

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI**

Shodibekova D. A.

KICHIK BIZNESNI BOSHQARISH

O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi
oily o'quv yurtlariaro ilmiy-uslubiy birlashmalar faoliyatini
muvofiglashtiruvchi kengash tomonidan oily o'quv yurtlarining
iqtisodiy ta'lim yo'nalishlari talabalari uchun o'quv qo'llanma
sifatida tavsiya etilgan

O'zbekistan yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi
nashriyoti

Toshkent-2010

Shodibekova D. A. © “Kichik biznesni boshqarish” (o’quv qo’llanma). - 2 -nashr, qayta ishlangan - T.: O’zbekistan yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg’armasi nashriyoti, 2010. 280 bet.

Ushbu o’quv qo’llanmada kichik biznesning mohiyati va iqtisodiyotda tutgan o’rni, uning rivojiga ta’sir etuvchi omillar, xorijda va O’zbekistonda kichik biznesning shakllanishi va rivojlanishi, kichik biznes faoliyatini tashkil etish, rejalashtirish, litsenziyalash, sertifikatlash va standartlashtirish, kadrlarni tanlash va o’qitish, boshqarish, kichik biznesni bank xizmati bilan aloqalari, uni moliyaviy holati va kredit bilan ta’minlash shakllari, kichik biznesda investitsiyalarni loyixaviy tahlili, kichik biznesda joymasalalari, franchayzing, bankrotlik ko’rsatib berilgan. Shuningdek ushbu qo’llanmada kichik biznesni tashqi iqtisodiy aloqalari, uni axborot bilan ta’minlash usullari, kichik biznes korxonalarida marketing faoliyatini tashkil etish yo’llari, kichik biznesni boshqarishning dolzarb muammolari batafsil bayon etilgan.

O’quv qo’llanma iqtisodiy ta’lim yo’nalishidagi oily o’quv yurtlarining bakalavrlari, magistrleri, professor-o’qituvchilari va ilmiy-tadqiqotchilariga mo’ljallangan.

M a'sul muharir:

Qosimova M.S.- TDIU Xalqaro

biznes” fakulteti

dekani, iqtisod fanlari doktori, professor

Taqrizchilar : **Xaydarov N.H.** - Ozb. Respublikasi

Prezidenti

huzuridagi DJQA “Marketing va audit” kafedrasini
mudiri, i.f.d, prof.

Isakov V.Yu.- iqtisod fanlari nomzodi,

TDIU “Mikro-

macroekonomika”

kafedrasini

dozenti,

TDIU

Samadov A.N.- iqtisod fanlari nomzodi ,
Marketing” kafedrası dotsenti,
Abduvohidov O- TDIU Ichki monitoring
bo’limi

boshlig’i iqtisod fanlari nomzodi, dozent
Safarov“B.J. - iqtisodfanlari doktori
“Marketing” kafidrası professori,

Шадьбекова Д. А. Управление малым бизнесом (учебное пособие) .: 2- изд. Перер. и дополн. - - Т,Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2010. 280с.

В этой учебной пособии говорится о сути малого бизнеса и его значении в экономике, о факторах его развития, о формах малого бизнеса в Узбекистане и за рубежом, о значении организации и развития малого бизнеса. Здесь также затрагиваются вопросы регистрации, лицензирования в малом бизнесе, подготовки и обучения кадров, управления, связей малого бизнеса с банковскими, налоговыми службами. Эта учебная разработка обсуждает также формы финансового и кредитного обеспечения малого бизнеса, лизинг, франчайзинг. Также, эта учебная пособия вкратце представляет внешне экономические связи малого бизнеса, методы использования маркетинга на предприятиях малого бизнеса, актуальные проблемы малого бизнеса. Учебные пособие предназначена для студентов вузов, и колледжей, слушателей школ бизнеса, а также всех тех, кто интересуется предпринимательской деятельностью.

Ответственный редактор:

факультета

Ташкентского

Касьмова М.С.- декан

“Международный бизнес”

Государственного

Экономического
экономических

Университета, доктор
наук, профессор

Рецензенты: 1. **Хайдаров Н.Х.** - зав. каф." "Маркетинг и аудит"
Государственной Академии Строительства
государства
и общества при Президенте Республики
Узбекистан,
доктор экономических наук, профессор
2. **Исаков М-** Кандидат экономических наук,
доцент кафедры "Микро-
макроекономика"
3. **Самадов А.Н.** , кандидат экономических наук,
Доцент кафедры "Маркетинг" ТГЭУ
Эксперты: **Абдувахидов О.-** Начальник отдела внутреннего
контроля и мониторинга Государственного Экономического
Университета, доктор
экономических наук,
профессор
Сафаров Б.Ж. - Кандидат
экономических наук,
доцент кафедры "Маркетинг" ТГЭУ

Shodibekova D. A. Management of small business
(manual) – Т.: pub. LFUWU, 2010, 280 p.

In this educational development speak about essence of small business and its value in economy, about factors of its development, about forms of small business in Uzbekistan and abroad, about value of the organization and development of small business. Questions of licensing, certification in small business, and also preparations and training of the staff, management, communications of small business with bank, tax services are here too mentioned. This educational development discusses also forms of financial and credit maintenance of small business, the design

analysis of investments in small business, leasing, franchising, externally economic relations. Thus, this curriculum in brief represents externally economic relations of small business, information methodical development, methods of use of marketing at the enterprises of small business, actual problems of small business.

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

Responsible editor: Qosimova M.S -Dekan of International Business Faculty

Doctor of economic science, professor.

Referents: Reviewers: Khaydarov N.K. head of "Marketing and auditing" department at the academy of state and social construction under

president of the republic of Uzbekistan

Isacov M. -Candidate of Economic Sciences . Dotsent

of

Mikro-makroekonomi" Department TSEU

Samadov A.- Candidate of Economic Sciences .

Dotsent of " Marketing" Department TSEU

Experts : Abduvahidov O. Head of internal control and monitoring Department at State Economic University, doctor of Economic Sciences professor

Safarov" B.J. - Candidate of Economic Sciences . Dotsent of " Marketing" Department TSEU

KIRISH

Fanni organishning dolzarbligi. Respublikamiz mustaqillikka erishgandan so'ng iqtisodiyotni rivojlantirish, isloh qilish va erkinlashtirish uchun keng imkoniyatlar yaratildi. Prezident

I.A.Karimov tomonidan ishlab chiqilgan bozor iqtisodiyotiga o'tish uchun tanlangan yo'l to'g'riligi va tamoillarini ta'sirchanligi hayot sinovlarida tekshirilib, o'z isbotini topdi. Hozirgi kunda mazkur tamoillarni amalga oshirish natijasida, O'zbekiston Respublikasida bozor iqtisodiyoti munosabatlari keng joriy etilib, ijtimoiy-siyosiy barqarorlik va sezilarli iqtisodiy o'sish amalga oshirilmoqda. Xususiyl sektorni kengaytirish, kichik biznes, fermer xo'jaliklari va tadbirkorlikni jadal rivojlantirish borasida tub burilishga erishildi. Hozirgi kunda kichik tadbirkorlik(biznes)ning yalpi ichki mahsulot hajmidagi ulushi 48% ni tashkil etdi. Bunga ko'p jihatdan huquqiy bazani mustahkamlash, iqtisodiyotni mazkur sektori uchun qulaylik, imtiyoz va kreditlar tizimini shakllantirish tufayli erishildi.

Islahotlarni chuqurlashtirish, iqtisodiyotni liberalizatsiyalashtirish, kichik biznesni rivojlantirish, korxonalar faoliyati samaradorligini oshirish, ishlab chiqarishni va eksportni rivojlantirish, mavjud zahiralardan tejamkorlik bilan foydalanish asosida sifatli va arzon xalq iste'moli tovarlari ishlab chiqarib, xalq turmush farovonligini oshirishni ta'minlovchi mutaxassis kadrlar yetishtirish bugungi kunning **dolzarb vazifalaridan** biri hisoblanadi. Mamlakatimiz prezidenti ta'kidlaganidek:" Agar biz o'z vaqtida uzoqni ko'zlab ertaga hayotga kirib kelayotgan yoshlarimizning chuqur bilim va kasb-hunar egallashi uchun zamin yaratmasak, ularni zamon talab qiladigan mutaxassis kadrlar etib tayyorlamasak, bugungi kunda butun dunyoni qamrab olgan moliyaviy-iqtisodiy inqiroz davrida yurtimizda tinchlikni saqlab, iqtisodiyotimizning barqaror o'sish sur'atlarini ta'minlashga, ayni shunday og'ir sharoitda xalqimiz hayotining tobora yuksalishiga erisha olarmidik.

Fan bo'yicha o'quv adabiyotlarning qiyosiy tahlili. Bozor

iqtisodiyoti asoslari, jumladan xususiy mulk shakllariga asoslangan korxonalar faoliyati ilmiy tadqiqotchilar tomonidan ko'p yillar davomida har tomonlama o'rganilib kelingan.

Kichik biznes muammolarining ayrim nazariy va amaliy yo'nalishlari chet ellik iqtisodchi olimlar K.Dj.Kempbell, Djon Berdjies, Den Shtaynxoff, X.Shvalbe, E.A.Utkin, M.M. Maksimtsov, V.Ya.Gorfinkel va boshqalarning ilmiy ishlarida yoritib berilgan.

Respublikamizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish va kengaytirishning nazariy muammolari bilan iqtisodchi olimlar: S.S. G'ulomov, Yo.A. Abdullaev, V.B. Berkinov, B.Yu. Xodiev va boshqalar shug'ullanib kelmoqdalar. Jumladan, S.S. G'ulomovning "Tadbirkorlik va kichik biznes", M.S.Qosimova, B.Yu Xodiev va boshqalarning "Kichik biznesni boshqarish" o'quv q o'llanmasida kichik biznesning shakllanishi va rivojlanishi, kichik biznes tashkiliy formalari, rejalashtirish, litsenziyalash, boshqarish psixologiyasi, kichik biznesni moliyaviy holati va kredit bilan ta'minlash, kichik biznesda marketingni xususiyatlari ko'rib chiqilgan.

Respublikada amalga oshirilayotgan islohatlarni sifat jihatdan yangi bosqichga ko'tarishda jahon moliyaviy iqtisodiy inqirozini salbiy oqibatlarini kamaytirishda iqtisodiy bilimlar mustahkam zamin bo'ladi. "Kichik biznesni boshqarish" fani hozirgi vaqtda iqtisodiy fanlarning asosiyalaridan biri bo'lib, uni zamon talabida talqin qilish, o'qitish, o'zlashtirish va amaliyotga tadbiiq etish juda ham dolzarb masaladir. Islohotlarni chuqurlashtirish, iqtisodiyotni liberalizatsiyalashtirishni asosiy negizi sifatida kichik biznesni rivojlantirishga bo'lgan e'tibor kichik biznes boshqaruvchilaridan

katta bilimlarni talab qiladi. Hozirgi kunda nodavlat sektorida iqtisodiyotda band bo'lgan kishilarning to'rt dan uch qismi mehnat qilmoqda. Jahon moliyaviy iqtisodiy inqirozini salbiy oqibatlarini kamaytirish va ularning daromadini oshirish har bir tadbirkordan ishni nimadan va qanday boshlash kerak, uni qanday tashkil etish va boshqarish kerakligi haqida ko'nikmaga ega bo'lishni taqqozo etadi. Shu jihatdan olib qaraganda ushbu o'quv qo'llanma jahon moliyaviy iqtisodiy inqirozini salbiy oqibatlari natijasida vujudga kelgan muammolarni hal etishga muhim hissa qo'shadi. O'zbek tili lotin imlosida tayyorlangan ushbu o'quv qo'llanma "Kichik biznesni boshqarish" fani o'quv dasturi asosida tayyorlangan. Ushbu fanning asosiy vazifasi iqtisodiy bilimlarning amaldagi yutuqlaridan biznes faoliyatida maqsadga muvofiq foydalanishi, kichik biznes korxonalarining samaradorligini oshirish va uning asosida jahon moliyaviy iqtisodiy inqirozi sharoitida xalq farovonligini yuksaltirish yo'llarini talabalarga o'rgatishdan iboratdir.

Mazkur o'quv qo'llanmada kichik biznesning mohiyati va jahon moliyaviy iqtisodiy inqirozi sharoitida iqtisodiyotda tutgan o'rni, uning rivojiga ta'sir etuvchi omillar, xorijda va O'zbekistonda kichik biznesning shakllanishi va rivojlanishi, kichik biznesni boshqarish, bank soliq xizmati bilan aloqalari, uni moliyaviy holati va kredit bilan ta'minlash imtiyozlari, kichik biznesda investitsiyalarni loyihaviy tahlili, kichik biznesda lizing, franchayzing, bankrotlik ko'rsatib berilgan. Shuningdek ushbu qo'llanmada kichik biznesni tashqi iqtisodiy aloqalari, kichik biznes korxonalarida marketing faoliyatini tashkil etish yo'llari batafsil bayon etilgan. Mamlakatimiz prezidenti ta'kidlaganidek: "...davlat ta'lim standartlarini, o'quv dasturlari va o'quv adabiyotlarini takomillashtirish, oliy va o'rta maxsus ta'lim

tizimida ta'lim yo'nalishlari va mutaxassisliklarini bugungi kun talablari nuqtai nazaridan qayta ko'rib chiqish zarur.

Qo'yilgan bunday dolzarb vazifani bajarish maqsadida tayyorlangan ushbu o'quv qo'llanmaning ikkinchi nashri jahon moliyaviy iqtisodiy inqirozi sharoitda iqtisodiyotdagi barcha o'zgarishlar hisobga olingan va u inqirozni salbiy oqibatlari natijasida mamlakatimizda vujudga kelgan muammolarni hal etishga muhim hissa qo'shadi degan umiddamiz. Qo'llanma oliy o'quv yurtlarining iqtisodiy mutaxassisliklari bo'yicha ta'lim olayotgan bakalavriat talabalari, magistratura eshituvchilari va boshqa shu soha bilan qiziquvchilarga mo'ljallangan.

1-BOB: KICHIK BIZNESNING MOHIYATI

1.1 Kichik biznes tushunchasi.

“Biznes” so'zi inglizcha so'z bo'lib, u tadbirkorlik faoliyati yoki boshqacha so'z bilan aytganda kishilarni foyda olishga qaratilgan faoliyatidir. 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, ma'lum ma'noda tijorat, savdo-sotiq kabi tushunchalar hisoblanadi. Umumiy ko'rinishda biznes - bu kishining bozor munosabatlari tizimidagi ishchanlik va faolligidir.

Kichik biznes ta'rifini uning mazmuni bilan bog'lash lozim. Yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, kichik biznes xarakterida tadbirkorlik bilan uyg'unlik mavjud. Chunki, kichik biznes sub'ekti hech qachon o'zgarmas faoliyat ko'lamida qolishni ko'zlamaydi, aksincha,

rivojlanib, faoliyatini kengaytirib borishga intiladi.

