'yxatini) bunyod etish orqali amalga oshirilmoqda. Bu belgilar turkumiga: *mulk shakli*, ishlab chiqarishni tashkil qilish, boshqarish, moliyaviy ta'minot, mahsulot sotish, ishchi xodimlar tarkibi, soni va boshqalar kiradi.

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

5- jadval

	Yirik	O'rta	Kichik	Mikro
Sanoatda	100 dan ko'p	40 – 100	10 – 40	5 – 10
Qurilish	50 dan ko'p	20 – 50	10 – 20	1 – 10
Qishloq xo'jaligida	30 dan ko'p	20 – 30	5 – 20	1 – 5
Ma'ishiy xizmat ko'rsatishda	20 dan ko'p	10 – 20	5 – 10	1 – 5

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1998-yil 9-aprelda e'lon qilingan № 7-1987 sonli „*Xususiy mulkchilikni yanada rag'batlantirish, kichik va o'rta biznesni rivojlantirish haqida*“gi farmoniga binoan mulkchilik shaklidan qat'iy nazar kichik korxonalar, kichik va mikro firmalar kabi tabaqalarga bo'linadi va shunga binoan o'rtacha yillik ishchilar soni (tarmoqlarga qarab) 1 dan 10 gacha bo'lganlari *mikro* va 10 dan 40 gacha bo'lganlari *kichik korxonalar* deb atalishi ko'zda tutilgan.

Shuningdek, qonunda individual mehnat faoliyati bilan shug'ullanuvchi va shirkat (o'rtoqlariga) birlashib ishlovchi jismoniy shaxslarni ham kichik biznes subyektlari qatoriga kiritgan.

Kichik korxonalar quyidagilar tomonidan bunyod etilishi mumkin:

– fuqarolar, ularning oila a'zolari va boshqa birgalikda mehnat faoliyatini olib boruvchi shaxslar;

– davlat, ijara jamoalari, qo'shma korxonalar, kooperativlar, hissadorlik jamiyatlari, xo'jalik jamoalari, shirkatchilar va boshqa yuridik shaxs hisoblanuvchi korxonalar va tashkilotlar;

– davlat mulkini boshqarish huquqiga ega davlat idoralari;

– belgilangan idoralar, korxonalar, tashkilotlar va shaxslar hamkorligida.

Bunda kichik korxonaning ta'sischisi ushbu korxonalar hisoblanadi.

Kichik korxonalar bunyod etilishi uchun quyidagilar zarur :

1. Kichik korxonani asoslaydigan mulk shaklini aniqlash.

2. Ta'sischini tanlash, agar kichik korxonalar ma'lum mulk egasining mulki asosida bunyod etiladigan bo'lsa, uning roziligini olish.

3. Ta'sis hujjatlarini tayyorlash.

4. Kichik korxonalar jamoasini unda yangi korxonalar bunyod etish va ta'sis hujjatlarini tasdiqlash yuzasidan majlis o'tkazish.

5. Kichik korxonani mahalliy davlat idoralarining ro'yxatidan o'tkazish.

Kichik korxonalar orasida qo'shma korxonalar alohida o'rin tutadi. Qo'shma korxonalar — bu ikki yoki undan ortiq yuridik shaxs, ya'ni korxonalar mulkini qo'shish yo'li bilan tashkil qilingan korxonalaridir. Ammo, amaliyotda xo'jalik subyektlarni xorijiy sheriklar bilan birgalikda tashkil qilayotgan korxonalariga qo'shma korxonalar deb aytilmoqda. Bu korxonalar mamlakatimizga ilg'or xorijiy texnologiya, boshqaruv tajribasi va qo'shimcha moliyaviy resurslarni (investitsiyani) olib kiradi va eksportni kuchaytirish imkonini beradi.

Qo'shma korxonalar cheklangan javobgarlikka ega bo'lgan jamiyat (mas'uliyati cheklangan jamiyat — MChJ). Hissadorlik jamiyati hamda qonun tomonidan cheklanmagan boshqa shakllarda, soni cheklanmagan, ammo ikkitadan kam bo'lmagan sheriklar o'rtasida tuzilgan shartnoma asosida bunyod etiladi. Qo'shma korxonada ta'sischilari har ikkala tomondan ham yuridik yoki jismoniy shaxs bo'lishi mumkin.

Kichik biznesda jamoa korxonalarini bunyod etish keng tarqalmoqda. Jamoa korxonasi — bu shunday xo'jalik shakli, unda barcha mulk va olinadigan foyda uning mehnat jamoasiga tegishli bo'ladi. *U quyidagicha tashkil bo'lishi mumkin:*

— mehnat jamoasi tomonidan davlat mulkini sotib olish yo'li bilan;

— uncha katta bo'lmagan davlat korxonalarini jamoa korxonalariga aylantirish yo'li bilan;

— jismoniy va yuridik shaxslar mulkining ixtiyoriy tarzda birlashtirish yo'li bilan;

— davlat korxonalarini mulkini (qaytarib bermaslik sharti bilan) mehnat jamoalariga berish yo'li bilan.

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

Jamoa korxonalarining afzalliklari:

— jamoa mehnatidagi o'sib boruvchi yangilikka intilish va musobaqalashish, o'zaro yordam va birdamlik. Bu korxonada to'la mustaqil bo'lib, u begonalarning aralashuviz o'zi ishlab chiqargan va sotadigan mahsulotiga, bajaradigan ishiga va ko'rsatadigan xizmatiga bo'lgan talab asosida o'z faoliyatini rejalashtiradi, kelajak taraqqiyotini hamda korxonaning ishlab chiqarishini, ijtimoiy rivojlanishini o'zida, mehnat qiluvchilarning shaxsiy daromadini qanday oshirishni o'zi mustaqil belgilaydi. Jamoa korxonasi har bir ishlovchisining shaxsiy hissasi (ulushi) uning bajaradigan mehnatiga qarab belgilanadi.

Jamoa korxonalarining kamchiligi: guruhiy egoizm xavfi — yig'ilgan jamg'arma miqdoriga putur yetkazib, iste'molni oshirishga intilish.

? **Takrorlash uchun savollar**

1. Kichik biznesda qanday tadbirkorlik shakllari mavjud?
2. Xususiy tadbirkorlik xo'jalik yuritishning qanday tashkiliy-huquqiy shakli hisoblanadi?
3. Xususiy tadbirkorlikning ijobiy va salbiy jihatlarini sanab o'ting.
4. O'rtoqlikning nechta turi mavjud?
5. Komandit shirkatchiligi nima?
6. Kimlar komanditlar deb ataladi?
7. Qo'shma korxonalar deb nimaga aytiladi?

16. Biznes-reja

Har qanday ishni boshlashdan oldin uning rivoji haqida qarorlarni qabul qilish lozim. Biznes-reja ularni anglab olishning eng yaxshi vositasidir.

Tadbirkorlik — bu keng ma'noda ijobiy qilish demakdir. Ammo tadbirkorlik sohasida birinchi qadamlarni qo'yishni aniq hisob-kitoblarsiz va o'z kelajagini oldindan ko'ra bilishsiz amalga oshirib bo'lmaydi.

Biznes-reja nima uchun kerak, degan savolga quyidagicha javob berish mumkin:

— Biznes-reja firma (korxonalar) faoliyatida yangi sohalarni o'zlashtirish uchun zarur bo'lgan korxonalar rivojining rejasidir.

— Biznes-reja yangi tashkil topgan korxonalar uchun ham, ma'lum rivojlanish bosqichida bo'lgan iqtisodiy tashkilotlar uchun ham ishlab chiqilishi mumkin.

Biznes-reja quyidagi muhim vazifalarni hal etadi.

1. Korxonaning kelgusidagi turg'unlik va hayotga moslasha olish darajasini aniqlaydiki, ishbilarmonlik faoliyatidagi tavakkalchilik darajasini pasaytiradi.

2. Rivojlanishning sifat va miqdor ko'rsatkichlar tizimi ko'rinishida biznes istiqbollarni aniqlashtiradi.

3. Firmani kuchli investorlar tomonidan qo'llab-quvvatlashga, ularning e'tibori va qiziqishini firmaga jalb qilishga yordam beradi.

4. Rejalashtirish uchun qimmatli bo'lgan tajribaga ega bo'lishga, tashkilotga uning ishchi muhitiga kelajak nuqtayi nazaridan qarashga yordam beradi.

Yuqoridagilardan ko'rinib turibdiki, tashkilotning an'anaviy rejasidan farqli ravishda biznes-reja ishbilarmon tashkilotning nafaqat ichki maqsadlarini, balki yangi ishga foydali bo'luvchi tashqi maqsadlarini ham o'z ichiga oladi, kelgusi biznesdan

manfaatdorlar sifatida investorlardan tashqari xaridor – iste'molchilar, ta'minotchilarni ham olishi mumkin.

Yangi ish boshlayotgan tadbirkor uchun biznes-reja bu investorlar (sarmoyadorlar) e'tiborini o'ziga qaratuvchi yagona vositadir. Biznes-rejaning tuzilish darajasi uning jiddiyligi va ishonchiligi ko'rsatkichi bo'lib hisoblanadi.

Odatda, biznes tadbirkorlar bilan investorlar (masalan, banklar) orasidagi o'zaro bitishuvlarning boshlang'ich nuqtasidir.

Chet ellik korxonalar bilan muzokaralar olib borishda biznes-reja ayniqsa muhim.

Biznes-reja quyidagi tarkibiy qismlardan iborat:

- titul varag'i;
- qisqacha kirish qismi;
- (agar korxonalar faoliyat ko'rsatayotgan bo'lsa) biznesning qisqa tarixi;
- ishlab chiqiladigan mahsulot yoki ko'rsatiladigan xizmatlar;
- tarmoqdagi ish holati;
- raqobatchilar hamda raqobat strategiyasining tanlanishi;
- ishlab chiqarish rejasi;
- marketing rejasi;
- tashkiliy reja;
- moliyaviy reja va tavakkalchilik darajasining bahosi;
- tadqiqotlar rejasi;
- ilova.