Mashhur amerikalik iqtisodchi Yozef **Shumpeter**(1883-1950) o'zining "Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi" kitobida tadbirkorni novator, ya'ni yangilik yaratuvchi odam sifatida ta'riflagan. "Tadbirkorning vazifasi yangi kashfiyotlarni amalga tadbiriq qilish orqali ishlab chiqarish uslubini reforma qilish(yangilash)dan iborat. Keng ma'noda ko'rib chiqilganda tadbirkorning vazifasi - yangi ochilgan bozor yoki xom ashyo bazasi asosida yangi tovar ishlab chiqarish yoki eskirganini modernizatsiya qilish uchun yangi texnologiyalar ishlatishdan iborat."¹

Yuqoridagi mulohazalarga tayangan holda, kichik biznesni tadbirkorlik faoliyatining bir ko'rinishi sifatida, mazmuni va mezonlari qonunchilik bilan belgilangan, o'zida tadbirkorlikning tavakkalchilik, tashabbuskorlik, novatorlik, tashkilotchilik, minimal sarflar evaziga maksimal daromad olishga intilish kabi asosiy elementlarini uyg'unlashtirgan ishlab chiqarish ko'lami darajasi deb tavsiflash mumkin. Ayni shu ko'lam darajasi uning mezonlarini belgilashda bosh omil hisoblanadi. "Kichik biznes" tushunchasiga turlicha ta'rif berilishining asosiy sababi ham ana shu mezonlar xilma-xil ekanligidadir.

1.2. Kichik biznesni ifodalovchi mezonlar

Kichik biznesni ifodalovchi mezonlarni ikkita yirik guruhga ajratish mumkin:

1. Kichik biznes faoliyati va tashkiliy holatiga sanoq yoki qiymat ko'rsatkichlari bo'yicha yoki miqdoriy yondashuv. Ularga ishchi

¹ Шумпетер Й. Теория экономического развития.- М.: Прогресс,1982.-456с

xodimlar soni, ustav kapitali qiymati, aktivlar qiymati, ishlab chiqarish hajmi, mahsulot va xizmatlar realizatsiyasi hajmi va boshqalar kiritiladi.

2. Sifat ko'rsatkichlari bo'yicha yoki sifat yondashuvi. Bu mezonlarga faoliyatning nomonopolistik xarakterda ekanligi, mulkchilik shakli, tarmoq ichida xo'jalik faoliyatini tashkil etishdagi tafovutlar, kichik va yirik ishlab chiqarish o'rtasidagi o'zaro munosabat kabilar kiritiladi.

Xalqaro amaliyotda kichik biznes sub'ektlari ko'lami darajasini belgilashda ko'pincha quyidagi (kriterial) ko'rsatkichlardan foydalaniladi:

- 1 ishlovchilar soni;
- 2 iqtisodiyot sohalariga taalluqliligi;
- 3 nizom jamg'armasining hajmi;
- 4 mulkiy taalluqliligi;
- 5 jami aktivlar hajmi;
- 6 oborot hajmi va boshqalar.

Ayni paytda biror bir mamlakatda ushbu mezonlarning bittasidan foydalanish amaliyoti juda kam uchraydi. O'zbekistonda, shuningdek, boshqa bir qator mamlakatlarda (jumladan, MDHning ko'pchilik mamlakatlarida) kichik biznes ko'lami ikkita mezon - tarmoqqa taalluqliligi va ishlovchilar soni bilan belgilanadi.

Bundan tashqari, kichik biznesni belgilash mezonlarida ayrim mamlakatlarda xo'jalik (korxonalar, iqtisodiy faoliyat)ni tashkil etishning jismoniy va yuridik shakllari ham e'tiborga olinadi. Bundan ko'zlangan maqsad ko'pincha, kichik biznes faoliyatini soliqqa tortish tizimini takomillashtirishdan iborat. Bunday mamlakatlar qatoriga MDH davlatlari orasida Armaniston va Belorusiya

respublikalari kiradi (mazkur respublikalarda kichik biznes tarkibiga yuqoridagi mezonlarga ko'ra faqat yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan xo'jalik sub'ektlari kiritiladi).

Shu o'rinda, umumiy tarzda kichik biznesni belgilovchi mezonlar turi va darajasini mamlakatlar ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyot darajasi bilan o'zaro mutanosiblikka ega, deb ham hisoblash mumkin. Jumladan, agar sobiq SSSR tarkibida bo'lgan Gruziya va Turkmanistonda, hatto o'tgan asrning 90-yillari oxirlariga qadar kichik biznesni belgilovchi mezonlar ishlab chiqilmagan bo'lsa, u Moldovada bitta mezon - ishlovchilar soni bo'yicha, Rossiya, O'zbekiston, Ukraina, Ozarbayjon, Qirg'izistonda ikkita mezon bo'yicha tasniflanadi.

Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida esa uchta mezon asos qilib olinadi: ishlovchilar soni, yillik oborot ko'rsatkichi va jami aktivlar hajmi. Amerika qo'shma Shtatlarida ham garchi, ana shu uchta asosiy mezon amalda bo'lsa-da, bu boradagi takomillik darajasi shundan iboratki, mazkur mezonlar ahamiyati iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha muayyan darajada farqlanadi, ya'ni, qaysidir tarmoqda ishlovchilar soniga, qaysidir tarmoqda esa oborot hajmiga asosiy belgilovchi mezon deb qaraladi.

Shvetsiyada kichik biznesni belgilovchi asosiy mezonlar sifatida ishlovchilar soni, oborotning soliqqa tortilish darajasi, aktivlar qiymati qo'llanilsa-da, ularga qo'shimcha ravishda xo'jalik sub'ektlarining rivojlanganlik darajasi, tarmoq mansubligi, faoliyat doirasi (geografiyasi), korxonaga egasining alohida tavsifiy belgilari - jinsiy, milliy va xorijiy mansubligi ham e'tiborga olinadi. Bu, mazkur mamlakatda kichik biznesni tasniflovchi mezonlar sezilarli darajada takomillikka egaligini ko'rsatadi.

Shu bilan birga iqtisodiyotda “biznes” yoki “tadbirkorlik faoliyati” tushunchalarini izohlashda ko‘pincha, ularning aynan kichik hamda xususiy mulkchilik shakllariga teng nisbat beriladi. Bu holat nafaqat O‘zbekiston uchun, balki, o‘tish davri iqtisodiyoti mamlakatlarning barchasi uchun ham birdek ta‘aluqli. Buni quyidagilar bilan izohlash mumkin:

birinchidan, amaliyotga “kichik biznes” va “xususiy biznes” (tadbirkorlik) tushunchalari mazkur mamlakatlarda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohatlar, jumladan, mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish hamda iqtisodiyotni erkinlashtirish jarayonlari bilan birgalikda kirib keldi;

ikkinchidan, bu davr mazkur mamlakatlarda rejali iqtisodiyotdan voz kechilgan, buning natijasida yirik ishlab chiqarish va davlat sektori sezilarli darajada zaiflashib, hatto ichki bozorlardagi talabni qondirishga ham ojizlik qila boshlanganligi bilan xarakterlanadi;

uchinchidan, xalqaro tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, kichik va mayda xo‘jalik sub'ektlarining 90 foizdan ortig‘i xususiy mulkchilikka asoslangan korxonalaridir;

to‘rtinchidan, kichik biznesning amaliyotga kirib kelgan davri mobaynidagi rivojlanishi, milliy iqtisodiyotda egallagan mavqei shuni izohlaydiki, biznesning yirik miqyosdagi turlariga nisbatan aynan xususiy sektorning kichik ishlab chiqarishida tadbirkorlik faoliyatini keng kuzatish mumkin. Buni ushbu tuzilmalarning bozorda o‘z o‘rnini egallash, o‘z faoliyatini kengaytirish hamda yirik ishlab chiqaruvchilar bilan o‘zaro raqobatga kirishishga shayligi, tayyorligi sifatida baholash mumkin.

Fikrimizcha, kichik biznes mezonlarini belgilashdan ko‘zda tutilgan asosiy maqsad, iqtisodiyotning iqtisodiy faoliyatning tarkibiy

tuzilishini takomillashtirish (ya'ni, tasnifiy ko'rsatkich sifatida) hamda xo'jalik (iqtisodiy) faoliyati mazmuni va mohiyatiga ko'ra, yirik biznesdan keskin farq qiladigan, hamisha davlat qo'llab-quvvatlanishiga muxtojlik sezadigan va ayni paytda ham iqtisodiy, ham ijtimoiy muammolar echimida faol ishtirok etuvchi xo'jalik sub'ektlari tizimini aniqlash, ularga oid aniq yo'naltirilgan iqtisodiy siyosat asoslarini ishlab chiqish va amalga oshirishga qaratilgan.

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, xissadorlik 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 hamkorlikda; amaldagi ishlab turgan korxonalar, tarkibidan, ishlovchi jamoa tashabbusi bilan, bitta yoki bir necha tarkibiy bo'linma korxonalar mulki egasining roziligi va korxonaning ilgari qabul qilgan shartnomaviy majburiyatlarining bajarilishini ta'minlash sharti bilan ajratib olish natijasida tuziladi.

2004- yil 1- yanvardan boshlab kichik korxonalar ularda ishlovchilar soniga qarab ajratiladi. Unga binoan, individual mehnat faoliyati bilan shugullanuvchi va shirkatga birlashib ishlovchi jismoniy shaxslarni, mikrofirmalarni, kichik korxonalarni kichik biznes sub'ektlari qatoriga kiritildi.(Bu haqida batafsil to'rtinchi bobda berilgan).

Bozor munosabatlari tizimida kichik biznes quyidagi alohida xususiyatlari bilan ajralib turadi: ishlab chiqarish hajmining, ishlovchilarning soni kamligi; dastlabki sarmoya hajmining kamligi;

bozordagi talabga nisbatan tez moslasha borib, sifatli mahsulot ishlab chiqarish qobiliyati; yangi ish o'rinlarini barpo etish va bandlik muammosini hal etishga ko'maklashish imkoniyati; biznes egasini tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishdagi bevosita ishtiroki; nisbatan qisqa muddatlarda aholi ehtiyoji uchun zarur bo'lgan tovar va xizmatlarga bo'lgan talabni qondira olishi va boshqalar.

Kichik biznesni o'z navbatida bozor sharoitlarida azaldan tashkil topgan va muvaffaqiyat bilan faoliyat ko'rsatayotgan yangi iqtisodiy aloqalar rivojlanishi va takomillashuvi jarayonida hosil bo'lgan bir necha turlarga bo'lish mumkin.

Kichik biznes turlari batafsil 1.1.- rasmda berilgan.

Kichik biznes sube'ktlari deb o'rnatilgan tartibda ro'yxatdan o'tkazilgan va tadbirkorlik faoliyati yuritayotgan yuridik va jismoniy shaxslar tushiniladi.

O'zining "kichik biznes" degan nomiga qaramasdan ushbu ishlab faoliyati turi barcha taraqqiy topayotgan davlat iqtisodida muhim ahamiyatga ega. Uning quyidagi afzalliklari mavjud:

- moslashuvchanlik, ya'ni ishlab chiqilayotgan mahsulot assortimenti va turini o'zgartirishi kichik korxonalarda unchalik katta qiyinchiliklar tug'dirmaydi;

1.1. rasm.Tadbirkorlik faoliyatining turlari

Ishlab chiqarish	Tijorat	Moliyaviy	Konsaltinglar
Innovatsion	Savdo	Bank	Umumiy boshqarish
Ilmiy - texnik	Savdo - xarid	Sug`urta	Ma'muriyatchilik
Tovarni ishlab chiqarish	Savdo - vositachilik	Auditorlik	Moliyaviy boshqarish
Xizmat kursatish	Tovar - birjalari	Lizingli	Xodimlarni boshqarish
Iste'mol tovarlari ishlab chiqarish		Fond birjalari	Marketing
Iste'mol xizmatlari kursatish			Ishlab chiqarish
Axborot			Axborot texnologiyasi

Maxsus xizmat
kursatish

- kichik biznesning iqtisodiy ustunligi mahalliy sharoitlarini yaxshi bilganlari sababli, ishlab chiqarishni uncha ko'p bo'lmagan kapital va mehnat harajatlari bilan amalga oshirishidir;

- mahalliy resurslarda ishlab turgan yoki mahalliy bozorni ta'minlab turuvchi kichik korxonalar hech bo'lmaganda transport harajatlarining iqtisod qilinishi evaziga kam harajatlidirlar;

- kichik korxonalarda mehnat sarfi kam, moddiy manfaatdorligi yuqori;

- ishlovchilarning kam sonliligi, ularning har biri qobiliyatining yengilroq yuzaga chiqishiga yordam beradi;

Shuning uchun bozor iqtisodiga asoslangan davlatlarda kichik biznes o'z mavqeini tinimsiz kuchaytirib va mustaxkamlab bormoqda.

Kichik biznes xo'jalik subyektlarining shakllari.

Kichik biznesning quyidagi shakllari mavjud:

- *huquqiy maqomi bo'yicha*: jismoniy va yuridik shaxs maqomida;
- *band bo'lgan xodimlar soni bo'yicha*: yakka tadbirkorlik, mikrofirma, kichik korxonalar;
- *mulkchilik shakli bo'yicha*: xususiy, davlat, jamoa, aralash;
- *faoliyat yo'nalishi bo'yicha*: ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, tijorat, moliyaviy va innovatsion tadbirkorlik faoliyati;
- *tadbirkorlikning qanday vazifani bajarishga yo'naltirilganiga qarab*: ishlab chiqarishni boshqarish, moliyalashtirish, vositachilik va maslaxatchilikka qaratilgan tadbirkorlik;
- *faoliyat turlarining soni bo'yicha*: bitta va ko'p tarmoqli tadbirkorlik;
- *faoliyat murakkabligi bo'yicha*: maxsus bilim talab qilmaydigan,

maxsus bilim talab qiladigan, yuqori texnologiyaga va nodir bilimga asoslangan tadbirkorlik;

- *faoliyatning tarmoq yo'nalishlari bo'yicha:* sanoat, agrosanoat, qishloq xo'jaligi, savdo va umumiy ovqatlanish, maishiy xizmat ko'rsatish, transport va aloqa, uy-joy va kommunal xo'jaligi, tijorat va moliya, ta'lim va fan, qurilish va boshqa xalq xo'jaligi tarmoqlaridagi tadbirkorlik.(Bu haqida batafsil keyngi boblarda berilgan)

1.3 Kichik biznesni rivojlanishi va unga ta'sir etuvchi omillar.

O'zbekiston iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy sektor asosan mustaqillik yillarida yuqori suratlarda rivojlanib borib, asosiy o'rinni egallab bormoqda.

Bu natijalarga erishishda tadbirkorlarning erkin faoliyat yuritishlarini kafolatlash, huquqiy bazani mustahkamlash, iqtisodiyotni mazkur sektori uchun barqaror qulaylik yaratilganligi, ularni davlat ro'yxatiga olishning soddalashtirilgan mexanizmini joriy qilish, mahsulot va xizmatlarni sertifikatlashtirish tartibini unifikatsiya qilish, kichik biznes sub'ektlarining kredit resurslaridan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish boyicha ko'rilgan bir qancha chora-tadbirlar muhim omil bo'ldi.

Kichik korxonalarining mavqei mustahkamlashib borishi quyidagi **omillar** bilan bog'liq:

Birinchidan, iqtisodiyot rivojlanishining yangi bosqichida iste'molchilar korxonaning hajmi (katta - kichikligi) bilan belgilanuvchi miqdoriy ko'rsatkichlarni afzal bila boshladilar. Bunday

sharoitda qat'iy tarkibga ega bo'lgan yirik korxonalariga qaraganda bozor muhitiga tezroq moslashuvchan kichik korxonalar iste'molchilar ehtiyojlariga mos tovarlarini ko'proq ishlab chiqaradilar. "Aholini ish bilan ta'minlash muammolarini hal qilishda ham jiddiy sifat o'zgarishlari ko'zga tashlanmoqda. Biz uchun o'ta dolzarb bo'lgan bu masalani yechishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni jadal rivojlantirish bilan birga, xizmat ko'rsatish sohasi va kasanachilikning turli shakllarini keng joriy etish, qishloq joylarda chorvachilikni rivojlantirishni rag'batlantirishga alohida ahamiyat berilmoqda".

Ikkinchidan, fan - texnika taraqqiyotining yangi bosqichini ishlab chiqarishning ixtisoslashuvini kengaytirish, ko'plab tarmoqlarda korxonalar hajmini oqilona kichraytirish, turli xildagi tovarlar va xizmatlarini taklif etib, taklifning individuallashtirishini ta'minlash bilan birga, kichik korxonalarni ularning hajmiga muvofiq keladigan texnika bilan ta'minladi. Mikroprotessorlar, mini uskunalari, EHMlar va boshqalar ana shunday texnikalar jumlasidandir.

Uchinchidan, iste'molchilarning psixologiyasi o'zgardi. U bugunga kunda standart mahsulotlar sotib olishni, bir xil kiyim kiyishni, bir xil mashinada yurishni istamaydi, ya'ni talabning tabaqalashuvi (differensiyasi) va iste'molning individualashuvi kuchaydi. Hozirgi vaqtda kichik biznes yirik korxonalarining raqobatchisi va hamkori, yirik ishlab chiqarish va butun iqtisodiyot rivojlanishining muhim omili hisoblanadi.

Kichik biznes taraqqiyotini ta'minlovchi asosiy **omillar** quyidagilardan iborat:

1. Iqtisodiyot tarmoqlarining bozor munosabatlariga o'tishi va

iste'mol bozorining yaratilishi. Bu manfa'at va talab doirasini kengaytiradi hamda faqat ommaviy talabdagi tovar va xizmatlarga bo'lgan ehtiyojni yaratib qolmay, balki individual talab bo'lgan narsalarga ehtiyojni ham tug'diradi. Bunday talab va ehtiyojlarni tez va yuqori darajada faqat kichik korxonalariga qondira oladi.

2. Tadbirkorlarning mulki, huquqi va iqtisodiy manfaatlarining himoyalashiga huquqiy va davlat tarkibidagi idoralar kafolatining mavjudligi.
 3. Ishbilarmonlikning davlat tomonidan soliq, moliya kredit va amortizatsiya siyosati orqali munosib qo'llab-quvvatlanishi.
 4. Davlat va munitsipal (mahalliy o'z-o'zini boshqarish) korxonalarini davlat tasarrufidan chiqarish, xususiy lashtirish va kichik firmalarni bunyod etish.
 5. Kam daromad, past rentabelli va zarar ko'rib ishlovchi davlat korxonalarini asosida xususiy kichik korxonalar tashkil qilish.
 6. Davlatning ijtimoiy-siyosiy jihatdan barqaror holati (bu xorijiy kapitalni jalb qilishga ko'maklashadi).
 7. Jamiyatning tadbirkorlik to'g'risidagi ijobiy muruvvatli fikri.
 8. Ishbilarmonlikning tashkiliy-huquqiy shaklini to'g'ri tanlash.
 9. Bozor iqtisodiyoti infrastrukturasi (turli innovatsion markazlar, banklar, birjalar, sug'urta kompaniyalari, reklama agentliklari va boshqalar) tezkorlik bilan taraqqiy topishi.
 10. Jahon moliyaviy iqtisodiy inqirozini salbiy oqibatlarini natijasida vujudga kelgan muammolarni hal etishdagi hissasining oshishi.
- Ishbilarmonlarni qo'zg'atuvchi kuch daromad olish ishtiyoqi bo'lib, bu daromad ularga ishbilarmonlik firmalarini taraqqiy toptirish va o'z ishini kengaytirish, hamda unda ishlovchilarni

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

Qisqacha xulosalar

Tadbirkorlik va biznes iqtisodiy faoliyatning bir turi bo'lib, bu tushunchalar xususiy shaxslar, korxonalar, tashkilotlar tomonidan daromad olish maqsadida o'zining va shartnomadagi sheriklarining manfaatlarini ko'zlab, ishlab chiqarish, sotib olish va sotish yoki boshqa tovarlar, xizmatlarni amalga oshirish yoki pulga ayirboshlash kabi erkin xo'jalik yuritish faoliyatini yuritishni bildiradi. Kichik biznes sub'ektlari huquqiy maqomi, band bo'lgan xodimlar soni, mulkchilik shakli, faoliyat yo'nalishi, faoliyatning tarmoq yo'nalishlari bo'yicha bir qancha shakllari mavjud. Kichik biznes sub'ektlari jahon moliyaviy iqtisodiy inqirozini salbiy oqibatlarini natijasida vujudga kelgan muammolarni hal etishga muhim hissa qo'shadi.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyati tushunchasi va mohiyati deganda nimani tushunasiz?

2. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyati iqtisodiyotdagi o'rnini qanday?
3. "Biznes" va "tadbirkorlik" so'zlarining iqtisodiy tushunchasi va ularning farqi nimlardan iboratligini tushuntirib bering.
4. Kichik biznesni ifodalovchi mezonlar qanday?
5. Kichik biznes korxonalarining bozor konyukturasi o'zgarishiga tezroq moslasha olishi sabablarini tushuntirib bering.
6. Kichik biznes korxonalari rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni ko'rsating.
7. Kichik biznesdagi tadbirkorlik turlarini keltiring.
8. Kichik biznesdagi tadbirkorlik shakllarini keltiring.
9. Respublikada qaysi turdagi kichik biznes korxonalari ko'proq tarqalgan?
10. Kichik biznes subektlari jahon moliyaviy iqtisodiy inqirozini salbiy oqibatlari natijasida vujudga kelgan muommolarni qanday hal etishi mumkin?

Asosiy adabiyotlar

1. A. Каримов "Жахон молиявий-иқтисодий инқироzi, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари". – Т.: Иқтисодиёт, 2009 й.16,бет
2. Менеджмент малого бизнеса: Учебник /Под. Ред. проф М.М. Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.: Вузовский учебник, 2004.-269с.
3. Б.Ходиев, А.Бекмуродов, У.Ғофуров, Б.Тухлиев. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислам Каримовнинг "Жахон молиявий-иқтисодий инқироzi, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари" номли асарини ўрганиш бўйича ўқув қўлланма. – Т.: Иқтисодиёт, 2009 й., 120

б.

4. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 735 с.

II BOB: O‘ZBEKISTONDA KICHIK BIZNESNI SHAKILLANISHI

2.1 Kichik biznesni rivojlanish bosqichlari.

O‘zbekistonda xususiy tadbirkorlikni rivojlanishi va shakllanishining tarixini uch bosqichga bo‘lish mumkin: inqilobgacha, sho‘ro davri va mustaqillikdan keyingi davr. Tarixiy shunday narsa vujudga kelganki, **inqilobga qadar**, O‘zbekiston juda katta xom-ashyo resurslari zahiralari ega bo‘lgan holda, o‘z sanoatiga ega bo‘lmagan. Podsho Rossiyasining sanoatchilari 1902 yilda Turkiston gubernatori ish yuritish xonasining “Hunarmandlik jamiyatlarini tarqatish” haqidagi Qarori chiqdi. 1909 yilda “Ustalar va qora ishchilar artelining Nizomi” tasdiqlandi.

Turkiston hunarmandlarining badiiy va maishiy buyumlari Peterburg va Moskvadagi har yillik Butunrossiya ko‘rgazmalarida 1917 yilga qadar muntazam yetkazib berilgan, 1910 yilda esa Samarqandda hunarmandlik buyumlarining bozor ko‘rgazmalari o‘tkazila boshlandi.

Inqilobdan so‘nggi davr tadbirkorlar uchun murakkab va bir xil bo‘lmagan. Sho‘ro hukumatining birinchi yilidan boshlab hukumat mamlakatning butun xududida hunarmandlik ishlab chiqarishni bo‘g‘ishga harakat qilgan. Ammo, asta-sekinlik bilan, xususiy biznesga talablar hisobga olinib boshlandi va u ma‘lum doiraga kiritildi. 1921 yilning 8 avgustida Turkiston Respublikasining

Sovetlar markaziy Ijroiya Komiteti 88 -sonli “Hunarmandchilik va mayda sanoat haqida”gi qarorini qabul qildi. Bu qaror bilan hunarmandlik va mayda sanoatning reglamenti va statusi, ularning huquqlari va davlat bilan o‘zaro munosabatlari belgilab berildi. Amalda respublikaning barcha xududlarida metall va yog‘ochdan buyumlar ishlab chiqarish, kulolchilik, kiyimlar va poyafzal tikish, qishloq xo‘jalik mahsulotlarini qayta ishlash, aholiga maishiy xizmatlar ko‘rsatish, qishloq xujaligi asboblari ishlab chiqarish bo‘yicha kichik korxonalar tashkil qilindi. Kichik korxonalarining tez rivojlanishi ularni boshqarish idoralarini tuzish zaruriyatini keltirib chiqardi va 1923 yilning 16 sentabrida Turkiston Respublikasi Xalq Komissarlari Kengashi 139 -sonli qarorni qabul qildi, unda TSSR xududida sanoatni umumiy tartibga solish vazifalari belgilab berilgan va viloyat ijroiya komitetlari bo‘limlari huquqida harakat qiluvchi va viloyat ijroiya komiteti smetasi bo‘yicha mahalliy budjetga kiruvchi mahalliy sanoatning viloyat bo‘limlari tasdiqlangan. Sho‘ro hokimiyati yillarida ustalar va hunarmandlar katta va mashaqqatli yo‘lni bosib o‘tdilar.

O‘zbekistonning mustaqilligi haqidagi Deklaratsiyani qabul qilingan paytdan boshlab kichik va xususiy biznesni rivojlanishining **uchinchi davr** boshlandi. 1991 yilning 15 fevralida Prezident I.Karimov tomonidan O‘zbekiston Respublikasida tadbirkorlik to‘g‘risida qonun qabul qilindi. Birinchi xususiy korxonalar ochildi. Bu qonun korxonalarga ijobiy tashabbuslarini amalga oshirishga, turli muommalarni yechishga imkon berdi. Mustaqillikning dastlabki yillarida savdo, maishiy xizmat, mahalliy sanoat, ijtimoiy sohalar korxonalarini davlat mulkidan xususiy korxonalarga aylantirish jarayoni amalga oshirildi. So‘ngra xususiylashtirish yiriklashtirilgan

ishlab chiqarish bo'linmalari bo'yicha bajarildi, ularning zaminida ochiq turdagi xissadorlik jamiyatlari tuzildi.

2.2. Kichik tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash shakllari va usullari

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

Tadbirkorlik sub'ektlari faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish va qo'llab-quvvatlash zaruriyati davlatning oldiga bir qator vazifalarni qo'yadi:

1. **Huquqiy kafolatlar berish**- himoyalash va tartibga solish vazifasi- tadbirkorlarning barqaror rivojlanishini hamda ularning boshqa xo'jalik yurituvchi sub'ektlar bilan teng sharoitlarda faoliyat yuritishini ta'minlashga imkon beruvchi qonuniy-me'yoriy xujjatlarni qabul qilish xamda ularga rioya etilishi ustidan nazorat yuritishi.

2. **Rag'batlantirish vazifasi** -xususiy tadbirkorlik tashabbusi, adolatli raqobat kurashi hamda ularga xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlar faoliyatini turli iqtisodiy dastaklar yordamida rag'batlantirish va qo'llab-quvvatlash choralari ko'rish.

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

4. **Axborot-maslahat ta'minoti vazifasi** - tadbirkorlarning axborot ta'minoti tizimidan teng sharoitlarda, to'siqlarsiz foydalanish imkoniyatini yaratish, ular uchun iqtisodiy muammolarning samarali yechimini topish, xom- ashyo va resurslar ta'minoti, ilg'or texnika va

texnologiyalarni qo'llash yuzasidan maslahatlar berish.

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

6. Tashqi iqtisodiy faoliyatni muqobillashtirish vazifasi - xalqaro bozorlarda tadbirkorlarning manfa'atlarini himoyalash, imtiyozli bojxona tariflari va soliqlar orqali eksport uchun qulay iqtisodiy muhit hosil qilish tadbirlari.

Davlat tadbirkorlik sub'ektlari faoliyatini respublikada amalda bo'lgan qonunchilik doirasida tartibga solib turadi. Bu, birinchi navbatda, ularni tashkil etish va faoliyat ko'rsatishi bo'yicha qoidalarni belgilash, yerdan foydalanish, mehnat, mol-mulk va boshqa munosabatlarni tartibga solish hamda buxgalteriya, soliq va statistika hisobotlarini yuritish tartiblarini joriy etish va boshqalarni nazarda tutadi. O'zbekistonda kichik tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash quyidagi yo'nalishlarda amalga oshirilmoqda:

- tadbirkorlarning ishbilarmonlik faolligini oshirish, fuqarolarning tadbirkorlik faoliyati bilan erkin shug'ullanishlari va undan manfa'atdorligining kafolatli tizimini yaratish hamda ularning qonuniy huquqlari va manfa'atlarini muxofaza qilish;

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

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

- tadbirkorlik xatarlaridan barqaror himoyalashni ta'minlash uchun sug'urta tizimining ahamiyatini oshirish;

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

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

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

-soliqlar, yigimlar va tariflar bo'yicha imtiyozlar belgilash, kichik biznes uchun kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini rivojlantirish va boshqalar ;

-tadbirkorlik faoliyati sub'ektlari samarali faoliyat yuritishi uchun ularni zaruriy iqtisodiy, statistik ishlab chiqarish,texnologik, ilmiy-texnik va boshqa xil axborotlar bilan ta'minlash.