Bu bo'limlarning har biriga qisqacha to'xtalib o'tamiz.

Biznes-rejaning titul varaqasida quyidagilar albatta bo'lishi shart :

- a) korxonaning nomi;
- b) taklifning maqsadi (moliya uchun ariza, hamkorlik loyihasi va h.k.);
- d) korxonaning joylashgan o'rni, telefon va telefaks raqamlari (direktor yoki suhbatni olib boradigan shaxslar);
- e) direktor va biznes-rejani tuzgan odamning to'la ismi-sharifi;
- f) reja tuzilgan sana (oy va yil).

Mundarija biznes – rejaga kiruvchi hamma narsa aniq yoritilishi va ularning betlari ko'rsatilishi kerak.

Kirish qismi

Odatda, kirish qismi eng oxirida, biznes-reja tuzilgandan so'ng yoziladi. U biznes-rejaning asosiy maqsadlarini va xulosalarini o'zida aks ettirishi lozim.

Kirish qismi, odatda, qisqa, uch-to'rt betdan eng maqbuli bir betdan iborat bo'lishi kerak. Biznes-rejani ko'rib chiquvchilar kirish qismidan biznes-reja to'g'risida ma'lum tasavvurga ega bo'lishlari kerak. Kirish qismi – biznes-rejani investorga „sotuvchi“ dir. Shuning uchun u shunday yozilishi lozimki, o'qigan kishida biznes-rejaning davomini o'qishga istak tug'ilsin. Ya'ni kirish qismi o'zining sifati, kuchli investorlar faoliyatining o'ziga xosligini hisobga olish bilan ajralib turishi kerak.

Biznes tarixi

Bu bo'lim korxonaga ma'lum rivojlanish bosqichini o'tagan bo'lgan hollardagina tuziladi. Bu bo'limda ma'lumotlar, asosan, tashqi o'quvchilar uchun mo'ljallangan bo'lib, unda biznes tarixi, real yutuqlari keltirilishi lozim.

Faoliyat yakunlarini, erishilgan yutuqlarni, belgilangan maqsad va oriyentirlar bilan bog'liq zarur miqdoriy ko'rsatkichlarda ifodalash kerak.

Ishlab chiqiladigan mahsulot yoki xizmat ko'rsatilish turining tavsifi

Tadbirkor ham, investor ham bozorga qanday mahsulot yoki xizmat ko'rsatish turini bozorga tavsiya qilinishini aniq bilishi kerak, ya'ni biznes-reja bo'lg'usi tovarning barcha detallarigacha o'zida ifodalashi kerak.

Biznes-rejaning bu bo'limida tovarning kimyoviy, fizik, mexanik va h.k. xossalari ham keltirilishi zarur. Uni qo'llash usullarini tavsiya etishda asosiy sohalarini va qo'shimcha sohalarini ham ajratib ko'rsatish kerak.

Xaridorga ayni shu mahsulotni sotib olishni tushuntirish lozim.

Bu bo'limda tovarning taxminiy bahosi, sotilgandan so'ng ko'rsatiladigan texnik xizmatning taxminiy darajasi keltirilishi lozim.

Agar tovar xossalari, uni sotishda doimiylik, mavsumiylik xususiyatlari bo'lsa, uni alohida ko'rsatish zarur (masalan, avtomobillar – doimiy tovar, bolalar chang'isi – mavsumiy tovar).

Tarmoqdagi ahvol tahlili

Biznes-rejaning ushbu bo'limida tarmoqdagi ahvolni tahlil qilishda, uning bozordagi absolut miqdorlari qanday, u o'sish, turg'unlik yoki kamayish tendensiyalariga xos ekanligini ko'rsatib

o'tish lozim. Bozor ulushini, raqobatchilarni va boshqa tarmoqqa daxldor omillarni hisobga olish zarur.

Raqobatchilarni baholash va o'z raqobat strategiyasini aniqlash.

Ko'pchilik tadbirkorlar bozordagi raqobatning kuchiga unchalik ham ahamiyat berishavermaydi va ular „bizda raqobat yo'q“ deyish bilan cheklanadilar. Lekin firma tarmoqda ma'lum mahsulotni ishlab chiqaruvchi yagona firma bo'lsa ham, u raqobatchi kuchlar bilan to'qnash kelishi mumkin, ta'minotchilar tomonidan, xaridorlar tomonidan bo'lishi mumkin.

O'zbek tadbirkorlari shuni esdan chiqarmasliklari kerakki, bizning bozorda ularga kuchli raqobatchi sifatida xorijiy kompaniyalar o'zlarining sifatli, arzon va bejirim mahsulotlari bilan xaridorlarni o'zlariga jalb qilishlari mumkin.

Demak, bizning korxonalar bu raqobat kurashida o'zlarining bilim, malakalariga va ko'proq jahon bo'yicha sinalgan va qo'llanilgan raqobat strategiyasiga ega bo'lishlari kerak.

Ishlab chiqarish rejasi

Bu bo'limni yozishdagi asosiy qoida u sodda tilda yozilishi murakkab texnik atamalar ishlatilmasligi zarur, chunki uni o'quvchilar, odatda, maxsus injenerlik ma'lumotiga ega bo'lmasliklari mumkin. Shu bilan birga, moliya bilan ta'minlovchilar ishlab chiqarish muammolari va ularning asoslanishiga qiziqadilar, demak, ishlab chiqarish tizimining asosiy komponentlari biznes-rejada bo'lishi kerak.

Ishlab chiqarish rejasida texnik izohlashdan tashqari ishlab chiqarish xarajatlarining iqtisodiy hisob-kitoblari bo'lishi lozim.

Marketing rejasi

Ko'zlangan maqsadlarga erishish uchun firma o'z tovari uchun samarali bozorni yaratishi lozim. Bunday bozorni tashkil etishning asosiy qadamlari biznes-rejaning marketing bo'limida beriladi.

Yaxshi mahsulotni ishlab chiqarishning o'zi yetarli emas. Bundan tashqari bu tovar xaridorlarini ham topa bilishi, ya'ni tovarni sotib oladigan xaridorni jalb etishi zarur.

Tashkiliy reja

Tashkiliy rejada mulk shakli, boshqarish masalalari, javobgarlikning taqsimlanishi, firmaning tashkiliy tuzilmasi turi yoritilishi kerak.

Rejani tuzishda mo'ljall sifatida quyidagi savollarga javob berish lozim:

1. Korxonaning mulk shakli qanday?
2. Hissador tashkilot yoki hissadorlar (ba'zida hissadorlar ro'yxatini keltirish tavsiya qilinadi).

Agar firma bir necha yildan beri faoliyat yuritayotgan bo'lsa, u holda firma mulkining shakllanish tarixi va undagi shakllanish jarayonlarini ko'rsatib o'tish kerak.

Moliyaviy reja

Har qanday moliyaviy rejada bo'lgani kabi biznes-rejaning moliyaviy qismi o'zida uchta asosiy hujjatni jamlashi shart: *tashkilot balansi; foyda va zarar rejasi; pul mablag'lari harakatini bashorat qilish.*

Biznes-rejaning moliyaviy bo'limida eng asosiy hujjat jadval ko'rinishidagi birinchi va oxirgi bir yillik realizatsiya bo'yicha aktiv va passivlarning umumiy ko'rsatkichlaridir. Bu hujjat korxonada faoliyatini baholash va korxonada pul mablag'larini o'tkazish kerakligi to'g'risida bank mutaxassislariga javob berish uchun asos bo'ladi.

Moliyaviy rejaning yakuniy bosqichi korxonaning zarar ko'rmaslik hisob-kitobi hisoblanadi. Buning uchun qancha mahsulot ishlab chiqarish va sotish kerakligi hamda korxonaning foyda olish shartlari aniqlanadi. Hisoblar faqat ikki usul bilan olib borilishi kerak: sonli yoki grafik usullarida, ya'ni sotish hajmining bashorati, pul xarajatlari tushumlari va xarajatlar balansi, daromad va xarajatlar jadvali, jamlovchi aktiv va passivlar balansi, zararsizlik nuqtasiga erishish grafigi.

Bo'limning oxirgi qismida, odatda, korxonaning moliyaviy strategiyasi yoritilishi kerak.

? Takrorlash uchun savollar

1. Biznes-rejaning ahamiyatini tushuntirib bering.
2. Biznes-reja qanday vazifalarni hal etadi?
3. Biznes-rejaning tashkilotning an'anaviy rejasidan farqini tushuntirib bering.
4. Biznes-reja qanday tarkibiy qismlardan tashkil topadi?

17. Buxgalteriya hisobining elementlari

Korxonada, muassasa va tashkilot ishiga rahbarlik qilish uchun ma'lum bir muddatga uning ixtiyoridagi mablag'lar, ularning tashkil topish manbalari holati haqidagi ma'lumotlar zarur. Buning uchun

buxgalteriya balansi tuziladi. Balans ma'lum bir muddatga, asosan, hisob ma'lumotlari asosida tuziladi. Unda korxonaga mablag'lari pul shaklida iqtisodiy jihatdan guruhlangan holda aks ettiriladi.

Demak, buxgalteriya balansi — korxonaga mablag'lari va ularning tashkil topish manbalari holatini pul shaklida guruhlash va aks ettirish usulidir. Odatda, balans har oyning 1-kuniga, ikki qismga bo'lingan jadval shaklida tuziladi. Balansning chap qismi *aktiv* deb atalib, unda xo'jalik mablag'lari turlarining holati, o'ng qismi *passiv* deb atalib, unda xo'jalik mablag'larining tashkil topish manbalari va ulardan foydalanish aks ettiriladi.

Balansning tuzilishi quyidagicha ifodalanadi:

BALANS

<i>Aktiv</i>			<i>Passiv</i>
Xo'jalik mablag'larining turlari va ularning joylanishi	Summa	Mablag'larining tashkil topish manbalari	Summa

„Balans“ atamasi lotincha *bis* — ikki marta, *banx* — tarozi pallasi so'zlaridan tarkib topgan bo'lib, tom ma'noda ikki palla degan ma'noni anglatadi va *tenglik, muvozanat* tushunchasi sifatida ishlatiladi.

Aktiv va passiv tomonlarining har bir satrlari *balans moddolari* deb ataladi. Har bir modda yoki uning kelib chiqish manbayi ma'lum mablag' turi holatini aks ettiradi. *Masalan*, balans aktividagi „*Asosiy vosita(fond)lar*“ moddasi korxonaga qarashli hamma asosiy vositalar summasini aks ettiradi. Passiv qismidagi „*Mehnatga haq to'lash yuzasidan ishchi va xizmatchilardan qarz*“ moddasi esa korxonaning ishchi va xizmatchilariga hisoblangan, lekin hali berilmagan ish haqi yuzasidan qarz summasini ko'rsatadi.

Balans aktivida ko'rsatiladigan moddalarga quyidagilarni misol qilib keltirish mumkin: *asosiy vositalar, nomoddiy aktivlar, kapital qo'yilmalar, ishlab chiqarish zaxiralari, tayyor mahsulot va boshqalar.*

Balans passivida quyidagi moddalar mavjud: *ustav kapitali, qo'shilgan kapital, uzoq muddatli qarzlar, qisqa muddatli qarzlar, kreditorlar va boshqalar.*

Agar u yoki bu fan predmeti deyilganda uning nimani o'rganishi tushunilsa, usuli deyilganda o'sha o'rganilishi lozim bo'lgan narsani qanday usullar yordamida o'rganish tushuniladi.

Buxgalteriya hisobining usullari deb, uning predmetini o'rganishga qaratilgan usullari yig'indisiga aytiladi. Ayrim usullar uning elementlari deb atalib, quyidagilardan iborat bo'ladi: *hujjatlashtirish va inventarizatsiya qilish, baholash va kalkulyatsiya qilish*, schotlar tizimi va ikki yoqlama yozish usuli, buxgalteriya balansi va hisobot.

Quyida ushbu usullarning qisqacha mazmunini keltirib o'tamiz:

Hujjatlashtirish — bu korxonada xo'jalik faoliyatini kuzatib borish, hisobga olinadigan xo'jalik operatsiyalarini nazorat qilish va aks ettirishning asosiy usulidir.

Inventarizatsiya — bu hisob ma'lumotlari bilan haqiqat o'rtasidagi tafovutni bartaraf qilish uchun korxonada mablag'lari natira holatini, ushbu korxonaning boshqa korxonalar bilan hisob-kitob ishlarini tekshirish usulidir.

Baholash — korxonada mablag'lari va ularning kelib chiqish manbalarining pul o'lchovida ifodalanishidir.

Kalkulyatsiya — ishlab chiqarilgan mahsulot va sotib olingan moddiy boyliklarning tannarxini aniqlash usuli bo'lib, buxgalteriya hisobi obyektlari haqida umumlashgan ma'lumotlar olish uchun zarur.

Schotlar tizimi — hisob obyektlarini ularning iqtisodiy mazmuniga ko'ra guruhlash uchun xizmat qiladi. Bu esa schotlar tizimi yordamida korxonada xo'jalik faoliyatini nazorat qilish va reja topshiriqlarining bajarilishi haqida ma'lumotlar olish imkonini beradi.

Ikki yoqlama usul — bu usulning xususiyati shundaki, har qanday xo'jalik operatsiyasiga tegishli bir summa buxgalteriya hisobida shu vaqtning o'zida ikkitadan kam bo'lmagan schotda aks ettiriladi. Xo'jalik operatsiyasini buxgalteriya hisobining schotlarida aks ettirish ikki yoqlama yozish usuli yordamida amalga oshiriladi. Bu usul xo'jalik operatsiyasining ikki taraflamaligidan kelib chiqadi.

Buxgalteriya balansi — ma'lum bir muddatga xo'jalik mablag'lari holati haqida pul shaklida umumlashgan ma'lumotlar olish uchun xizmat qiladi. Balansda korxonada mablag'larining joylanishi va tarkibi, mablag'lar manbalarining tashkil topishi haqidagi ma'lumotlar keltiradi.

Hisobot — bu ma'lum bir muddatga korxonada ishlab chiqarish — xo'jalik faoliyati natijalari haqida umumlashgan ma'lumotlar olish

usulidir. Balans va hisobot yordamida har bir korxonada xo‘jalik faoliyati natijalari yakunlanadi.

Aytib o‘tilgan buxgalteriya hisobi usulining bunday elementlari amalda bir-biridan ajralgan holda emas, balki bir butun holda qo‘llaniladi.

Bozor munosabatlari sohasida xo‘jalikni, korxonani samarali boshqarish uning xo‘jalik faoliyati, mablag‘-vositalarining ahvoli va ulardan foydalanish, ularni tashkil etish manbalari to‘g‘risida to‘la ishonarli iqtisodiy axborotni tezkorlik bilan olish va foydalanishni talab qiladi.

Mamlakatimizning bozor iqtisodiyotiga o‘tish munosabati bilan muloqotimizda audit so‘zi ham tez-tez uchrab turadigan bo‘lib qoldi. *Audit o‘zi nima?* Bu savolga javob beradigan bo‘lsak, „audit“ so‘zi turli tarjimalarda „u eshityapti“ yoki „eshituvchi“ ma‘nosini anglatadi.

Auditning vujudga kelishi korxonani boshqarish (ma‘muriyat, menejerlar) bilan bevosita shug‘ullanadiganlar va uning faoliyatiga o‘z pullarini sarf qiladiganlarning manfaatlarini taqsimlash bilan bog‘liqdir.

Angliya auditning tarixiy vatani hisoblanadi. Bu mamlakatda 1844-yildan boshlab kompaniyalar to‘g‘risida qator qonunlar chiqarilib, ularga muvofiq aksionerlik kompaniyalarining boshqaruvlari buxgalterlik hisoblarini tekshirish va aksiyadorlar oldida hisob berish uchun maxsus odamni yilda kamida bir marta taklif qilishga majbur bo‘lganlar.

Auditning asosiy vazifalariga mijoz bilan shartnomada shartlangan moliya resurslaridan yaxshiroq foydalanish rezervlarini aniqlash, soliqlarni hisoblab chiqishning to‘g‘riligini tahlil qilish, korxonaning moliyaviy ahvolini o‘nglashga qaratilgan tadbirlarni ishlab chiqish, xarajatlarni va faoliyat natijalarini, daromad va sarfni optimallashtirish va boshqalar kiradi.

? Takrorlash uchun savollar

1. Balans nimalar asosida tuziladi?
2. Balansning chap qismi nima deb ataladi?
3. Balansning o‘ng qismi nima deb ataladi?
4. Buxgalteriya hisobining usullari deb nimaga aytiladi?
5. Ikki yoqlama usulning xususiyatini tushuntirib bering.
6. Auditning asosiy vazifalariga nimalar kiradi?

18. Birja. Birja faoliyati

Birja — bu bozorni uyushtirishning tashkiliy shakli. U turli ko‘rinishlarda bo‘ladi.

Ishlab chiqarish vositalari bilan ulgurji savdo tovar birjalari orqali amalga oshishi mumkin. Birja bozor xizmatlari mexanizmining ajralmas bir elementidir. U bozorning regulatori va savdoning bir shaklidir. Bozor munosabatlarining dunyo tajribasida ikki xil birja bo‘lib, ular tovar va fond birjalaridir. Ishlab chiqarish vositalari bilan savdo tovar birjalarida amalga oshiriladi.

Tovar birjasi — ma‘lum xarakteristikaga ega bo‘lgan tovarlar savdo-sotiq ishlarini olib boruvchi korxonadir. Birjaning ishlash mexanizmi tovarlarni bozor bahosida savdo-sotiq qilish va hamma qiziquvchi shaxslar va tashkilotlarni birja savdosiga erkin kira olishiga asoslanadi.

Birja ommaviy bir turdagi mahsuloti bor keng bozorni ko‘zlaydi. Odatga ko‘ra birja muassasa hisoblanadi va u tor doiradagi tovarlarga ixtisoslashtiriladi. Ixtisoslashgan birjalar bilan birga universal tovar birjalari ham mavjud. Bu birjalarda faqat ishlab chiqarish vositalari savdo qilinmay, balki qimmatbaho qog‘ozlar, valutalar bilan ham savdo qilinadi.

Bozor munosabatlarini tarkib toptirish ishlab chiqarish vositalari barcha iste‘molchi korxonalarga, korxonaga egalarga va aholiga erkin narxlarda sotish imkoniyatlarini yaratishni taqozo etadi. Ushbu aloqalar to‘g‘ridan to‘g‘ri shartnomaviy aloqalar shaklida ulgurji baholar orqali ulgurji savdo shaklida bo‘lishi mumkin. Iqtisodiy boshqarishning bozor usuliga xos bo‘lgan mamlakatlarda ulgurji savdo tovar birjalari orqali amalga oshiriladi. Tovar birjalari uni tashkil etuvchilarning pul qo‘yishi orqali aksioner jamiyati singari tashkil etiladi.

Tovar birjalari ikki xil bo‘ladi:

1. Yopiq tovar birjasi.
2. Ochiq tovar birjasi.

Yopiq tovar birjalarida birja ishtirokchilari nomidan va ularning manfaatini ko‘zlab, bir marta keluvchilarning ham manfaatini ko‘zlab ish yurituvchi birja maklerlari va brokerlari orasida bitim tuziladi, xolos.

Ochiq tovar birjalarida bitim mijozlar bilan hamda vositachilar orqali ham tuziladi.

Birjani kengash va uning prezidenti boshqaradi. Tovar birjasining daromadi birja muomalasi ishtirokchilari to‘laydigan xizmat haqidan tashkil topadi.

Fond birjasi — bu qimmatli qog‘ozlar bilan oldi-sotdi muomalasini olib boradigan joy. Uning oldida quyidagi vazifalar turadi:

- qimmatli qog‘ozlar bir maromda muomalada bo‘lishining zarur sharoitini ta‘minlash;
- qimmatli qog‘ozlar talab va taklifi o‘rtasidagi muvozanatni aks ettiruvchi narxlarni, ya‘ni bozor bahosini belgilash;
- qimmatli qog‘ozlar bozori qatnashchilarining kasb mahoratini yuqori darajada saqlab borish va h.k.lar.