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

Tadbirkorlikni rivojlantirishning davlat tomonidan rag'batlantirilishi

Tadbirkorlik faoliyatini davlat tomonidan rag'batlantirish quyidagi yo'llar bilan amalga oshiriladi:

tadbirkorlik sohasiga investitsiyalarni (shu jumladan chet el investitsiyalarini), zamonaviy texnologiyalar va uskunalarni jalb etish uchun, shuningdek bozor infratuzilmasi institutlarini rivojlantirish uchun sharoitlar yaratish;

eksport-import operatsiyalari, xalqaro ko'rgazmalar va

yarmarkalarda, tashqi iqtisodiy faoliyat sohasidagi dasturlar va loyihalarni amalga oshirishda tadbirkorlik faoliyati sub'ektlarining ishtirokini kengaytirish chora-tadbirlarini ko'rish;

tadbirkorlik faoliyati sub'ektlari samarali faoliyat yuritishi uchun ularni zarur huquqiy, iqtisodiy, statistik, ishlab chiqarish-texnologik, ilmiy-texnik va boshqa xil axborotlar bilan ta'minlash;

zooveterinariya xizmati ko'rsatilishi uchun zarur sharoitlar yaratish;

solliqlar, yig'imlar va tariflar bo'yicha imtiyozlar belgilash.

Tadbirkorlik faoliyatni davlat tomonidan rag'batlantirish qonun hujjatlariga muvofiq boshqa usullar bilan ham amalga oshirilishi mumkin.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishiga va faoliyatini erkinlashtirishga qaratilgan xujjatlar:

- 1 O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005 yil 14 iyundagi "Tadbirkorlik sub'ektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Pf-3619-sonli farmoni;
- 2 O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 20.06.2005 yildagi pf-3620 sonli "Korxonalarni rivojlantirishni rag'batlantirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" gi farmoni;
- 3 O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 24.06.2005 yildagi pf-3622 sonli "Tadbirkorlik sub'ektlarining xo'jalik sohasidagi huquqbuzarliklari uchun moliyaviy javobgarligini erkinlashtirish to'g'risida" gi farmoni;
- 4 O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 5.10.2005 yildagi Pf

-3665 sonli "Tadbirkorlik sub'ektlarini tekshirishni yanada qisqartirish va uning tizimini takomillashtirish chora tadbirlari to'g'risida"gi farmoni;

- 5 O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 05.01.2006 yildagi pf-3706 sonli "Yirik sanoat korxonalarini bilan kasanachilikni rivojlantirish asosidagi ishlab chiqarish va xizmatlar o'rtasida kooperatsiyani kengaytirishni rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi farmoni .

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyaviy qo'llab-quvvatlashga oid qonunlar:

- 6 1998 yil 30 apreldagi O'zbekiston Respublikasining «Fermer xo'jaligi to'g'risida»gi qonuni
- 7 1998 yil 30 apreldagi O'zbekiston Respublikasining «Dehqon xo'jaligi to'g'risida»gi qonuni 2000 yil 25 maydagi O'zbekiston Respublikasining «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida» qonuni
- 8 2006 yil 20 sentabrdagi O'zbekiston Respublikasining «Mikromoliyalash to'g'risida»gi qonuni

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyaviy qo'llab-quvvatlashga oid Prezident Farmonlari hamda qarorlari

- 9 O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «O'zbekiston xotin-qizlar qo'mitasi faoliyatini qo'llab-quvvatlash borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida» 2004 yil 25 maydagi PF-3434-sonli Farmoni;
- 10 O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Yirik sanoat korxonalarini bilan kasanachilikni rivojlantirish asosidagi

ishlab chiqarish va xizmatlar o'rtasida kooperatsiyani kengaytirishni rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida» gi 2006 yil 5 yanvardagi PF-3706-sonli Farmoni;

11 O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Yosh oilalarni moddiy va ma'naviy qo'llab-quvvatlashga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida» gi 2007 yil 18 maydagi PF-3878-sonli Farmoni;

12 O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Shaxsiy yordamchi, dehqon va fermer xo'jaliklarida chorva mollarini ko'paytirishni rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi 2006 yil 23 martdagi PF-308-sonli qarori

13 O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «2010 yilgacha bo'lgan davrda O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatish va servis sohalarini rivojlantirishni jadallashtirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi 2007 yil 21 maydagi Pq-640-sonli qarori;

14 O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Shaxsiy yordamchi va dehqon va fermer xo'jaliklarida chorva mollar ko'paytirishni rag'batlantirishni kuchaytirish hamda chorvachilik mahsulotlari ishlab chiqarishni kengaytirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi 2008 yil 21 apreldagi Pq-842-sonli qarori.

2.3. Kichik biznesning ustivorliklari va iqtisodiyotdagi ijtimoiy - iqtisodiy vazifalari.

Kichik biznesning respublikamizda rivojlanishi quyidagi **ustuvorliklarga** ega:

1 turli ijtimoiy guruhlar daromadlarining nomutanosibligini

- silliqlab turuvchilik roli;
- 2 faol va tadbirkor shaxslar, yuqori darajali biznesmenlar shakllanishiga;
 - 3 iqtisodiyotning turli sektorlari o'rtasida o'zaro mustaxkam aloqalar o'rnatishga;
 - 4 jamiyatda siyosiy vaziyatni kafolatlovchi o'rta sinf shakllantirilishiga;
 - 5 nisbatan kam mablag'lar hisobiga yangi ish joylari yaratilishiga;
 - 6 texnologik texnik va tashkiliy yangiliklar tez tadbiiq etilishi va bevosita ishlab chiqarilishiga; raqobat muhiti yuzaga keltirilishiga;
 - 7 monopol korxonalar kamayishiga;
 - 8 Jahon moliyaviy iqtisodiy inqirozini salbiy oqibatlari natijasida vujudga kelgan muammolarni hal etishga xizmat qiladi.

O'zbekitonda kichik biznesni rivojlantirishning asosiy maqsadi mamlakat iqtisodiy o'sishining qo'shimcha manbalarini yaratishdan iborat bo'lib, ijtimoiy-iqtisodiy muammolarini bartaraf etishda katta ro'l o'ynaydi, ya'ni aholini ish bilan ta'minlash, milliy boyliklarini ko'paytirish va millat farovonligi uchun xizmat qiladi. Kichik biznes korxonalarini tashkil etilishi va rivojlanishi natijasida ko'pgina monopol korxonalar tugatilib, mulkchilikning boshqa shaklidagi bozor talablariga javob bera oladigan, kam mablag' talab qiladigan va bozorda o'z ulushi uchun raqobatlashadigan korxonalar vujudga keladi. Bundan tashqari kichik biznes korxonalarini iqtisodiyotdagi qayta tuzilishlar bilan bog'liq bo'lgan muammolarni nisbatan tez va ortiqcha sarf harajatlarsiz yechishga, ichki bozorni moliyaviy

resurslar chegaralanganiga qaramasdan iste'mol mollari bilan to'ldirishga qodirligi bilan ajralib turadi. O'zbekiston iqtisodiyotida xususiy sektor asosiy o'rinni egallab bormoqda. Mamlakatimizda kichik biznes xususiy tadbirkorlik yetakchi rol o'ynaydigan ko'p ukladli iqtisodiyot vujudga keldi. Hozirgi vaqtda mamlakatimizda ishlab chiqarilayotgan 80.9% qishloq xo'jaligi mahsulotlari, chakana savdo va aholiga pulli xizmat ko'rsatishning deyarli hammasi nodavlat sektori xissasiga to'g'ri kelmoqda.

Kichik biznes bajaradigan vazifalarning asosiylaridan biri shundan iboratki, kichik biznes jamiyatda siyosiy va **iqtisodiy** barqarorlikni ta'minlovchi o'rta sinifni shakllantiradi. Har qanday jamiyatda o'rta mulkdor sinfi iqtisodiyot rivojlanishida o'ziga xos o'rin tutadi.

Kichik biznesning yana bir muhim vazifasi iste'mol talabining tabaqalanishi va individuallasuvi sharoitda keng turdagi tovar va xizmatlar ishlab chiqarishni amalga oshirishdir.

Bugungi kunda keng rivojlangan kichik businessiz zamonaviy iqtisodiyotni tasavvur etib bo'lmaydi. U bir tomondan qandaydir darajada yirik korxonalar bilan raqobatda bo'ladi va shu nuqtai nazardan iqtisodiyotni bozor konyunkturasi o'zgarishlariga, moda va istemolchilar didi tez-tez almashib turishiga iqtisodiyotni tarkibiy jihatdan qayta qurishga yordam beradi. Ikkinchi tomondan, kichik korxonalarning katta qismi yirik biznes bilan hamkorlik qiladi, ularga xos bo'lgan texnik konservatizmni bartaraf etishga ko'maklashadi. Kichik biznesni rivojlantirish bozorni iste'mol tovarlari va xududiy monopolizmga barham berishga, raqobat muhiti vujudga kelishi va kengayishiga, ilmiy texnika natijalarini ishlab chiqarishga joriy etishga, eksport salohiyati yuksalishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Kichik biznesni yana bir xususiyati nisbatan kam harajatlar evaziga yangi ish o'rinlari yaratish va shu orqali bandlik muammosini hal etishga xissa qo'shishi hisoblanadi. Shu bilan birga, kichik biznes turli ijtimoiy guruhlar daromadlari o'rtasidagi tafovutlarni qisqartirishga, moddiy, mehnat va moliyaviy resurslarni sarmoyadorlik darajasi yuqori bo'lgan sohalarga yo'naltirishga, iqtisodiyot turli sektorlari o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlarni takomillashtirishga o'z xissasini qo'shadi.

Kichik biznesning **ijtimoiy** vazifalari ham muhim ahamiyatga ega. Kichik biznes kishilarning tadbirkorlik, ishbilarmonlik, ijodkorlik salohiyatlarini namoyish etish uchun qulay shart-sharoit yaratadi. Unda yirik korxonalardan farqli o'laroq, ishlab chiqarish natijalari va ishlovchilar manfaatlari o'rtasida bog'liqlik yaqqol ko'rinib turadi.

Kichik biznesning yana bir muhim ijtimoiy vazifasi shundan iboratki, u ijtimoiy jihatdan zaif aholi qatlamlari-ayollar, nogironlar, pensionerlar va boshqalarni ish bilan ta'minlaydi hamda ularning mehnatidan keng foydalanadi. Yosh mutaxassislar ishlab chiqarish tajribasi ortishiga sharoit yaratadi.

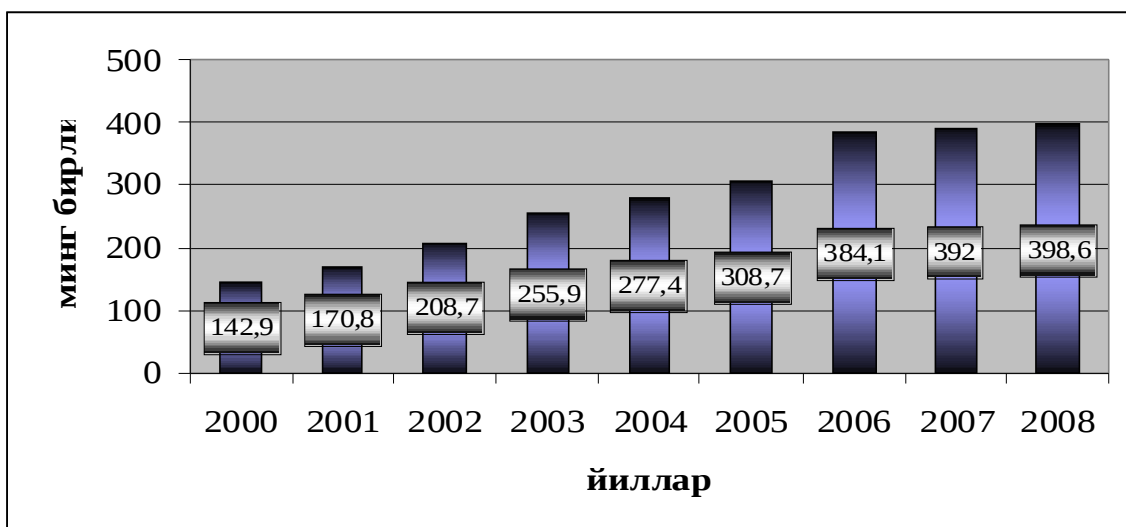
2.4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik, xizmat ko'rsatish va servis, kasanachilik sohalarining rivojlanish holati

Hozirgi vaqtda jahon iqtisodiyotida ko'plab mamlakatlar moliya-iqtisodiy krizisni boshdan kechirayotgan tahlikali vaziyat vujudga kelmoqda. Jahon moliya va tovar bozorlarida vaziyatni barqarorlashtirish, bank tizimini hamda iqtisodiyot real sektori korxonalarini qo'llab-quvvatlash yo'llari izlanmoqda. Shuni qayd etish joizki, avvalgi yillarda O'zbekiston hukumati tomonidan qabul

qilingan aniq chora-tadbirlarning keng kompleksi iqtisodiyotimizni jahon moliya krizisi xataridan muayyan darajada himoya etishga xizmat qiladi. Iqtisodiyot tarkibini aniq maqsad yo'lida takomillashtirish ta'minlanmoqda, raqobatbardosh tayyor mahsulotlar ishlab chiqarish korxonalari faol tashkil qilinmoqda, eksport hajmlari muttasil oshirib borilmoqda va uning avvalgi bir tomonlama xom-ashyoga yo'naltirilganligi bartaraf etilmoqda. Asosan ichki resurs manbalariga tayanuvchi barqaror moliya-bank tizimi shakllantirilgan.

2008-2012 yillarda mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasining ham barqaror rivojlanganligiga alohida e'tibor qaratilgan.

Xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning soliq yukini yanada kamaytirish, mikrofirma va kichik korxonalar uchun yagona soliq to'lovining 10 foizdan 8 foizga, 2009 yildan boshlab esa 7 foizga tushirilishi, jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'i stavkalarining kamaytirilishi va ayni paytda uni hisoblash tartiblarining takomillashtirilishi tadbirkorlik, kichik va xususiy biznesni izchil rivojlantirish uchun kuchli rag'batlantiruvchi omillar yaratdi. Faoliyat yuritayotgan kichik biznes sub'ektlari soni o'sib bormoqda.(1.2-rasmga qarang)



2.1. -rasm Faoliyat yuritayotgan kichik biznes sub'ektlari soni, ming birlik

2008 yili faoliyat yuritayotgan kichik biznes sub'ektlari soni qariyb 400 mingtani tashkil etdi, bu mazkur ko'rsatkichning so'ngi olti yil mobaynida 1,9 barobar ko'payganligini bildiradi.

Faoliyat ko'rsatayotgan kichik biznes sub'ektlarining salmog'i 1,7% ga, shu jumladan sanoatda - 1,3% ga, qurilishda - 3,4% ga, transportda - 22,2% ga va boshqa ishlab chiqarish sohalarida - 9% ga oshdi. Faoliyat ko'rsatmayotgan tadbirkorlik sub'ektlari ulushi 8,6% ni tashkil etdi. O'z o'rnida aytish kerakki, bu ayrim rivojlangan mamlakatlar ko'rsatkichidan ancha past.