Dunyodagi birinchi fond birjasi 1773-yilda Londonda, brokerlar tomonidan qimmatli qog‘ozlar bilan savdo qilish uchun tashkil etilgan. U dastlab qirollikning pul almashtirish muassasasi (banki) binosining bir qismida ijaraga joylashadi. 1791-yilda Filadelfiya shahrida Amerikada birinchi fond birjasi tashkil etilgan. 1792-yilda esa Nyu-York fond birjasi ochilgan. U birja hozirgi kungacha dunyoning eng yetakchi fond birjasi bo‘lib kelyapti. O‘zbekistonda birinchi fond birjasi 1994-yilda Toshkent shahrida tashkil etildi.

O‘zbekiston Respublikasining „**Birjalar va birja faoliyati to‘g‘risida**“gi qonuniga muvofiq quyidagi idoralar, muassasalar, birlashmalar birja bo‘lishi mumkin emas:

- davlat hokimiyati va boshqaruvning oliy hamda mahalliy idoralari;
- davlat banklari va davlat kredit muassasalari (bunda banklar fond va valuta birjalarining muassasalari bo‘lishi mumkin);
- davlat sug‘urta va davlat investitsiya kompaniyalari hamda fondlari;
- jamoat, diniy va xayriya birlashma (tashkilot)lari hamda fondlari;
- qonunlarga ko‘ra tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanishi man etilgan jismoniy shaxslar.

Fond birjasi birja oldi-sotdisi vaqtida bitimlar tuzish, bitimlarni tekshirib ko‘rish va ular yuzasidan hisob-kitob qilish tartibini mustaqil ravishda ishlab chiqadi va tasdiqlaydi. Fond birjalari va fond bo‘limlari O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi bilan kelishib olingan qimmatli qog‘ozlar muomalasi bitimlarini amalga oshirish nizomlari va ichki qoidalari, fond birjasi ustavi (fond bo‘limi to‘g‘risidagi nizom) asosida ish tutadilar.

? *Takrorlash uchun savollar*

1. Birja nima va uning qanday xillari mavjud?
2. Tovar birjalarining nechta xili bor?

3. Birjani kim boshqaradi?
4. Fond birjasini tushuntirib bering.
5. O'zbekiston qonunchiligiga muvofiq qanday idoralar birja bo'lishi mumkin emas.

19. Bozorni o'rganish. Marketing

Kichik biznesdagi xo'jalik yurituvchi subyektlar har doim xaridorni mo'ljal qilib, quyidagi savollarga javob topishlari kerak: *Qancha? Qay darajada sifatli? Nimadan? Qachon mahsulot ishlab chiqarilishi kerak?* Bundan ma'lumki, kichik tadbirkorlik tarkiblari soni, sifati, fazoviyliigi va vaqti o'lchamlari bo'yicha cheklangan.

Ular bozorni egallash uchun amalga oshirayotgan xo'jalik operatsiyalarining xarajatlarini xaridorlar uchun olib boriladigan raqobat kurashida yutib chiqish uchun kamaytirib borishlari zarur. Natijada potensial xaridor uning taklif etgan tovarini xarid qiladi. Bu muammoni yechishida marketing muhim dastak hisoblanadi. Endi *marketing o'zi nima*, degan savolga javob beradigan bo'lsak, marketing (inglizchadan *market* – bozor) bu mahsulotni ishlab chiqarishdan boshlab toki uni sotishni tashkil etilishigacha bo'lgan majmuaviy tizimdir.

Hozirgi vaqtda marketing tushunchasini talqin etishda ancha katta ziddiyatlar mavjud. Ko'pgina xorijiy mutaxassislar bu tushuncha kengaytirilishi va o'z ichiga notadbirkorlik faoliyatni ham olishi kerak deb hisoblaydilar.

Ko'pchilik odamlar marketing – bu tovarlarni sotish, o'tkazish yo'li deb noto'g'ri fikrda bo'lishadi. Marketingni ulkan bir tog' deb olinsa, tovarlarni sotish, o'tkazish shu tog'ning atigi bir cho'qqisidir, xolos. Marketingning iste'molchilar ehtiyojini aniqlash, yaxshi tovarlarni ishlab chiqib, munosib baholarni belgilash, ularni taqsimlash tizimini yo'lga qo'yish singari bo'limlari borki, bularni unutish yaramaydi. Ravshanki, bu ishlarning hammasi aniq maqsadga qaratilgan bo'lishi bilan birga, o'zaro mahkam bog'langan bo'lishi ham kerak.

Tovarlarni o'tkazish, sotish marketing vazifalaridan biridir, lekin u hamisha ham eng muhimi bo'lib hisoblanavermaydi. To'g'rirog'i, bu ishlar birmuncha keng ko'lamdagi marketing majmuyining bir qismi, bozorga mumkin qadar ko'proq ta'sir o'tkaza olishi uchun bir-biri bilan payvasta bog'lanishi kerak bo'lgan marketing vositalarining bir qismi bo'lib qoladi.

Marketing konsepsiyasining bozor munosabatlari tizimi uchta asosiy elementni o'z ichiga oladi:

- ishlab chiqarish va savdo;
- bozor subyektlari o'rtasidagi aloqalar;
- tovarlarni taqsimlash kanallari.

Bozor qatnashchilari va tovarlarni taqsimlovchi hamma kanallar zanjirining o'zaro munosabati mollarni o'tkazish jarayonidan o'zga narsa emas.

Marketingga doir adabiyotlarda „mollarni o'tkazish“ degan tushuncha ikki ma'noda: *tovarni ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga yetkazib berish jarayoni* yoki *uni sotish* ma'nosida ishlatiladi. Aslini aytganda, tovarlarni o'tkazish va sotish bir xildagi jarayonning o'zi emas, chunki mahsulotni muvaffaqiyatli realizatsiya qilish tovarlar sotilguncha ular o'tib boradigan turli kanallardan samarali foydalanishga bog'liq.

Marketingning asosiy maqsadlari talabni shakllantirish va rag'batlantirish, sotish, bozordagi ulush va foydalarning hajmini kengaytirish maqsadida qabul qilinayotgan boshqaruv qarorlari va korxonalar (firma) ish rejalarining asoslanishini ta'minlashdan iborat. Korxonani boshqarishga marketing bo'yicha yondashishda asosiy shior: „*Ishlab chiqarilganni sotish emas, balki sotiladigan narsani ishlab chiqarish*“ dan iborat. Bu korxonalar ishlab chiqarishdan avval aniq iste'molchilar ehtiyojlarini mukammal o'rganishlari kerakligini, olingan ma'lumotlarga muvofiq tovarning kam-ko'stlarini tuzatishlari va takomillashtirishlari, faqat shundan keyin ushbu tovar bozorga chiqishi kerakligini bildiradi.

„**Marketing**“ tushunchasining qisqa tavsifi bilan atamalar (tushunchalar) zanjirini ko'rib chiqishni tugallaymiz. Xuddi shu so'z „*bozor iqtisodi*“ bilan yaqin aloqadordir. Yuqorida aytib o'tganimizdek, marketing ingliz tilidan kelib chiqqan „*market*“ so'zini bildiradi va „bozor“ ma'nosiga ega. Bozor munosabatlari amaliyotida marketing ikki ma'noda ishlatiladi.

1. *Marketing* — bu bozorni, tovar sotuvini o'rganishga yo'naltirilgan faoliyatdir. Bunga quyidagi savdo faoliyatlari, ya'ni tovarlarning sotuvi saqlanishi kiradi.

2. *Marketing* — bu ishlab chiqarishda ishni tashkil qilishning shunday tizimiki, unda bozor talabini ijtimoiy o'rganish orqali qaror qabul qilinadi. Ko'rib turibmizki, ikkinchi aniqlov, asosan *menejment* tavsifini anglatadi. Bunday holatda marketingda menejment haqida so'z yuritiladi, ya'ni asos sifatida iste'molchining

talabi turadi, unga xos sifatli mahsulot ishlab chiqarish masalasi qo'yilgan boshqaruv tushuniladi.

Bozorni kompleks, batafsil o'rganish avvalo bozorlarni iste'molchilar guruhleri va tovarlarning iste'mol xususiyatlariga muvofiq segmentlashni talab qiladi.

Bozorni segmentlash deganda, odatda aniq bozorning belgilangan alomatleri bo'yicha segmentlash tushuniladi. Bozorni segmentlash marketing konsepsiyasining xususiyatlaridan biri bo'lib xaridorlar tomonidan tovarlarning u yoki bu turini „*tanlash jarayonini tahlil qilish bozor segmentining „ko'pligi“ni ajratish*“ga imkon beradi, ulardan har bir xaridorlik xulqining turli xil modellariga mos keladi. Bundan tashqari, har biri segment ichida xaridorlar turli xil yo'llar bilan mahsulotlar va sotish narxleri bilan bog'liq u yoki bu o'lchamlarini baholaydilar, ularning o'zgarishlariga har xil e'tibor beradilar.

Bozorni segmentlash, o'z navbatida, bir necha turga bo'linadi: makrosegmentlarga bo'lish, mikrosegmentlash, ichkarida segmentlash, eniga segmentlash, avvaldan segmentlash, yakuniy segmentlarga bo'lish.

Makrosegmentlash bozorlarni hududlar, mamlakatlar bo'yicha ularning sanoatlashuviga qarab bo'lishni ko'zda tutadi.

Mikrosegmentlash esa bir mamlakat iste'molchilarini yanada batafsilroq mezonlar bo'yicha guruhlariga bo'ladi.

Ichkarida segmentlash — marketing segmentlashni tor guruhdan boshlab, keyin uni kengaytirishni ko'zda tutadi.

Avvaldan segmentlash mohiyatiga ko'ra, bu bozorning marketing tadqiqotining boshlanishi va katta miqdordagi ehtimol bo'lgan bozorlarni qamrab oladi.

Yakuniy segmentlash bozorlarning eng qulay segmentlarini aniqlash bo'yicha bozor tadqiqotini tugatadi va keyinchalik ushbu korxonaga bozor strategiyasi va dasturini ishlab chiqadi.

Eng qulay segmentni tanlash uchun eng yirik segmentlarga afzallikni berish zarur. Xorijiy tajriba shuni ko'rsatadiki, eng muvofiq segment deb ushbu bozorning taxminan 20% xaridorlari firma taqdim qilgan tovar hajmining 80%ini xarid qiladiganlari hisoblanadi.

Marketingning eng muhim yo'nalishlaridan biri — bu bozor vaziyati rivojlanishiga asoslangan holda oldindan ko'rishni amalga oshirishga va korxonaga, firma, assotsiatsiyalarning ishlab chiqarish — sotish va ilmiy-texnik faoliyati samaradorligini ta'minlash maqsadida bozorga marketing ta'sirining tegishli tadbirlarini ishlab chiqishga imkon beruvchi bozorning kompleks tadqiqidan iborat. Bozorning

kompleks marketing tadqiqoti yuqori rahbarlik tomonidan malakali boshqaruv qarorini qabul qilish uchun ilmiy asoslangan zamin yaratadi.

Marketingning kompleks tadbirlari o'z ichiga katta miqdordagi masalalarni o'rganish va tahlil qilishni oladi. Tovarga taqdim qilingan bozor talablari ishlab chiqarilayotgan mahsulotning raqobat qobiliyati darajasini aniqlashga imkon beradi. Kengroq alohida segmentlaridagi *talab va taklifni, bozor sig'imi va xarajatlarini, narxlar darajasi, talab va taklifning narx bo'yicha egiluvchanligini, bozor raqobati darajasi va shartlarini o'rganish bilan bog'liq iqtisodiy holatni o'rganish va tahlil qilishni* ko'zda tutadi.

Ma'lumotlarning tahlili ulardan marketing faoliyatining barcha bosqichlaridan *strategik, taktik va tezkor* foydalanish imkoniyatini beradi.

Bozorni segmentlashning tahlili xaridorlar talablari va bozor imkoniyatlariga eng mos keluvchilarini, bozorlardagi uning faoliyati muvofiqligini aniqlash maqsadida alohida bozor segmentlarini tadqiq qilishga imkon beradi. *Bunday tadqiqotlar turli xil mezonlar bo'yicha amalga oshiriladi: demografik, iqtisodiy, ijtimoiy va ruhiy.*

Bozorni kompleks tadqiq qilishda bozorning barcha elementlari: yetkazib beruvchilar, iste'molchilar, savdoni amalga oshiruvchilar, vositachilar haqida kerakli axborotlarni olishga mo'ljallangan. Kerakli axborotlarni olish uchun avval tadqiqot predmeti bo'lib xizmat qiluvchi bozorlar — bozor segmentlariga bo'linadi.

Barcha bozorlarning darajalashtirilgan tahlili alohida bozorlarda paydo bo'ladigan qo'shilmalar va xavf-xatarlarni o'z vaqtida aniqlashga va ular strategiyasini ishlab chiqishda hisobga olishga imkon beradi. Bozorni, hammadan avval bozor holatini kompleks tadqiq qilish korxonalariga xatolardan qochish, xo'jalik qarorlarini qabul qilishda xavf-xatarni kamaytiruvchi qurol bo'ladi.

Tovarlar harakatida asosiy o'rinni *reklama* egallaydi. Bu bozor faoliyatining ko'p qirrali ko'rinishi bo'lib, u ba'zan mustaqil yo'nalishga ajratiladi. Marketing va reklama bir yirik jarayonning ikki tomonini tashkil qiladi.

Shu bilan bir vaqtda, reklama marketing tizimida o'ziga xos o'rinni egallaydi.

Mutaxassislar fikricha, reklama *kommunikatsiya shakli* deb qaraladi, qaysiki, u tovar sifati va xizmat ko'rsatishni, shuningdek g'oyani iste'molchining talab va ehtiyojiga muvofiq tashkil etishga intiladi.

Reklamaning mohiyati ishlab chiqaruvchi manfaatidan kelib chiqib, xaridorga tovarni sotib olish to'g'risida tasavvur uyg'otishi zarur. Reklamaga tovar ishlab chiqaruvchi o'z tovari bilan bozorga kiritayotgani to'g'risidagi *axborot* deb qarashi lozim. Bunda so'z tovar iste'molchining ehtiyojini ma'lum darajada qoldirayotgani haqida borayotganini tushunish muhim. Ishlab chiqaruvchi manfaati mahsulotni bozorda sotishga, xaridor manfaati esa o'z ehtiyojini qondirishga qaratilgan bo'ladi.

Ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi *kommunikativ aloqa* reklama hisoblanadi. Reklama korxon va bozor o'rtasidagi butun aloqa tizimini o'z ichiga oladi. Reklama xabarlar shunday bo'lishi lozimki, u iste'molchida tovarga nisbatan ijobiy munosabat uyg'otishi va uni sotib olishga ishonch uyg'ota olishi lozim.

Reklamaning mazmuniga kelsak, unga tovarlarni va ularning iste'mol qilish xususiyatini tashviqot qilish deb qaralishi shart. Ayrim qarash va g'oyalarning shakllanishini tashviqot qilish reklamani rivojlantirishning yangi imkoniyatlarini ochadi.

Marketing faoliyati tajribasi shuni tasdiqlaydiki, reklamaning ta'sirchanligi unga tovarlarni ishlab chiqaruvchidan tortib iste'molchigacha bo'lgan harakat tizimidagi o'rniga nechog'li ahamiyat berilishiga bog'liqdir. Reklamaning samaradorligi esa jamoatchilik fikrining shakllanishi va iste'mol baholarining o'zgarishi bilan o'lchanadi.

? Takrorlash uchun savollar

1. Marketing nima?
2. Marketing konsepsiyasining bozor munosabatlari tizimi nechta asosiy elementni o'z ichiga oladi?
3. Marketingning asosiy maqsadlari nimalardan iborat?
4. Bozorni segmentlash deganda nima tushuniladi?
5. Bozorni kompleks tadqiq qilishda qanday elementlardan foydalaniladi?

20. Menejment

Menejmentning ma'nosini va mohiyatini yaxshi tushunish uchun uning ichki tushunchalar toifalari bilan bo'ladigan o'zaro munosabatlari bilan birgalikda qarash maqsadga muvofiqdir. Menejment tushunchasini umumiy va ko'proq shaxsiy tushuncha ko'rinishida faraz qilish mumkin, *masalan: iqtisod, bozor, biznes, tadbirkorlik, menejment, marketing.*

Umuman olganda, iqtisod deb, resurslarni tanlash usuliga va xo‘jalikni to‘g‘ri olib borishga aytiladi. Iqtisod asosini uning birlamchi bo‘g‘ini – korxonalar tashkil qiladi.

Bozor iqtisodiyoti – mehnat xususiy mulk prinsipida va ishlab chiqaruvchi – iste‘molchilarning o‘zaro munosabatlari asosida ko‘riladi.

Erkin narx belgilash, mehnat bozori, kapital, tovarlar mavjudligi, bu bozor iqtisodining ajralmas bo‘g‘ini hisoblanadi, bu yerda *menejment – sohalarni boshqarish va tashkil qilish* vazifasini bajaradi.

Menejmentning boshqaruv faoliyati bozor iqtisodiyoti sharoitida firma va korporatsiyalarda amalga oshadi. Menejment hozirgi zamon adabiyotida keng tarqalgan termin bo‘lib, „tashkilot“ so‘zi bilan ishlatiladi. Keng ma‘noda u bir guruh umumiy faoliyat maqsadida birlashgan odamlar jamoasini bildiradi (ikki va undan ortiq). „**Tashkilot**“ atamasi *firma, korporatsiya, bank, institut, idora* kabilarni anglatadi. Biznes va tadbirkorlik tushunchasi juda ko‘p umumiylikka ega va amalda birini biri almashishi mumkin. Ammo ularning ma‘nosi biroz boshqacharoq. Biznes qandaydir ishni – tijorat amalini yoki alohida korxonalar siyosatini bajarishni bildirishi mumkin. „**Biznes**“ so‘zining ma‘nosi *tijorat, savdo, firma, ishbilarmonlik* faoliyatini bildiradi.

Tadbirkorlik faoliyati – biznesning va iqtisodning turli-tuman sohalari namoyon bo‘ladi. Uning farqlanish xususiyati, uning *aqli faoliyati va chaqqon tashabbuskorligi* bo‘lib, moddiy boylikka to‘la yoki qisman ega bo‘lib ularni o‘z ishini, o‘z biznesini tashkil qilish uchun ishlatadi.

Ko‘rib chiqilgan tushunchalar tizimiga menejment rahbarlarining, mutaxassislarining alohida faoliyat turi sifatida va jamoa ishlari-ni boshqaruvini amalga oshirish kiradi.

Tadbirkor shaxsiy ishga ega, menejer esa ko‘pincha xizmatchi hisoblanadi. Unga mehnati uchun mulk egasi haq to‘laydi.

Menejer – bu tashkilot saviyasining har qanday darajasida xizmatchi hisoblanadi. U odamlar harakatini o‘z maqsadiga erishishga yo‘naltiradi.

Menejer odamlar guruhi birgalikda ishlagan yerda bo‘ladi. Kichik biznesda tadbirkor bir shaxsda mulk egasi va menejer vazifasini birga qo‘shib bajaradi. Aksincha, korporatsiyalarda, yirik firmalarda boshqaruv saviyasidagi menejerlar korpusi bir vaqtda ko‘pincha qisman mulk egasi ham hisoblanadilar. Keng ma‘noda quyidagi uchta so‘z, ya‘ni *biznesmen tadbirkor va menejer*

o'zlarining ma'nolari bilan o'xshashdirlar. Bu faol faoliyat bilan shug'ullanuvchi odam bo'lib, u muvaffaqiyatga erishgan taqdirda yaxshi moddiy foyda keltiradi (daromad, foyda, yuqori oylik, dividendlar, mukofotlar va boshqalar).