Kichik biznes sub'ektlari tomonidan ishlab chiqarilayotgan sanoat mahsulotlari hajmi o'tgan yili salkam 22 foizga ko'paydi. Bu sanoat tarmoqidagi o'rtacha o'sish ko'rsatkichidan ancha ko'pdir. Shuning natijasida kichik biznesning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 2000 yildagi 31,0 foizdan 2008 yilda 48,2 foizga ko'tarildi (2.2.-rasm). Bugungi kunda mamlakatimizda ish bilan band bo'lgan jami aholining 76 foizdan ko'prog'i aynan shu sohada mehnat qilayotgani

ayniqsa e'tiborlidir.

2.2.-rasm Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning YaIM dagi ulushi, foizda

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati rivojlantirishga oid dasturlarni amalga oshirish natijasida 2008 yilda 37 mingdan ortiq yangi kichik biznes sub'ektlari, 119,6 mingta yakka tartibdagi tadbirkorlik sub'ektlari tashkil etildi. Shuningdek, tarkibiy o'zgartirilayotgan monopolist-korxonalarining foydanilmayotgan quvvatlarida 130 ta turli mulkchilik shakllariga asoslangan yangi kichik korxonalar tashkil etilib, ularda 7,5 mingga yaqin ish o'rinlari yaratildi. 83 ta bankrot korxonalar negizida 92 yangi tadbirkorlik sub'ektlari tashkil etilib, ularda 9,8 mingta ish o'rinlari yaratildi.

Mamlakatimizdagi aholini ish bilan ta'minlash muammolarini hal qilishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni jadal rivojlantirish bilan birga, xizmat ko'rsatish sohasi va kasanachilikning turli shakllarini keng joriy etish, qishloq joylarda chorvachilikni rivojlantirishni rag'batlantirishga alohida ahamiyat berilmoqda. 2008 yil mobaynida yurtimizda 661 mingga yaqin, jumladan, kichik biznes sohasida - 374 mingta, xizmat ko'rsatish va servis sohasida - qariyb 220 mingta, kasanachilik hisobidan esa - 97 ming 800 ta yangi ish o'rni yaratildi.

Iqtisodiyotda ish o'rinlari sonini ko'paytirishda xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirish va kengaytirish muhim o'rin tutadi. 2008 yili aloqa, axborotlashtirish, moliya, bank, transport xizmati ko'rsatish, maishiy texnika va avtomobillarni

ta'mirlash sohalari ancha yuqori sur'atlar bilan rivojlandi (2.1-jadval).

2.1-jadval

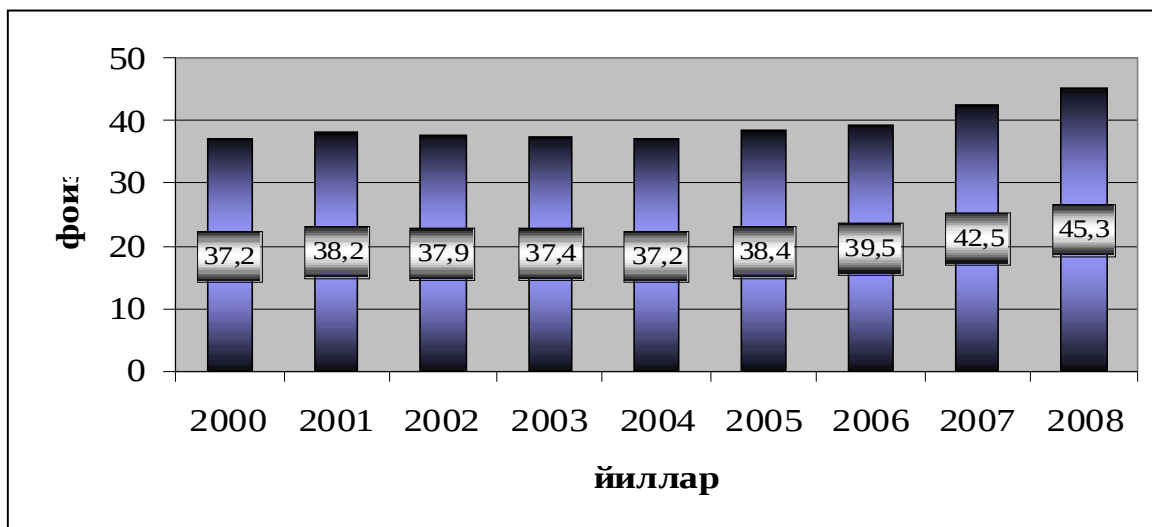
O'zbekistonda xizmat ko'rsatish va servis sohasining o'sish sur'atlari, oldingi yilga nisbatan foizda

Xizmat turlari	2007 yil	2008 yil
Bozor xizmatlari	126,6	121,0
Shundan savdo va umumiy ovqatlanish xizmatlari	132,5	126,8
Transport xizmatlari	121,1	112,7
Aloqa va axborotlashtirish xizmatlari	151,5	140,1
Moliya va bank xizmatlari	123,8	132,2
Turistik-sayyohat xizmatlari	122,3	126,3
Mehmonxona xizmatlari	133,5	122,5
Maishiy va kommunal xizmatlari	109,3	108,4
Avtomobillarni ta'mirlash va boshqa texnik xizmatlar	138,7	139,2
Boshqa xizmatlar	142,5	130,6

Manba: Б.Ходиев, А.Бекмуродов, У.Ғофуров, Б.Тухлиев. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг “Жахон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йу’ллари ва чоралари” номли асарини у’рганиш бу’йича у’қув ку’лланма. – Т.: Иқтисодиёт, 2009 й., б 24.

So'ngi to'rt yil mobaynida yiliga o'rtacha 50 foiz o'sishni ta'minlayotgan axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasida xizmat ko'rsatish jadal rivojlanayotganini alohida ta'kidlash lozim. Natijada xizmat ko'rsatish sohasining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 2007 yildagi 42,5 foizdan 2008 yilda 45,3 foizga o'sdi (2.3.-rasm).

Shu bilan birga, Prezidentimiz ayni paytda qishloq aholisiga ko'rsatilayotgan xizmatlar hajmi yildan-yilga o'sib borayotganiga qaramay, hali-beri past darajada - bor-yo'g'i 26,8 foiz bo'lib qolayotganiga alohida e'tibor qaratish lozimligini, aholiga xizmat ko'rsatish sifati ham talab darajasida emasligini ta'kidlaganlar.



2.3.-rasm. Xizmat ko'rsatish sohasining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi, foizda

Mamlakatimizda ishchi kuchi bandligi va aholi daromadlarini oshirishda kasanachilik hamda shaxsiy yordamchi va dehqon xo'jaliklarida qoramol boqish sohasining ahamiyati yildan-yilga kuchayib bormoqda. Jumladan, 2008 yilda kasanachilar tomonidan 34 milliard so'mlik mahsulot ishlab chiqarildi va xizmatlar ko'rsatildi."Bugungi bosqichda kasanachilik sohasi bandlik va oila byudjeti daromadlarini oshirishning qo'shimcha manbaiga aylanib borayotganini hech kim inkor etolmaydi. Ayni vaqtda kasanachilik fuqarolarni, birinchi navbatda, xotin-qizlar, ayniqsa, ko'p bolali ayollarni, yordamga muhtoj nogironlar va mehnat qobiliyati

cheklangan boshqa shaxslarni ishlab chiqarish faoliyatiga jalb etish uchun muhim ijtimoiy ahamiyat kasb etmoqda”.

Umuman olganda mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik, xizmat ko'rsatish va servis, kasanachilik sohalarini barqaror rivojlantirish borasida ahamiyatli ishlar amalga oshirilib, ular pirovardida aholi turmush darajasining yuksalishiga sezilarli ta'sir ko'rsatdi.

Qisqacha xulosalar

O'zbekistonda kichik biznesni rivojlanishi va shakllanishining tarixini uch bosqichga bo'lish mumkin: inqilobgacha, sho'ro davri va hozirgi davr.

Kichik biznesning respublikamizda rivojlanishi bir qancha ustuvorliklarga ega, jumladan, faol va tadbirkor shaxslar kamolga yetishga yuqori darajali biznesmenlar shakllanishiga; turli ijtimoiy guruhlar daromadlarining nomutanosibligini silliqlab turuvchilik roli; iqtisodiyotning turli sektorlari o'rtasida o'zaro mustaxkam aloqalar o'rnatishga; jamiyatda siyosiy vaziyatni kafolatlovchi o'rta sinf shakllantirilishiga; nisbatan kam mablag'lar hisobiga yangi ish joylari yaratilishiga; texnologik; texnik va tashkiliy yangiliklar tez tadbiiq etilishi va bevosita ishlab chiqarilishiga; raqobat muhiti yuzaga keltirilishiga; monopol korxonalar kamayishiga xizmat qiladi.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. O'zbekistonda tadbirkorlikni tarixiy shakllanish bosqichlarining mohiyatini tushuntirib bering

2. O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishning asosiy maqsadi nimadan iborat?

3. . O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishning asosiy mezonlarini nimadan iborat?

4. Kichik biznesni rivojlantirish ustivorliklari haqida nima deya olasiz?

5. Kichik biznesni iqtisodiyotdagi ijtimoiy iqtisodiy vazifalari qanday?

6. Prezidentimiz I.A.Karimov “Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O‘zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo‘llari va choralari” nomli asarida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish to‘g‘risida qanday fikrlar aytilgan?

7. Xududlar bo‘yicha kichik tadbirkorlikda band bo‘lganlar soni o‘shishiga nimalar tasir qiladi?

8. Iqtisodiyot tarmoqlari bo‘yicha mahsulot ishlab chiqarish kichik tadbirkorlik sub'ektlarining ulushi (%) qanday?

9. Xususiy tadbirkorlik kichik biznes shaklining rivojlanishi uchun iqtisodiy va huquqiy asoslar yaratildimi?

10. Kichik biznesni rivojlantirish bo‘yicha qabul qilingan Prezident Farmonlarida nimalar ko‘rsatib o‘tilgan?

Asosiy adabiyotlar

1. Б.Ходиев, А.Бекмуродов, У.Ғофуров, Б.Тухлиев. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислам Каримовнинг “Жахон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари” номли асарини ўрганиш бўйича ўқув қўлланма. – Т.: Иқтисодиёт, 2009 й., 120 б.
2. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 735 с.
3. Qosimova M.S., Shodibekova D.A..va boshqalar/ Kichik biznesni boshqarish- O‘quv qo‘llanma / T. 2005. 160 b.

4. III BOB: RIVOJLANGAN DAVLATLAR IQTISODIYOTIDA KICHIK BIZNESNI O'RNI.

4.1. Yaponiya davlati iqtisodiyotida kichik biznes.

Dunyo tajribasiga nazar tashlaydigan bo'lsak, rivojlangan mamlakatlarda ham dastavval kichik biznesning iqtisodiyotda tutgan o'rni yuqori edi. Yapon mo'jizasi, deb atalgan iqtisodiy shiddat ham davlatning rejalashtirilgan qat'iy siyosati tufayli oyoqqa turib, hozirgi paytda mamlakat yalpi ichki mahsuloti yetishtirishda umumiy foydaning yarmini tashkil eta boshladi. Yapon korxonalarida ikkinchi jahon urushidan so'ng kichik biznes bilan shug'ullanishi revolyutsion tarzda kechdi. Yapon xo'jaligining kichik va yirik biznes chirmashib ketgan iqtisodiyot deb atash mumkin.

So'nggi davrlarda yaratilayotgan, samaradorligi yuqori bo'lgan mini texnologiyalardan foydalanayotgan bir guruh kichik biznes sub'ektlari iqtisodiyotning ushbu sektorida yangi yo'nalishni boshlab bermoqda. Ular ilm talab sohalarga ham kirib borishmoqda. Masalan: elektronika, farmatseftika, ilmiy-tadqiqot va boshqa sohalarga. Yaponiya davlatining iqtisodiy sohalarida kichik biznes va o'rta korxonalar soni va ulushini ko'rib chiqishimiz mumkin. Qayta ishlash sanoati, ulgurji, chakana savdo va xizmat ko'rsatish soxasi korxonalarining 99 foizini kichik va o'rta biznes korxonalarini tashkil etadi. (3.1-jadval)

3.1-jadval

Yaponiyada yirik korxonalariga nisbatan kichik va o'rta korxonalarining soni

	Kichik va o'rta biznes korxonalarini		Yirik korxonalar		Jami korxonalar	
	Soni	Foiz hisobi	soni	Foiz hisobi	soni	Foiz hisobi

Qayta ishlash sanoati	1562071	99,8	3774	0,2	156584 5	100,0
Ulgurji savdo	293903	99,2	2259	0,8	296162	100,0
Chakana savdo	1798963	99,8	4426	0,2	180338 9	100,0
Xizmat sohasi	1181827	99,7	3881	0,3	118570 8	100,0

Manba: “Деловая среда в Узбекистана глазами представителей малого и среднего бизнеса”. Отчет Международной Финансовой Корпорации по итогам 2003 г. - 21 с.

Natijada esa, dunyoda bu boradagi eng yuksak natijalar qo'lga kiritildi, ya'ni, Yaponiyada har bir fuqaro boshiga 38000 AQSH dollari hisobida daromad kela boshladi, holbuki islohotlar boshlanishi oldida bu ko'rsatkich 600 dollar edi.

Jahon sanoatida bosh o'rinda turadigan (lider) “Yamaxa” transmilliy kompaniyasi butun dunyo bo'yicha bir necha o'n milliard AQSH dollariga teng mahsulot ishlab chiqaradi, holbuki mana shu “naxang” kompaniya ham o'z faoliyatini 40- yillar oxirida 7 nafar odam ishlaydigan velosiped ta'mirlashni amalga oshiruvchi kichik kooperativ (ustaxona) edi. 3.2- jadvalda dunyoning turli mamlakatlari iqtisodiyotida kichik biznesning o'rni to'g'risida ma'lumotlar keltirilgan.

3.2-Jadval

Dunyoning bazi mamlakatlari iqtisodiyotida kichik biznesning o'rni.

Mamlakatlar	Kichik biznes korxonalarini soni		Kichik biznes ulushi, foiz hisobida	
	Ming dona	Ming kishi xisobiga	Jami ish bilan bandlar soni	Yalpi ichki mahsulot
AQSH	19300	74,2	54	50-52
Yevropa Ittifoqi mamlakatlari	15777	45	72	63-67

Buyuk Britaniya	2930	46	49	50-53
Germaniya	2290	37	46	50-54
Italiya	3920	68	73	57-60
Fransiya	1980	35	54	55-62
Yaponiya	6450	49,6	78	52-55
Rossiya	836,2	5,6	9,6	10-11
O'zbekiston	201,9	8,1	53	24,4*

Manba: “Деловая среда в Узбекистана глазами представителей малого и среднего бизнеса”. Отчет Международной Финансовой Корпорации по итогам 2003 г. - 21 с.