Menejmentda ba'zi bir ichki tushunchalar ham bor. Ularning o'zaro munosabatlarini kuzatish mumkin. Bir nechta juft tushunchalarni ko'rib chiqamiz.

Birinchi juft tushunchalar — bu boshqaruv va rahbarlik. Ushbu toifalar tez-tez sinonim sifatida ko'riladi. To'laligicha qaralganda boshqaruv keng ma'noga ega. Uni *aqliy* va *jismoniy jarayon* deb olish mumkin.

Unga bo'ysunuvchilar zaruriy topshiriqlarni va ma'lum masalalarni bajaradilar. Rahbarlik ushbu jarayonda uning alohida elementi bo'lib chiqadi. Ta'sir samarasi hukmronlik darajasiga va rahbarni (menejmentni) bo'ysunuvchilarga ta'sir ko'rsatishiga bog'liq.

Ikkinchi juft tushunchalari — bu boshqaruv va rejalashtirish korxonasi faoliyati ichida rejalashtirish boshqaruvining tarkibiy bo'g'ini bo'lib, uning vazifasi sifatida namoyon bo'ladi. Agar strategik rejalashtirish haqida so'z ketsa, menejment bu holatda yangi sifatga ega bo'ladi: barcha bevosita ishlab chiqarish boshqaruvi bunyod etiladigan strategiyaning maqsad va vazifalariga bo'ysunadi.

Uchinchi juft tushunchalari — bu boshqaruv va tashkil qilish jarayoni. Ishlab chiqarish amaliyotida ushbu ikkita tushuncha o'zaro almashuviga ega, „tashkil qilish“ so'zi keng ma'noda ishlab chiqarish sharoitini bunyod etish va ushlab turishda qo'llaniladi. Tashkil qilish tushunchasi boshqaruvning bir bo'laki bo'lib, rejalashtirish va tashkil qilish esa menejmentning asosiy vazifalaridir.

To'rtinchi juft tushunchalari — bu boshqaruv va nazorat.

Nazorat boshqaruv jarayonining bir qismi, uning vazifasining bir bo'lagidir. Ammo aniq ishlab chiqarish amaliyotida shunday holatlar mavjudki, tashkil qilishdagi hukm surayotgan nazoratning turi va shakllari shunchalik ko'p sonlikki, ba'zida menejment uning barcha vazifalarining o'rnini bosadi. Bu kabi tashkilotlarda nazorat eng kuchli boshqaruv vositasi bo'lib hisoblanadi va o'ta qattiq tavsifga ega.

Yana bir, *beshinchii juft tushunchalarini* ko'rib chiqamiz. *Menejmentning o'zi nima — fanmi yoki san'atmi?* Bu savolga javob berish uncha qiyin emas. *Menejment* — bu shubhasiz boshqaruv fani, chunki bu mavzu ma'lum obyektiv iqtisodiy qonunlarga asoslanadi. Boshqa tomondan, boshqaruv ko'p hollarda rahbarning o'ziga xos qobiliyatlariga, uning odamlar bilan ishlay olishiga,

shaxsiy tashabbusiga, fahm-farosatiga bog'liqdir. Bularning barchasini boshqaruvda ishlata olish — bu san'atdir.

Boshqaruv san'ati — menejmentning, rahbarning qobiliyati, ustomonligi, ijodiyotidir. Shunday qilib, har qanday ijodiy faoliyat sifatida menejment o'zida fan va san'at elementlarini mujassamlashtirgan.

Biz ko'rib chiqqan toifalar, tabiiyki, menejmentning barcha tushunchalarini qamrab ololmaydi. Ularga yetarli sonda boshqa tushunchalar kiradi. *Masalan*, qonuniylik, vazifalar, masalalar, maqsadlar, qarorlar, boshqaruv mexanizmi, taktika, strategiya va boshqalar.

? **Takrorlash uchun savollar**

1. Menejment so'zining mohiyatini aytib bering.
2. Bozor iqtisodiyoti nimalar asosida ko'riladi?
3. Kichik biznesda tadbirkor o'zida qanday vazifalarni birga qo'shib bajaradi?

21. Tadbirkorlarga maslahatlar

Moliya, xususan, biznes sohasida hech kim o'zini har tomonlama bilimdon mutaxassis, deb aytolmaydi. Har birimiz u yoki bu masalalarda xatolarga yo'l qo'yamiz. Biznesda mutlaq ishonchli tushuncha yo'q. Unda har bir odam o'z tashvishida yugurib-yeladi. Biznes dunyosida matematikadagi „aksioma“larni kam uchratamiz. Biroq, shunga qaramasdan, ma'lum qoidalarga amal qilinadi. Ana shunday qoidalardan biznes olamida mashhur nazariyotchi va amaliyotchi **Gerbert Nyuton Kesson** o'zining mashhur „Puldorlik san'ati“ kitobida pul topish va asrash borasida quyidagi 12 ta qoidani tavsiya qiladi:

1. Pulni o'zingiz bilgan narsaga qo'ying.
2. Ta'sirlarga berilmang.
3. Rejalar hisobiga emas, mulk hisobiga pul qiling.
4. Sotish mumkin bo'lgan narsalargagina pul sarflang.
5. O'z foydangizni oling.
6. Bankiringizning so'zlarini tinglang.
7. Narxlar arzonligida sotib olib, qimmatligida soting.
8. Pulingizning har doim aylanib turishini ta'minlang.
9. Qancha pul qo'yish mumkin bo'lsa, shuncha qarz oling.
10. Manmanlik uchun emas, ishingizni rivojlantirish uchun qarz oling.

11. Hech qachon qarz bermang.
 12. Pulingizni butun boshli tarmoqqa qo'yib, narxning tebranishini kuzatib boring.
- Bu qoidalar sarmoyaga ega bo'lgan va uni yo'qotishni istamaganlarga mo'ljallangan.

Tadbirkorlikning o'n qat'iy tamoyili

Bo'lajak tadbirkor quyidagi o'n qoida doirasida faoliyat ko'rsata olishi lozim.

1. Tadbirkorlik faoliyatiga oid g'oya toping

Siz bozorga qanday tovar (mol), xizmat turlarini taklif qilayotganingiz xususida aniq tasavvurga ega bo'lishingiz kerak. Dastlab o'zingiz qila oladigan narsadan nimani sotish mumkinligini hal qilib, so'ngra ishlab chiqarish kerak. Yangilikka intiling.

2. Raqobatdan qo'rqmang

Bu to'g'rida o'ylab turish o'rinsizdir. Chunki bu bozorning muhim regulatorlaridan biridir. Esda tutingki, raqobatchilarga qarshi kurashda sizda uch beqiyos qurol mavjuddir. Ular:

- sifat;
- baho;
- reklama.

Jahon bozori tajribasida raqobatning quyidagi shart-sharoitlari mavjud:

- Agar raqobatchilar kuchi teng va strategiyalar bir-biriga o'xshash bo'lsa, bozorda muvozanat uzoq saqlanmaydi, ular o'rtasida kelishmovchilik susaymaydi.
- Sizning raqobatchingiz hamma narsadan xabardor deb biling.
- Raqobatchilar g'ashini keltiradigan harakatlar qilmang.
- Sizning harakatlaringiz o'zingizning imkoniyatlaringizga mos ekanligiga raqobatchingizni ishontiring.

Firmaning bozordagi ulushlariga qarab, raqobat ko'rsatkichlari aniqlanadi:

- Ilg'or (zo'ravon) — 40 foiz.
- Ilg'orlikka da'vogar — 30 foiz.
- O'rtamiyona — 20 foiz.
- Bozorda uncha omadi kelmagan — 10 foizgacha.

3. Sifatsiz mahsulotni ishlab chiqarishga yo'l qo'ymang

Sifat — bu iste'mol xususiyatlarining majmuasidir. Xaridorga oxir-oqibatda bunday buyumlar yoki xizmatlar kerak emas. Unga oldida turgan muammoning yechimi, ehtiyojning qoniqtirilishi kerak. Aynan shu katta pul turadi va nisbatan yuqori foyda keltiradi. *Masalan*, devor bloklarini ishlab chiqarish va sotish mumkin. Ammo butun kuch-quvvatini, xaridorga tayyor uy taklif qilish ancha foydalidir.

Ish sifati uchun shaxsiy mas'uliyat, qolaversa na ko'rsatmalar, na buyruqlar kafolat bo'la olmaydi. „*Risoladagi odam yomon ishlamaydi, yomon ishlash — uyat*“ shiori ostida ijodiy imkoniyatlarni izlang.

4. Biznes-reja tuzing

Agar o'z faoliyatingizni biznes-rejasiz boshlasangiz tez orada inqirozga uchrab, sinib qolishingiz hech gap emas. Biznes-reja shunday narsaki, u yaqin kelajakda biz uchun ko'nikarli bo'lib qolgan texnik-iqtisodiy hujjatlarning o'rnini egallaydi. *Unda*:

- Nima sotish kerak?
- Ularni nimadan tayyorlash kerak?
- U qancha turadi?
- Kim uni sotib oladi?
- Xaridorlar tovar haqida bilishlari uchun nima qilish kerak?
- Sotuvni qanday qilib kengaytirish kabi masalalar o'z aksini topadi.

5. Narxni tushirishdan xavfsiramang

Bilingki, faqat narxlar raqobati orqali talab va taklif muvozanati ta'minlanadi. Narx qancha past bo'lsa, talab shuncha oshadi. Iloji boricha narxni tushirishdan qo'rqmang. Foyda ikkita buyumni qimmat sotishda emas, balki ikki ming, ikki yuz ming, million xaridorga o'z tovaringizni yoki xizmatingizni ularga mos narxda sotishingizdir.

6. Tovaringizni reklama qiling

Reklama — bu raqobatchilarga qarshi kurashning uchinchi qurolidir. Mahalliy gazetalarda o'z faoliyatingiz haqida ma'lumotlar bering. E'lonlar, plakatlariga buyurtma bering va ularni odamlar gavjum joylarga yopishtirib chiqing.

Sotmoqchi bo'lgan narsangiz xususidagi ma'lumotlarni qanday qilib qisqa va aniq bayon qilish haqida o'ylab ko'ring.

7. Kredit olishdan qo'rqmang

Siz pul topib kreditni qaytarasiz yoki pul topmaysiz va uni qaytarmaysiz. Bor muammo shu! Yuqori kredit foizlari — bu bank tavakkalchiligi uchun to'lovdir. Bankdan uy qurish uchun kredit oling, uni qurib ishlab chiqarish fondi (bazasi) sifatida foydalaning. Xo'jalik bloki qursangiz — bu Sizning omborxonangiz bo'ladi.

O'sha joydan yana kredit oling va mashina sotib oling. Mashinasiz biror ishni bajarish juda qiyin yoki mashinani haydovchisi bilan ijaraga oling.

8. Xayrixoh va ochiqko'ngil bo'ling

Chunki har qanday amaldor, faoliyat bo'yicha har qanday hamkoringiz, har qanday qo'l ostingizdagi xodim — bu xuddi Siz kabi insondir. Qanaqa odam bilan birga ishlash shaxsan Siz uchun yoqimli. O'zingiz ham shunday bo'ling va qo'l ostidagilaringizdan birdaniga ko'p narsa talab qilmang.

Kishilar bilan munosabatda aytilmagan narsani anglashga o'rganing. *Ishda uch „ inkor“ga amal qiling:*

- g'azablanmang;
- o'zingizni yo'qotmang;
- hovliqib ketmang.

Qo'l ostingizdagi qobiliyatlilarni cho'chitmang. Korxonalar maqsadlariga erishish uchun xodimlarga imkon boricha eng ko'p erkinlik bering. Inson uchun kamsitishdan ko'ra, achchiqroq va alamliroq narsa yo'qligini yodda tuting. Kamsitish hech qachon unutilmaydi va kechirilmaydi. Adolatsizlik qilishdan qo'rqing — u insonni juda qattiq ranjitadi. Xayrixohlik va hamdardlik ko'pincha puldan qadrliroq. Barchani tinglay biling, sabr-toqatli bo'ling.

9. Hamma tuxumni bir savatda saqlamang

Bir ishingiz oldinga ketdimi, unga darhol boshqasini ulang. Biri bo'lmasa yoki to'xtab qolsa, ikkinchisi yurishib ketadi. Dastlab, Siz mashinalar ijarasi va prokatni tashkil qiling, so'ngra esa ularning ta'mirlanishini, keyin esa ehtiyot qismlarini sotishni tashkil qiling.

10. Esda tutingki, bugun asosiy kapitalingiz Sizning o'zingiz va Sizdagi vaqtdir

Bu kapitalni kun davomida 24 soat samarali ishlashga majbur qiling. Dunyoda qadrli narsalar ko'p: *mulk, kasb*. Lekin yana ham qadriroq narsa — bu *vaqt*. *Vaqt — misoli otilgan o'q*. Vaqt qaytmaydi. Vaqt hamma narsani o'zlashtiradi, lekin biz uni tutib qola olmaymiz. Biz uni orqaga qaytara olmaymiz. Bu mumkin emas.

Vaqt — bu oliy hakam. Uni hech kim yengolmaydi. U yengilmasdir. Biz „hozir“ deymiz, lekin bu lahzada faqat bir martagina bo'ladi. Agar shu lahzani qo'ldan chiqarsak, uni boshqa qaytara olmaymiz, bu „hozir“ hozirning o'zidayoq butunlay g'oyib bo'ladi. Bu — vaqtdir.

Mana nima uchun biz vaqtni qadrlamog'imiz darkor. Mulkka va kasbga ega bo'lish mumkin, lekin boy berilgan vaqtga — hech qachon.

Bir kecha-yu kunduz 24 soatdan iborat. Bu hamma uchun bir xil. Lekin gap bu 24 soatdan qanday foydalanishda! Faraz qilaylik, agar biror kishi boshqalardan ko'ra uch barobar ko'proq ishlayapti yoki o'qiyapti. Bu holda uning uchun kecha-yu kunduz 24 soat emas, 72 soatdan iborat. Biz bunda soatlar miqdori yoki umuman, sarflangan vaqtni emas, balki, unumli, sifatli foydalanilgan vaqtni hisobga olmog'imiz lozim.

Mavzularni o'zlashtirishni nazorat qilish uchun test savollari

1. *Tadbirkorlik — bu:*

- A) qonun hujjatlariga muvofiq daromad olishga qaratilgan tashabbuskor faoliyat;
- B) bozor iqtisodiyotida xo'jalik yuritishning asosiy subyekti hisobalanadi;
- C) tadbir bilan, puxta o'ylab ish tutadigan kishi;
- D) yuridik va jismoniy shaxslar tomonidan mahsulot ishlab chiqarish (xizmatlar ko'rsatish) yo'li bilan tavakkal qilib, o'z mulkiy javobgarligi ostida amalga oshiriladigan tashabbuskor faoliyat;
- E) A; E.

2. *Quyidagi keltirilgan pul topish yo'llarining qaysi bir turi tadbirkorlikka kirmaydi?*

- A) yollanib ishlash orqali pul topish;
- B) yerni ijaraga berib, renta olish hisobiga pul topish;
- C) pulni bankka qo'yib, foiz olish hisobiga pul topish;
- D) pulni qarzga berib, foiz olish hisobiga pul topish;
- E) noto'g'ri javob yo'q.

3. *Biznes – bu:*

- A) tadbirkorlikning eng asosiy elementidir;
- B) ruxsat etilgan jamiyat a'zolariga naf keltiruvchi faoliyat bilan shug'ullanib, pul, daromad topishni bildiradi;
- C) shaxsiy boylik, foyda orttirishga qaratilgan ish;
- D) puldan pul keltirib chiqarishdir;
- E) A; B; D.

4. *Biznesmen – bu:*

- A) biznes bilan shug'ullanuvchi shaxs;
- B) biznes bilan shug'llanuvchi tashkilot;
- C) yerni ijaraga berib, renta olish orqali pul topuvchi shaxs;
- D) pulni bankka qo'yib, foiz olish orqali pul topuvchi shaxs;
- E) pulni qarzga berib, foiz orqali pul topuvchi shaxs.

5. *Quyida keltirilganlarning qaysi biri tadbirkorlik shakllariga taalluqli?*

- A) yakka tartibdagi mehnat faoliyati;
- B) xususiy tadbirkorlik faoliyati;
- C) jamoa tartibidagi mehnat faoliyati;
- D) aralash tadbirkorlik;
- E) noto'g'ri javob yo'q.

6. *Xususiy tadbirkorlikning yakka tartibda faoliyat ko'rsatayotgan tadbirkorlikdan farqi shundaki, bu yerda faoliyat ko'rsatuvchilar o'z faoliyatini*

- A) yollanma ishchi kuchi yordamida olib boradilar;
- B) yollanma ishchi kuchisiz olib boradilar;
- C) yollanma ishchi kuchini qisman jalb qilish yordamida olib boradilar;
- D) B; D;
- E) noto'g'ri javob yo'q.

7. *Yakka tadbirkorlik – bu shunday faoliyat (korxon)ki, uning egasi butun daromad va biznesning butun tavakkalchiliginis*

- A) to'la o'z zimmasiga oluvchi bir kishidir;
- B) to'la o'z zimmasiga oluvchi bir oiladir;
- C) to'la o'z zimmasiga oluvchi bir necha oiladir;
- D) A; B;
- E) to'g'ri javob yo'q.

8. *Quyida qayd qilingan javoblarning qaysi biri yakka tadbirkorlikning afzallik tomonlari bo'lib hisoblanadi?*

- A) faoliyat muddatining noaniqligi;
- B) cheklanmagan javobgarlikning hukm surishi;
- C) ixtisoslashgan menejmentlarning yetishmasligi;
- D) faoliyatning konfidensialligi;
- E) zaif poydevorga ega ekanligi.

9. *Quyida qayd qilingan javoblarning qaysi biri kichik va o'rta biznesning afzalliklari hisoblanadi?*

- A) moslashuvchanlik va tezkor qarorlar qabul qilish imkoniyati;
- B) mahalliy shart-sharoitlarga tez ko'nikma hosil qilishi;
- C) operatsion xarajatlarning kamligi;
- D) tezlik bilan moddiy yutuqqa erishish imkoniyati;
- E) noto'g'ri javob yo'q.

10. *Quyida qayd etilgan javoblarning qaysi biri kichik va o'rta biznesning kamchiliklariga taalluqli?*

- A) tadbirkorning yakka javobgar ekanligi;
- B) bir necha kasbni qo'shib olib borish imkoniyati;
- C) operatsion xarajatlarning kamligi;
- D) mehnat resurslarining kamroq jalb qilinishi;
- E) moslashuvchanlik imkoniyati.

11. *Xususiy firmalarda:*

- A) „kemaga tushganning joni bir“ qoidasiga amal qiladi;
- B) firma mulki firma a'zolarining hissaviy badallari asosida shakllanadi;
- C) yakka sohib emas, balki jamoa sohiblik qiladi;
- D) o'zgalarni yollab o'z faoliyatlarini olib boradilar;
- E) firma a'zolari xo'jalik shartnomasi asosida ish yuritadilar.

12. *O‘zbekiston Respublikasi qonunlariga ko‘ra, sanoat va qurilishda kichik korxonalar turkumiga, odatda, hisobot davrida ulardagi xodimlarning o‘rtacha soni quyidagi chegaradan oshmagan korxonalariga kiradi:*

- A) 100 nafargacha;
- B) 75 nafargacha;
- C) 50 nafargacha ;
- D) 25 nafargacha;
- E) 40 nafargacha.