* 2009 yilda bu ko'rsatkich 50% ni tashkil qildi

Kichik biznesning iqtisodiyotdagi o'rniga baho berishda, eng avvalo iqtisodiy taraqqiyot uchun muhim ahamiyatga ega bo'lgan bunday miqdoriy ko'rsatkichlarini ko'rib chiqish lozim. Bular jumlasiga, kichik biznesning yalpi ichki mahsulot, jami ish bilan band bo'lganlar, kapital qo'yilmalar, eksport va boshqalardagi ulushini kiritish mumkin. 3.2-jadval ma'lumotlaridan shuni izoh etish joizki, xorij mamlakatlar kichik biznesni har tomonlama qo'llab-quvvatlashning rivojlangan tizimi mavjud bo'lib, bu hol raqobatning kuchayishi sharoitida ijtimoiy-itisoodiy muhitning barqaror taraqqiy etishini ta'minlaydi. Bu esa, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmining to'laqonli rivojlanganligidan dalolat beradi.

Kichik va katta korxonalarining ierarxik tartibda integratsiyalashgani bu mamlakat biznesining o'ziga xos ajralib turadigan xususiyati hisoblanadi. Bunday korxonalar yagona bozor va pirovard iste'molchi uchun ishlaydi. Ular mahsulot sifatini, tannarxi, taqsimot kanallari, savdoni rag'batlantirishni o'zaro muvofiqlashtirgan holda marketing bilan shug'ullanadi. Hatto bozor konyunkturasini o'rganish va tadqiqotlar o'tkazishda ham o'zaro uyg'unlikda harakatlanadi.

Kichik korxonalar ayrim butlovchi detallarni ishlab chiqarib, yoki yirik korxonalar mahsulotlarini sotishda qatnashib, mustahkam

o'zaro aloqalarni o'rnatishgan. Fan-texnika taraqqiyotining jadallashishi natijasida mini texnologiyalar vujudga kelar edi. Bu, ma'lum ma'noda kichik korxonalarining o'zida barcha ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish imkonini yaratdi. Pirovardida aksariyat kichik korxonalar bozorda mustaqil ishtirokchiga aylana boshladi. Hozirda ularning asosiy qismi alohida marketing faoliyatini tashkil qilgan holda narx, taqsimot, kommunikatsiya, tovar siyosatini olib borishni erkin belgilashadi. Ilm-fanni rivojlantirish, yutuqlaridan oqilona foydalanish, innovatsiyalarni o'z vaqtida joriy qilish bo'yicha dunyoda yetakchi bo'lgan yapon kichik biznesi hozirda nafaqat mahalliy bozorlarda, balki xorij bozorlariga chiqib, xalqaro marketing faoliyati bilan shug'ullanishmoqda. Ulardagi muhim vazifalarini bajaruvchilarning aksariyat qismi korxonalar sohiblari yoki yollangan marketologlardir. Bunday ishlar bilan shu sohani, tovar bozorini yaxshi biladigan shaxslar mashg'ul bo'lishadi. Mustaqil kichik biznes sub'ektlari xalqaro marketingda asosan eksport bilan qatnashishadi. Bu faoliyat qanchalik muntazamlashib boraversa, korxonalar hajmi ham kengayib boradi va yiriklashadi. Yirik korxonalar bilan hamkorlik qiluvchi kichik korxonalar aksariyat hollarda mahalliy sharoitlarda faoliyat yuritadi.

Yapon kichik korxonalarining yana bir o'ziga xos xususiyati, kadrlarni amaliy jihatdan tayyorlash vazifasini ham o'tashidir. Yollangan kadrlar o'z vazifalarini bajarish bilan birga korxonaning marketing, menejment, moliya va boshqa sohalariga oid masalalarini yechishda faol qatnashadilar. Ish davrida xodimlarning o'zlari bozor kon'yunkturasi haqida axborotni yig'ib, korxonaning narx, tovar, kommunikatsiya, taqsimot siyosatlari kabi marketing kompleksi elementlari borasidagi qarorlarni qabul qilishda

ko'maklashadilar. Bozor vaziyatlari, undagi o'zgarishlarga moslashish, korxonaning ishlash prinsiplari va hokazolar to'g'risida bilim, malaka va tajribaga ega bo'lgan xodimlarning aksariyati keyinchalik o'z bizneslarini tashkil etadilar.

Yaponiyada «Xususiy tadbirkorlik», «Xususiy korxonalar» to'g'risidagi qonunlarning qabul qilinishi natijasida, hukumat tomonidan kichik biznesni innovatsiyalash va moliyalash borasida qator islohotlar olib borildi. Jumladan, progressiv texnikani sotib olishni kreditlash, ilmiy-tadqiqot va tajriba konstruktorlik ishlarini kengaytirish davrida soliq to'lashni kechiktirish kabi qo'llab-quvvatlovchi chora-tadbirlar amalga oshirildi.

Xususan davlat moliya institutlarining hissadorlik jamiyatlariga aylantirilishi kichik biznesning kapital bozori bilan hamkorlik qilishi uchun shart-sharoit yaratishga hissa qo'shadi. Jadallashgan amortizatsiyani qo'llash va foydani reinvestitsiyalashni soliqdan ozod qilish kabi fiskal rag'batlantirish juda muhim hisoblanadi.

Yaponiya kichik biznesining asosiy qismi yuqori texnologiya talab qilmaydigan an'anaviy usulda ishlab chiqariladigan tovarlar bilan bozorda qatnashadi. Masalan: poyafzal va boshqa an'anaviy mahsulotlarning aksariyatini kichik korxonalar ishlab chiqarmoqda. Ular ichki bozorlarni to'ldiribgina qolmay, jahon bozorida eksport qilish bilan ham shug'ullanib kelmoqda.

Qisqa qilib aytganda, Yaponiya kichik biznesi rivojlanishining marketing xususiyatlarini makro va mikro darajalarda olib qarash mumkin. Birinchi holda: kichik biznes sub'ektlarini aholining zichligi va tarmoqlarda ixtisoslashishi asosida joylashishi; subpodryad va franchayzing tizimi asosida yirik korxonalar bilan hamkorlik qilib, yagona segmentga xizmat qilishi; ilm talab qiluvchi ishlab chiqarish

sohalarining bozorlarida kichik biznes vakillarining faollashishi aloqida ahamiyatga ega. Ikkinchi holda esa, muntazam bozor kuzatuvlarini olib borishi; mijozlar uchun o'z vaqtida kerakli qiymatni yarata olishi; yangi g'oyalarni tezda sinab ko'rishi; innovatsiyalarni operativ joriy eta olishi; yuqori savdo madaniyati; tez moslashuvchanligi; yaponlarning mehnatsevarligi tufayli, xodimlarning korxonalar marketing strategiyasiga yakdillik bilan birlashishi; bozor kon'yunkturasiga mos faoliyat yurituvchi marketolog xodimlarning shakllanishi; «Xaridor hamma vaqt haq» degan marketing tamoyiliga doimo rioya qilishi o'ziga xos belgilarini ifoda etadi.

3.2 Yevropa davlatlar iqtisodiyotida kichik biznesni rivojlantirish xususiyatlari.

Qisqa muddatda Yevropa iqtisodiyoti asosiy ustunlaridan biriga aylangan Germaniyada o'tkazilgan qat'iy davlat siyosati natijasida mamlakat iqtisodiyotida kichik biznes rivojlantirildi va urushdan keyingi yillar mobaynida biznes taraqqiyoti 10 %dan 65%gacha yetdi.

Ko'pgina xorijiy davlatlarda kichik biznes davlat siyosatiga molik kompleks tuzilma bo'lib, bunda tadbirkorlarning huquq va manfaatlarini himoya qilish qonuniy asosiga qo'yilgan, tadbirkorlar imtiyozli sur'atda kredit resurslari imkoniyatlaridan foydalanadilar. Imtiyozli soliq to'lash imkoniyatlariga ega ishlab chiqarish, moliya, maorif, bozor infratuzilmasidagi jami afzalliklar va yangiliklardan, o'zlariga manfaatli bo'lgan iqtisodiy o'sishga ko'maklashuvchi omillardan foydalanadilar.

Yevropa mamlakatlari orasida ishlab chiqarishi yuksak taraqqiy

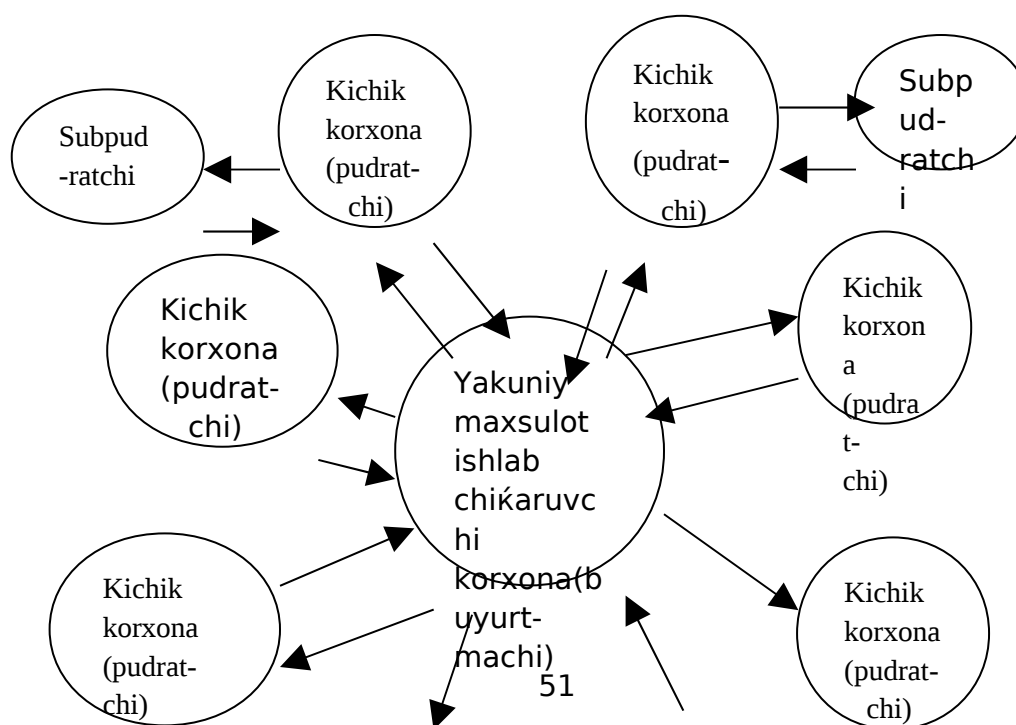
etgan mamlakatlardan biri Italiya bo'lib, mamlakatda bu boradagi muvaffaqiyatning asosiy tayanchi kichik tadbirkorlik hisoblanadi.

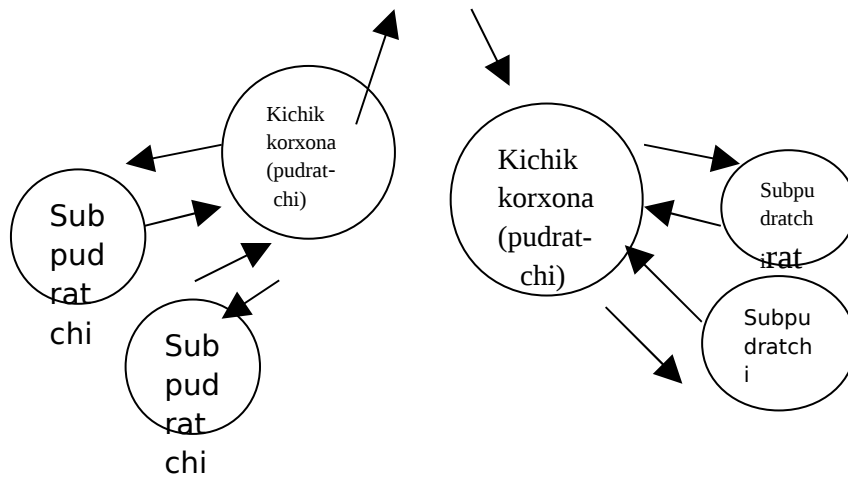
Italiya kichik korxonalari bir tarmoq yoki bir turdagi mahsulot ishlab chiqarish atrofida jipslashuvi yoki ixtisoslashuvi bilan mashxurdir. Kichik korxonalarining mahsulot ishlab chiqarish hajmi va o'sish sur'atlariga ko'ra, Italiyani faqatgina Gretsiya va Ispaniya bilan tenglashtirish mumkin. Italiyaning xalqaro savdo bozorlarida muvaffaqiyatli faoliyat olib borayotgan kichik korxonalari yuqori sifatli tovarlarni eksport qilishi bilan e'tibor qozongan. Italiya kichik korxonalari, odatda, yuqori sifati va dizayni bilan ajralib turadigan tovarlarni ishlab chiqaradi. Ta'kidlab o'tish joizki, Italiya kichik korxonalari oziq-ovqat mahsulotlari va boshqa iste'mol tovarlarining eksportida salmoqli o'rinni egallaydi. Shuningdek, ular yarim tayyor mahsulotlar va butlovchi qismlar, stanoklar, to'qimachilik va teriga ishlov berish, qishloq xo'jaligi, qadoqlash, yog'ochni qayta ishlash, keramika va metallga ishlov berish uskunalari hamda "mini" texnologiyalar eksport qilish bo'yicha ham yetakchilardan hisoblanadi. Shu o'rinda, Italiya kichik korxonalari bu darajada raqobatbardoshlikka qanday qilib erishgan, degan savol tug'ilishi tabiiy. Bu savolga javobni alohida olingan kichik korxonadan emas, balki ma'lum bir turdagi mahsulotni ishlab chiqarish bo'yicha ixtisoslashgan mehat taqsimotiga ega hamda yagona maqsad yo'lida uyushgan korxonalar tizimi "klasterlar" yoki "sanoat tumanlari" negizidan topish mumkin. Tadbirkorlar, mutaxassislar va olimlar tomonidan klasterlarga qiziqish kattaligining asosiy sababi ham shunda. Italiyada kichik korxonalar sanoatning bir tarmog'i yoki bir turdagi mahsulot ishlab chiqarish jarayoniga ixtisoslashuv xususiyatiga ega. Shu bilan birga ushbu tarmoqda tutash sohalarda

faoliyat yurituvchi korxonalar ham ixtisoslashuvning kuchayishidan manfaatdor. Bunday ixtisoslashuvni "kichik korxonalarining klasterlari" deb atashadi. (3.1-rasm)

Ta'kidlab o'tish joizki, bunday ixtisoslashuvda korxonalar bir-birlariga uzviy bog'langan bo'ladi, lekin bu ularning o'zaro qaramligini bildirmaydi. Aksincha, ishlab chiqarish yo'nalishlari va sheriklarni tanlashda to'liq mustaqillik ta'minlanadi. Har bir korxonalar bir-birisiz faoliyat ko'rsata olmaydigan ishlab chiqarish jarayonining bir bosqichi bilan shug'ullanadi.

Klasterlar uyushmalari o'z tarkiblariga mikro, kichik va o'rta korxonalarni biriktirishi yoki o'z atrofiga subpudratchilarni uyushtirgan yirik korxonalardan ham tashkil topishi mumkin. Ayrim klasterlar faqat birgina ishlab chiqarish jarayoniga ixtisoslashadi, boshqalari esa bir-biriga tutash faoliyat turlari yoki pirovard natijada bitta yirik tarmoqqa xizmat ko'rsatadigan turli ishlab chiqarish va xizmat sohalarini o'z ichiga oladi. Klasterlarga jamlangan kichik korxonalarining raqobat kurashidagi





3.1-rasm. Italiya klasterlariga kiradigan korxonalarining o‘zaro aloqalari.

afzalliklari uchta jihati bilan muhimdir:

- 1 ixtisoslashuv;
- 2 kooperatsiya;
- 3 egiluvchanlik.

Ixtisoslashuv maxsulot sifatini nazorat qilish bilan bog‘liq muammolarni ham samarali yechishga imkon yaratadi. Agar firma bir xil faoliyat turi bilan shug‘ullansa, u o‘sha yo‘nalishda sidqidildan ish yuritishiga va doimiy izlanishda bo‘lishiga to‘g‘ri keladi.

Italiya tajribasi yuksak taraqqiy etgan iqtisodiyotni barpo etish uchun ishlab chiqarishni yirik korxonalar asosida qurishga hojat yo‘qligini yaqqol namoyon qilmoqda. Mazkur va boshqa ko‘pgina mamlakatlar tajribalaridan shuni ko‘rish mumkinki, **birinchidan**, rivojlanayotgan mamlakatlarda muhim iqtisodiy omillardan biri, bu kichik biznes rivoji bo‘lib, bu boradagi har qanday umummanfaatini ko‘zlagan samarali faoliyatlar davlat ahamiyatiga ega bo‘ladi va qo‘llab- quvvatlanadi. Zero, kichik biznes faoliyati o‘sib, katta, yanada samarali biznesga aylanishi, mamlakat ichki bozorini tovar

hamda xizmat turlari bilan to'ldirishi, shu tariqa eksport salohiyati rivojiga xissa qo'shilishi, aholini ish bilan bandligi muammosi yechilishiga ko'maklashuvi, aholining real daromadi o'sishiga sabab bo'lishi mumkin.

Ikkinchidan, iqtisodiyotning globallasuvi sharoitida, jahon bozorida raqobat taranglashayotgan bir paytda, yirik korxonalar yoki katta biznesdan ko'ra aynan kichik biznesda raqobatga dosh berish, manevrlar qilish, ishlab chiqarish yo'nalishini o'zgartirish kabi iqtisodiy chora tadbirlar ko'rish oson kechadi.

Agar hozirgi zamon iqtisodiyotida asosiy iste'mol tovarlariga bo'lgan ehtiyoj o'rtacha har to'qqiz oyda o'zgarib turishini hisobga olsak, aynan kichik biznes faoliyatining afzalliklari yanada yaqqol, yorqinroq namoyon bo'ladi, iqtisodiy taraqqiyot mustahkam va ravon yo'lga tushib olish uchun muhim ahamiyat kasb etadi

3.3. Respublikada kichik biznesni rivojlantirish borasida jahon tajribalaridan foydalanish.

Respublikada kichik biznesni takomillanishi va rivojlanishida chet el tajribalarini har tomondan o'rganish, yaxshi kuzatish va xulosa chiqarib, to'g'ri qarorga kelish va xususiy tadbirkorlar tomonidan o'z shaxsiy ishini tashkil etish jarayoniga muvofiqlashtirish lozim.

Kichik biznesning davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi quyidagi tarkibiy qismlarni o'z ichiga olishi kerak: budget orqali bevosita yordam puli (masalan, AQSHda yordam puli yiliga 300 ming dollarga yaqin miqdorni tashkil qiladi). Pul hajmi kichik biznes sug'urta qilinmagan zararlarni qoplash uchun belgilangan bo'lishi

kerak. Yordam puli innovatsiyaning xavfli loyihalarini qoplaydi va katta biznes talab qilmaydigan mahsulot turlarini ishlab chiqarishni kuchaytiradi. Davlat bank kreditlarini olishda kafil sifatida chiqadi. Shuning uchun mayda biznesga kredit olish ancha yengilroq; kichik biznes soliq imtiyozlariga ega bo'lishi kerak (Masalan, AQSHda soliqlar umumlashtirilganda foydaning 44 foizini tashkil etadi: 36 foizi milliy, 8 foizi - shtat solig'i). Agarda firma ijtimoiy tarmoqqa yoki ishlab chiqarishning rivojlanishiga ajratilgan mablag'ni ko'paytirsam, soliq solinadigan ulush qisqartirilishi mumkin.

Masalan, Buyuk Britaniya va Italiyada yosh tadbirkorlar yuqori chegirish bilan tadbirkorlik faoliyatini boshlash va davom ettirishi haqida, shuningdek bozorga qanday chiqish mumkin, ishbilarmon sheriklarini qanday topishi haqidagi maslaxatlarni tekinga olishi mumkin. Bundan tashqari u o'zini qoniqtiradigan narxga ijaraga imorat va xususiy biznesni boshlash uchun kerakli asbob uskuna olib, amaliy ishda sinab ko'rishini mumkin.

Germaniyada kichik biznesni qo'llab-quvvatlashning davlat dasturi amalga oshiriladi. Unga muvofiq, tadbirkorlarga faoliyatning dastlabki ikki yilida foizsiz kredit beriladi. Keyingi yillarda esa juda past stavkalarda yillik foizlar undiriladi. Shu tariqa tadbirkorlar bepul boshlang'ich sarmoya bilan ta'minlanadi.

Kichik biznesning shakllanishi va rivojlanishida olingan tajribani umumlashtirish va ma'lum xulosa qilish va takliflar kiritish lozim.

Shu o'rinda, Italiya kichik korxonalarini yuqori darajada raqobatbardoshlikka ixtisoslashuviga olib kelgan "kichik korxonalarining klasterlari" ni mamlakatimiz kichik korxonalarida joriy qilish maqsadga muvofiqdir. Alohida olingan kichik korxonadan emas, balki ma'lum bir turdagi mahsulotni ishlab chiqarish bo'yicha

ixtisoslashgan mehnat taqsimotiga ega hamda yagona maqsad yo'lida uyushgan korxonalar tizimi "klasterlar"ni qishloqlarda yoki "sanoat tumanlari" negizida tashkil qilish mumkin. Italiya tajribasi asosida kichik korxonalar sanoatning bir tarmog'i yoki bir turdagi mahsulot ishlab chiqarish jarayoniga ixtisoslashuv xususiyatini kiritish lozim. Shu bilan birga ushbu tarmoqda tutash sohalarda faoliyat yurituvchi korxonalar ham ixtisoslashuvning kuchayishidan manfaatdor bo'ladi.

O'zbekistonda ham kichik tadbirkorlikni moliyaviy qo'llab-quvvatlash amalga oshirilmoqda. Lekin, Yaponiyadagi kabi zamonaviy fan-texnikaning so'nggi yutuqlaridan foydalanuvchi sohalarga ko'proq ahamiyat berilib, ko'maklashilsa, rivojlanish yanada jadal sur'atlarda kechgan bo'lar edi.

Respublikamiz kichik biznesining mikro va makro marketingini takomillashtirishda yaponlar tajribasini to'g'ridan-to'g'ri, to'liq qo'llash imkoniyati bo'lmasada, ko'pgina jihatlaridan foydalanilsa, ijobiy natijaga erishish mumkin.

Yaponlardagi insonlarning o'zaro hurmat munosabatlari iste'molchilarga nisbatan yuqori darajada muomalali bo'lishga undaydi. O'zbeklarning madaniyati ham sharq xalqlariniki bilan uyg'unlikda rivojlangan bo'lib, insonlararo iliq munosabatlar shakllangan. Ushbu xususiyat mamlakatimiz tadbirkorlarining ongiga «Iste'molchi - bozor qiroli» degan marketing aqidasiining to'liq singdirilishida muhim poydevor bo'lib xizmat qilishi mumkin. Natijada savdo madaniyati ham bir muncha yuksaladi.

Yaponlardagi kabi o'zbek xalqining mehnatsevarligidan oqilona foydalanish xodimlarni korxonaning yagona marketing strategiyasini amalga oshirish uchun jipslashtirishda katta samara beradi.

Mamlakatimiz olimlarining ilmiy salohiyatini jalb qilgan holda, mahalliy tabiiy resurslardan foydalanib, eksportga yo'naltirilgan va import o'rnini bosa oladigan yangi tovarlarni yaratish va bozorga kiritish lozim.

Makromarketing jihatidan respublikamiz hududlaridagi mavjud salohiyatni hisobga olgan holda, sohalarni rivojlantirish va infratuzilmani tashkil qilish lozim.

Ayniqsa, ko'proq ilm talab qiluvchi sohalarda kichik biznes sub'ektlarining tashkil etilishi moddiy-texnika, xom -ashyo, moliya, mahsulotni sotish tomonidan rag'batlantiruvchi marketing davlat dasturini ishlab chiqish va joriy qilish respublikamiz iqtisodiyotida katta ahamiyatga ega.

Mamlakatimiz kichik biznesida inovatsiyalarni joriy etish va innovatsion marketingni rivojlantirish mumkin. Uzluksiz o'tkazilib kelinayotgan ko'rgazma savdolarga ishlab chiqarish vositalarining eng so'nggi avlodlari taklif etilib, tadbirkorlarga ular haqida axborotlar berilmoqda. Faqat moliyaviy imkoniyatlarning cheklanganligi ularni xarid qilishga to'siq bo'lmoqda. Kichik biznesni qo'llab-quvvatlovchi banklar, kredit uyushmalari tomonidan doimiy harakatdagi «Innovatsiya uchun» maqsadli kreditlar tashkil qilinsa, kichik biznes sub'ektlarida innovatsiya jarayonini Yaponiyadagi singari jadallashtirish mumkin. Ishsiz yoshlarni ishga yollab, ularda xaridorgir mahsulotlarni ishlab chiqarishni tashkil etish, bozor kon'yunkturasi tebranishlariga mos harakatlana olish qobiliyatlarini shakllantirish zarur. Buning natijasida bozor munosabatlari bo'yicha tajriba va ko'nikmalarga ega marketolog xodimlar tayyorlanib, kadrlar muammosi ham echiladi.

Yirik sanoat korxonalarini bilan kichik biznes o'rtasida subpodryad

tizimi asosida hamkorlik munosabatlarini shakllantirish va yagona bozor segmentiga xizmat qilish uchun yo'naltirish lozim. Bunda kichik biznes sub'ektlari ehtiyot va butlovchi qismlarni etkazib berish orqali qiymat yaratadi va faoliyatini barqarorlashtiradi.

Moddiy va moliyaviy imkoniyatlari keng, o'z faoliyatlarini muqobil rivojlantirishga harakat qiluvchi yirik korxonalar respublikamizda mavjud, ular bilan kichik biznes sub'ektlari o'rtasida o'zaro manfaatli franchayzing aloqalarini o'rnatish katta ahamiyatga ega. Buning natijasida kichik biznes faoliyatidagi tavakkal xavfi darajasi pasayadi, imidji paydo bo'ladi, tezda xaridorlar ishonchini qozonadi, sotish ishlari jadallashadi.

Yuqorida jahonning iqtisodiyoti eng yuksak darajada rivojlangan mamlakatlaridan kichik biznesni rivojlanish tajribasi ishlab chiqilgan takliflar O'zbekistonda faoliyat ko'rsatayotgan kichik biznes subektlari rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi, deb o'ylaymiz.

Qisqacha xulosalar

Jahon amaliyoti rivojlangan bozor iqtisodiyoti mamlakatlarida kichik biznes ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni hal etishda, yangi ish o'rinlarini barpo qilishda, bozor o'zgarishlariga nisbatan tez moslashishda va mulkdorlar sinfini shakllantirishda alohida ahamiyatga va yuqori samaradorlikka ega ekanligini tasdiqlamoqda. Italiya tajribasi yuksak taraqqiy etgan iqtisodiyotni barpo etish uchun ishlab chiqarishni yirik korxonalar asosida qurishga hojat yuqligini yaqqol namoyon qilmoqda. Germaniyada kichik biznesni qo'llab-quvvatlashning davlat dasturiga muvofiq, tadbirkorlarga faoliyatning dastlabki ikki yilida foizsiz kredit beriladi. Keyingi yillarda esa juda past stavkalarda yillik foizlar undiriladi. Shu tariqa tadbirkorlar bepul boshlang'ich sarmoya bilan ta'minlanadi.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Rivojlangan Yevropa davlatlarida kichik biznesni rivojlanishiga qanday ahamiyat beriladi ?
2. AQSH da kichik biznes korxonalarining o'ri qanday?
3. Rivojlangan davlatlarda kichik biznes korxonalarini qo'llab-quvvatlash siyosati qanday olib boriladi ?
4. Kichik biznes korxonalarini rivojlantirishda xorijiy davlatlar tajribalaridan qanday foydalanish mumkin?
5. O'zbekiston iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy sektorni rivojlantirida qaysi davlat tajribasidan ko'proq foydalanish mumkin?
6. Italiya klasterlarining mohiyati nimada?
7. Osiyo davlatlarda kichik biznes korxonalarini qo'llab-quvvatlash siyosati qanday olib boriladi ?
8. Yaponiyaning kichik biznes va xususiy sektorni rivojlantirish tajribasidan O'zbekiston iqtisodiyotida foydalanish mumkinmi?
9. Germaniyada tadbirkorlarga foizsiz kredit berish tajribasini O'zbekistonda kichik biznesni qo'llab-quvvatlash maqsadida qo'llash mumkinmi?
10. Buyuk Britaniya va Italiyada yosh tadbirkorlar tadbirkorlik faoliyatini boshlash va davom ettirishi qanday ragbatlantiriladi?

Asosiy adabiyotlar

1. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 735 с.
2. Маматов Б. Кичик бизнесни молиялашнинг чет эл тажрибаси // “Бозор, пул ва кредит”.- 2005.-№4.- 40-43 бетлар

3. Кичик тадбиркорлик фаолияти асослари 1-қисм: ўқув амалий қўлланма / Б.Ю.Ходиев, А.Самадов, М.С. Юсупов ва бошқалар – Тошкент.: ТЕМПУС дастури “Матодор2000” лойиҳаси, 2004.-144б.

IV-BOB: KICHIK BIZNES YURITISH SHAKLLARI.

4.1. Xususiy tadbirkorlik

Kichik biznesda tadbirkorlikni tashkil qilishning eng oddiy shakli bu xususiy tadbirkorlik bo'lib, bunda jismoniy shaxs tomonidan tadbirkorlik faoliyatini yuritilishi tushiniladi.