13. *O‘zbekiston Respublikasi qonunlariga ko‘ra noishlab chiqarish sohasida kichik korxonalar turkumiga, odatda, hisobot davrida ulardagi xodimlarning o‘rtacha soni quyidagi chegaradan oshmagan korxonalar kiradi:*

- A) 25 nafargacha;
- B) 20 nafargacha;
- C) 15 nafargacha;
- D) 10 nafargacha;
- E) 5 nafargacha.

14. *O‘zbekiston Respublikasi qonunlariga ko‘ra, chakana savdoda kichik korxonalar turkumiga odatda, hisobot davrida ulardagi xodimlarning o‘rtacha soni quyidagi chegaradan oshmagan korxonalar kiradi:*

- A) 15 nafargacha;
- B) 5 nafargacha;
- C) 10 nafargacha;
- D) 7 nafargacha;
- D) 6 nafargacha.

15. *Hissadorlik jamiyati — bu:*

- A) jismoniy shaxslar kapitallarining birlashuvi bo‘lib, u aksiyalar chiqarish yo‘li bilan tashkil etiladi;
- B) mulk egalari tomonidan bir qancha mustaqil hissadorlik jamiyatlari faoliyatini nazorat qilish maqsadida tashkil etilgan hissadorlik jamiyatidir;
- C) davlat mulki bo‘lgan va uning nazorati ostida ishlovchi korxonadir;
- D) yuridik shaxslar kapitallarining birlashuvi bo‘lib, u aksiyalar chiqarish yo‘li bilan tashkil etiladi;
- E) noto‘g‘ri javob yo‘q.

16. *Biznes-reja* – bu:

- A) korxon(a)ning rivojlanish strategiyasini belgilab beruvchi asosiy hujjatdir;
- B) asosan, ishlab chiqarish bo‘limining rejasidir;
- C) asosan, marketing bo‘limining rejasidir;
- D) asosan, tashkiliy rejadir;
- E) asosan, moliyaviy rejadir.

17. *Biznes-rejaning qaysi qismida uning asosiy maqsadlari va xulosalari o‘z aksini topishi lozim.*

- A) ishlab chiqarilgan mahsulot yoki ko‘rsatiladigan xizmatlar qismida;
- B) ishlab chiqarish rejasi qismida;
- C) moliyaviy reja qismida;
- D) kirish qismida;
- E) marketing qismida.

18. *Buxgalteriya balansining aktiv qismida:*

- A) xo‘jalik mablag‘lari turlarining holati aks ettiriladi;
- B) xo‘jalik mablag‘larining tashkil topish manbalari va ulardan foydalanish aks ettiriladi;
- C) asosiy vositalar va aylanma mablag‘lar holati va ulardan foydalanish samaradorligi aks ettiriladi;
- D) daromadlar ahvoli aks ettiriladi;
- E) xarajatlar ahvoli aks ettiriladi.

19. *Auditning tarixiy vatani* – bu:

- A) AQSH;
- B) Angliya;
- C) Germaniya;
- D) Fransiya;
- E) Italiya.

20. *Fond birjasi* – bu:

- A) valuta bozorini o‘tkazadigan va valutarlar kotirovkasini amalga oshiradigan joy;
- B) ommaviy tovarlarni sotadigan joy;
- C) qimmatli qog‘ozlar bilan oldi-sotdi muomalasini olib boradigan joy;
- D) ish kuchini oldi-sotdi munosabatlarini bajaradigan joy.

21. *Dunyodagi birinchi fond birjasi:*

- A) 1775-yilda Londonda tashkil etilgan;
- B) 1773-yilda Londonda tashkil etilgan;
- C) 1873-yilda Nyu-Yorkda tashkil etilgan;
- D) 1875-yilda Tokioda tashkil etilgan.

22. *Mahsulotni ishlab chiqarishdan boshlab toki uni sotishni tashkil etilishigacha bo'lgan majmuyiy tizim – bu:*

- A) menejment;
- B) audit;
- C) marketing;
- D) buxgalteriya.

23. *Marketing konsepsiyasining bozor munosabatlari tizimi nechta elementni o'z ichiga oladi?*

- A) 2 ta;
- B) 3 ta;
- C) 4 ta;
- D) 5 ta.

24. *Menejment – bu:*

- A) boshqaruv hokimiyati va san'atidir;
- B) resurslarni boshqarish bo'yicha alohida mohirlik va ma'muriy ko'nikmadir;
- C) o'ziga xos yuksak san'at va mahoratni talab qiluvchi tanlovdir;
- D) A; B;
- E) noto'g'ri javob yo'q.

25. *Menejer – bu:*

- A) yollanma boshqaruvchi bo'lib, aholining alohida ijtimoiy qatlamidir;
- B) maxsus tayyorgarlik ko'rgan, boshqarishning sir-asrorlari va qonun-qoidalarini chuqur biluvchi malakali mutaxassisdir;
- C) boshqaruvchi;
- D) A; B;
- E) noto'g'ri javob yo'q.

22. ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. **I. A. Karimov.** O'zbekiston iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo'lida. Toshkent, „O'zbekiston“, 1995- yil.
2. **I. A. Karimov.** Iqtisodiyotni erkinlashtirish, resurslardan tejamkorlik bilan foydalanish bosh yo'limiz. Toshkent, „O'zbekiston“, 2002- yil.
3. „Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida“gi O'zbekiston Respublikasi Qonuni. T.: 2000- yil 25- may.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining „Xususiy tadbirkorlik, kichik va o'rta biznesni rivojlantirishni rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida“gi Farmoni. 1998- yil fevral.
5. **S. S. G'ulomov.** Tadbirkorlik va kichik biznes. Toshkent, 1998- yil.
6. **Sh. Abdullayeva.** Pul, kredit va banklar. Toshkent, „Moliya“ nashriyoti, 2000-yil, 312 b.
7. **M. Hakimova.** Makroiqtisodiyot. Toshkent, „Mehnat“, 1997-yil.
8. Firma faoliyatini rejalashtirish (o'quv qo'llanma), Namangan, 1999- yil.
9. **Y. Abdullayev.** Bozor iqtisodiyoti asoslari: 100 savol va javob. Toshkent, „Mehnat“, 1997- yil.
10. **Y. Abdullayev, T. G'oraliev.** Pul: 100 savol va javob. Toshkent, „Mehnat“, 1996- yil.
11. **M. Rasulov.** Bozor iqtisodiyoti asoslari. Toshkent, „O'zbekiston“. 1999- yil.
12. **M. Sharifxo'jayev, Y. Abdullayev.** Menejment: 100 savol va javob. Toshkent, „Mehnat“, 2000- yil.
13. **Y. Davlatov, S. Ahmedov, R. Davlatov.** Qurilishda biznes-rejalashtirish. TAQI, Toshkent, 2001- yil.
14. **Egamberdiyev E., Xo'jaqulov H.** Kichik biznes va tadbirkorlik. Toshkent, „Ma'naviyat“. 2003- yil, 144 bet.
15. **Б. Хасанов, А. Вахобов** и др. „Малый бизнес и предпринимательство проблемы и решения“. Т., ТМИ, 2002.

MUNDARIJA

So'zboshi	3
I bo'lim. Mikroiqtisodiyot asoslari	
1. Fanning vazifalari	4
2. Bozor tizimi	5
3. Talab va taklif. Mukammal va nomukammal raqobat bozori	9
4. Ishlab chiqarish xarajatlari va foyda. Bozor iqtisodiyoti sharoitida firmalar faoliyati nazariyasi	15
5. Baholash va ishlab chiqarish samaradorligi	18
6. Ishlab chiqarish omillari va daromadlar taqsimoti	21
II bo'lim. Makroiqtisodiyot asoslari	
7. Fanning vazifalari	30
8. Pul	31
9. Banklar va pul-kredit siyosati	34
10. Budjet. Soliqlar. Davlatning fiskal siyosati	37
11. Iqtisodiy sikl. Inflatsiya, bandlilik	41
12. Makroiqtisodiyot muvozanati	44
13. Xalqaro savdo. Valuta kursi va valuta tizimlari	47
III bo'lim. Tadbirkorlik asoslari	
14. Tadbirkorlik tushunchasi va uning mohiyati	56
15. Kichik va o'rta biznesni tashkil etish	60
16. Biznes-reja	66
17. Buxgalteriya hisobining elementlari	70
18. Birja va birja faoliyati	74
19. Bozorni o'rganish. Marketing	76
20. Menejment	80
21. Tadbirkorlarga maslahatlar	83
22. Adabiyotlar ro'yxati	93

ULUG'BEK ILYOSOVICH INOYATOV
SULTON ILYOSOVICH AHMEDOV
RAVSHAN IBRAGIMOVICH NURIMBETOV

IQTISODIYOT VA TADBIRKORLIK

*Kasb-hunar kollejlari uchun
o'quv qo'llanma*

Toshkent „O'qituvchi“ 2004

Muharrir *S.Mirzaxo'jayev*
Badiiy muharrir *Sh.Qahhorov*
Texnik muharrirlar *S.Tursunova, T. Greshnikova*
Kompyuterda sahifalovchi *K. Hamidullayeva*
Musahhah *D. Umarova*

IB № 8334

Original-maketdan bosishga ruxsat etildi 12.07.2004. Bichimi 60x90^{1/16}.
Kegli 11,10 shponli. Garn. tayms. Ofset bosma usulida bosildi. Bosma t. 6,0.
Nashr. t. 6,0. 2000 nushada bosildi. Buyurtma №

„O'qituvchi“ nashriyoti, Toshkent, 129. Navoiy ko'chasi. 30. Shartnoma
№ 07—67—04.

O'zbekiston Matbuot va axborot agentligining Toshkent kitob-jurnal
fabrikasida chop etildi. Toshkent, Yunusobod dahasi, Murodov
ko'chasi, 1- uy. 2004.

Inoyatov U. va b.

Iqtisodiyot va tadbirkorlik: Kasb-hunar kollejlari uchun o'quv qo'llanma / **Mualliflar:**

U. Inoyatov, S. Ahmedov, R. Nurimbetov.

— T.: „O'qituvchi“, 2004. 96 b.