Xususiy tadbirkorlik - xo'jalik yuritishning shunday huquqiy shakli, unda mulk egasi bitta shaxs yoki oila bo'ladi va faoliyatdan kelgan daromadni (turli to'lov va soliqdar to'langanidan keyin) hammasiga egalik qiladi, qolaversa biznesdagi xavf-xatar va tavakkalchilik uchun yakka o'zi javob beradi. Tadbirkorlikning ushbu shakli chakana savdoda, umumiy ovqatlanish va maslaxat sohasidagi biznesda, maishiy xizmatda, fermerchilikda, tibbiyotchilik amaliyotida va hunarmandchilikda ko'proq uchraydi.

Xususiy tadbirkorlik:

- 1 yuridik shaxs tashkil qilmasdan;
- 2 mustaqil ravishda, ishchilarni yollash xuquqisiz;
- 3 tadbirkorga tegishli mulk asosida yuritiladi.

Xususiy tadbirkorlikning hozirgi kundagi ommaviy shaklidan biri xalq iste'mol tovarlarini importi va savdosi bilan shug'ullanuvchi jismoniy shaxslar ("chelnoklar") yuridik shaxs tashkil qilmay eksport-import operatsiyalarini, ulgurji va chakana savdoni amalga oshiruvchilar sifatida ro'yxatdan o'tadilar.

Xususiy tadbirkorlikni quyidagi turlari mavjud:

- 1 shaxsiy tadbirkorlik(bitta fuqaro);
- 2 qo'shma tadbirkorlik.

O'z navbatida qo'shma tadbirkorlik:

- 3 oilaviy tadbirkorlik,
- 4 yuridik shaxs tashkil qilmagan dexqon xo'jaligi,

5 oddiy shirkatlar (qo'shma xo'jalik yuritish xaqidagi shartnomaga asoslangan) shaklida amal qilishi mumkin.

Xususiy tadbirkorlikning **afzalliklari:** birinchidan, xususiy tadbirkorlik bilan shugullanish uchun ruxsat olish xo'jalik shirkatlariga nisbatan soddalashtirilgan, ya'ni xususiy tadbirkor davlat ro'yxatidan o'tganidan keyin, yuridik shaxs tashkil etmasdan faoliyat yuritishi mumkin. Bunda xususiy tadbirkor bankda hisob raqami ochishi va o'z hamkorlari bilan naqd pulsiz hisob-kitobni amalga oshirishi mumkin. Ikinchidan, soliqqa tortishning soddalashtirilgan tizimi qo'llaniladi. Bundan tashqari, to'la mustaqillik harakatdagi erkinlik va tezkorlik, barcha foyda faqat mulkning yolg'iz egasiga kelib tushadi va u ko'proq ishlashga rag'batlantiradi.

Xususiy tadbirkorlikning **kamchiliklari:** kreditlash imkoniyatlaring cheklanganligi, zaif moliyaviy poydevorga egaligi, barcha xo'jalik faoliyati uchun o'zining bor mulki bilan javobgarligi; faoliyatni kengaytirish imkoniyatlarini cheklanganligi.

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

4.2. Shirkatchilik korxonalar.

Xo'jalik jamiyatlari va shirkatlari — bu ikki yoki undan ortiq yuridik shaxslar, yuridik va jismoniy shaxs, shuningdek jismoniy shaxslar o'rtasida o'zaro ko'ngilli bitm asosida mulkni umumiy manfaatni ko'zlovchi tadbirkorlik harakatini uyushtirish maqsadlarda tashkil qilinadigan korxonadir. Xo'jalik jamiyatlari va shirkatlari yuridik shaxs bo'lib, o'z nomidan faoliyat ko'rsatadi, o'z raxbariyati

va ofisiga ega bo'ladi. U shartnoma asosida tashkil qilinadi, uning qatnashchilari avvalo o'zining va boshqa a'zolarining manfaatini ko'zlab harakat qiladilar.

Xo'jalik jamiyatlari va shirkatlari asosiy ta'sis xujjati bo'lib ta'sis shartnomasi va ustav hisoblanadi hamda:

Aksionerlik tashkilot ustav asosida faoliyat yuritadi.

Ma'suliyati cheklangan jamiyat ta'sis shartnomasi va ustav asosida faoliyat yuritadi.

To'liq va komandit shirkatlar ta'sis shartnomasi asosida tashkil etiladi va faoliyat yuritadi.

Xo'jalik jamiyatlari va shirkatlari mulkida barcha qatnashchilarning xissasi ularning ustav kapitaliga qoshgan xissasiga mutanosibdir.

Xo'jalik shirkatlari - bu shaxslarning shunday birlashmasiki, unda ta'sichilar ta'sischilar faqat mulkiy badallar bilangina emas, balki shaxsiy faoliyati bilan ham qatnashadilar. Xo'jalik shirkatlarining asosan to'liq va kommandit (aralash) shakli mavjud.

To'la shirkat - bu barcha qatnashchilar birgalikda faoliyat yuritadigan va va shirkatning barcha majburiyatlar bo'yicha unga tegishli bo'lgan mulk asosida birgalikda javobgar bo'lgan shirkatdir.

Kommandit(aralash) xo'jalik shirkatchiligi deb shunday shirkatga aytiladiki, unda shirkatning majburiyatlari bo'yicha o'zining barcha mulki bilan ma'suliyatli bitta va undan ko'p qatnashchilar bilan birgalikda bitta yoki bir nechta qatnashchilar (kommanditistlar) ham bo'lib, ularning ma'suliyati faqat o'zlari qo'shgan xissa bilan belgilanadi.

Xo'jalik shirkatchiligining tadbirkorlikning boshqa tashkiliy huquqiy shakllari oldidagi **afzalliklari** quyidagilar: o'zining pul

mablag'lari bilan biroz quvvatliroq; qarorning qabul qilinishida zaruriy mustaqillik, erkinlik va tezkorlikni ta'minlaydi; begona investorlarning kapitalini jalb qilish imkoniyati mahsulot, ish va ko'rsatiladigan xizmatning raqobatdoshligini oshirish uchun sharoit yaratadi; boshqaruv tizimi amaldagi ishlab chiqarish harajatlarini kamaytiradi, shirkatchilik a'zolarining ishiga yuqori darajadagi qiziqishi uyg'otadi. Shirkatchilik uchun foydali bo'lgan barcha narsa uning har bir a'zosi uchun ham foydalidir.

Xo'jalik shirkatchiligining **kamchiliklari**: barqaror emaslik; a'zolarining cheklanmagan javobgarligi, bir a'zoning xatosi boshqa a'zolarining ham harob bo'lishiga olib keladi.

Ma'suliyati cheklangan va qoshimcha ma'suliyatli jamiyat

Ma'suliyati cheklangan jamiyat (MChJ) deb bir yoki bir nechta shaxslar tomonidan ta'sis etilgan xo'jalik jamiyati qabul qilinib, uning ustav fondi ta'sis xujjatlari asosida belgilangan miqdordagi qismlarga bo'lingan bo'ladi. MChJ qatnashchilari uning majburiyatlari boyicha javobgar bolmaydilar va shirkat faoliyati bilan bog'liq zarar yuzasidan faqat jamiyatning ustav kapitaliga o'zlari qo'shgan qiymati doirasida tavakkal qiladilar.

Qo'shimcha ma'suliyatli jamiyat(QMJ) deb, ustav fondi va ta'sis xujjatlari asosida belgilangan miqdordagi qismlarga bo'lingan jamiyatga aytiladi. Unda qatnashchilar o'zining majburiyatlari bo'yicha o'zlarining ustav kapitaliga qo'shgan xissalari bo'yicha javobgar bo'ladilar, lekin(shu bilan MChJ dan farqlanadilar) ushbu summa yetarlicha bolmagan holda qo'shimcha ravishda o'zlariga tegishli bo'lgan mulk bo'yicha o'zlari qo'shgan xissa qiymatiga barchaga teng miqdorda ko'paytirilgan holda javobgardirlar.

Ma'suliyati cheklangan jamiyat **afzalliklari:**

-har bir qatnashchining javobgarligi uning ustav fondidagi xissasi bilan cheklangan;

-ustav fondining minimal miqdori minimal ish haqini ellik barobar miqdoriga teng summani tashkil qiladi.

6.3, Kichik korxonalar.

Kichik tadbirkorlikni jadal rivojlantirish, mamlakat iqtisodida xususiy sektor ulushini oshirish, ishlab chiqarish sohasida aholini bandligini to'laroq ta'minlash uchun yanada qulay sharoit yaratish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1998 apreldagi 'Xususiy tadbirkorlik kichik biznesni rivojlantirishni yanada rag'batlantirish chora tadbirlari to'g'risida"gi Farmoniga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish haqida" 2003 yil 30 avgustda 3305-son Farmoni qabul qilindi. Mazkur farmonga asosan 2004 yilning 1 yanvaridan boshlab, o'rta korxonalar ham kichik korxonalar jumlasiga kiritilib, imtiyozga ega bo'lgan holda soddalashtirilgan soliq to'lash huquqiga ega bo'ldi. **2004** 1 yanvardan boshlab kichik korxonalar ularda ishlovchilar soniga qarab ajratilardi.

Mikrofirmalar turkumiga, odatda, quyidagi yangi bunyod etilayotgan va amaldagi korxonalar kiradilar:

ishlab chiqarish tarmoqlarida band bo'lgan xodimlarning o'rtacha yillik soni- **20 kishidan;**

xizmat ko'rsatish sohasi va ishlab chiqarishga aloqador bo'lmagan boshqa tarmoqlarda **10 kishidan;**

ulgurji, chakana savdo va umumiy ovqatlanish sohasida **5 kishidan** oshmagan korxonalar.

Shuningdek, individual mehnat faoliyati bilan shug'ullanuvchi va shirkat (o'rtoqlik)ga birlashib ishlovchi jismoniy shaxslarni ham

kichik biznes sub'ektlari qatoriga kiritildi.

Yuqorida keltirilgan Farmonga asosan **kichik korxonalar** jumlasiga quydagilar kiradi:

- **yengil va oziq-ovqat sanoati, metalga ishlov berish va asbobsozlik yog'ochni qayta ishlash , mebel sanoati va qurilish materiallari sanoati** ishlab chiqarish tarmoqlaridagi band bo'lgan xodimlarning o'rtacha yillik soni **100 kishigacha** bo'lgan korxonalar (2004 yil 1 yanvarga qadar 40 kishidan oshmagan);
- **mashinasozlik, metallurgiya, yoqilg'i energetika va kimyo sanoati** korxonalarida **50 kishigacha** (ilgari 40 kishi)
- **qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtirish va qayta ishlash, qurilish hamda boshqa sanoat-ishlab chiqarish sohalari** korxonalarida ishlayotgan xodimlari soni **50 kishigacha** (2004 yilgacha 20 kishidan oshmagan)
- **fan- ilmiy xizmat ko'rsatish , transport, aloqa , xizmat ko'rsatish sohasi (sug'urta kompaniyalaridan tashqari), savdo va umumiy ovqatlanish hamda boshqa ishlab chiqarishga aloqador bo'lmagan sohalaridagi** band bo'lgan xodimlarning o'rtacha yillik soni **25 kishigacha** (ilgari 10 kishi) bo'lgan korxonalar kiradi.

Kichik biznesda jamoa korxonalari bunyod etish keng tarqalmoqda.

Jamoa korxonasi-bu shunday xo'jalik shakli, unda 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 mulkini ixtiyoriy tarzda birlashtirish yo'li bilan; davlat korxonalarini mulkini (qaytarib bermaslik sharti bilan) mehnat jamoalariga berish yo'li bilan.

Xissadorlik (aksionerlik) jamiyati

Xissadorlik (aksionerlik) jamiyati - bu jismoniy shaxslar kapitallarning birlashuvi bo'lib, u aksiyalar chiqarish yo'li bilan bunyod etiladi. U ochiq yoki yopiq bo'lishi mumkin. Xissadorlik 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, xissadorlik jamiyat** deb ataladi;

agar uning aksiyalarining qimmatbaho qog'ozlar bozorida muomalada bo'lishi jamiyat nizomiga binoan ma'n etilgan yoki cheklangan bo'lsa va u, faqat, nomlangan (egasi yozilgan) aksiyalar chiqarsa - **yopiq xissadorlik jamiyati** deb ataladi.

Aksionerlik jamiyati shunday **afzallikka** egaki, aksionerlar yuzaga kelishi mumkin bo'lgan zararni qoplash uchun faqat o'z aksiyalari doirasidagina javobgardirlar. Lekin shuni ta'kidlash lozimki, aksionerlik jamiyati minimal ustav fondi masuliyati cheklangan jamiyat ustav fondidan ancha ko'p bo'lishi kerak. (Ochiq aksioner jamiyati uchun-50000 AQSh dollari, yopiq aksioner jamiyati uchun- 200 minimal ish haqi) va bu aksionerlik jamiyati tashkil qilish uchun mustaxkam baza kerakligini bildiradi.

Ishlab chiqarish kooperativi

Ishlab chiqarish kooperativi- mustaqil xo'jalik sub'ekti bo'lib, yuridik shaxs xuquqiga ega va o'ziga jamoa mulki sifatida tegishli bo'lgan mulkka egalik qiladi. Kooperativ fuqorlarning xohishi yoki

yuridik shaxslarning tashabbusi bilan tashkil topadi. Kooperativ a'zolarining soni uch kishidan kam bo'lmaydi. Matlubot kooperativida(jamiyatida) esa yetti kishidan kam bo'lmaydi.

Ishlab chiqarish va ishlab chiqarish-matbuoat kooperativining faoliyati uning a'zolarining shaxsiy mehnati, shuningdek mehnat shartnomasi(kontrakt, bitm) bilan ishlovchi shaxslarning qatnashuviga asoslanadi. Kooperativ mulk -a'zolarning pul va moddiy badallari. Ular ishlab chiqargan maxsulot. Shuningdek xo'jalik faoliyati natijasida olgan daromadlari asosida tashkil topadi. Kooperativ mulkning tashkil topishi shartnoma asosida tashkilot va korxonalar(mulk shaklidan qat'iy nazar), shuningdek kooperativ a'zosi bo'lmagan, lekin unda mehnat shartnomasiga ko'ra ishlayotgan fuqorolar qatnashishi mumkin. Kooperativ qarz majburiyatlari yuzasidan o'zining mulki bilan javobgardir.

Xolding, offshor kompaniyalar

Xolding — bu mulk egalari tomonidan bir qancha mustaqil xissadorlik jamiyatlari faoliyatini nazorat qilish maqsadida bunyod etilgan jamiyatdir. Xoldingga birlashgan korxonalar, odatda, sho'ba korxonalar deb ataladi. Shu'ba korxonalar ko'pincha korxonaning rivojlanib borishi davomida bosh korxonalar tomonidan tashkil qilinadi va to'la mustaqillikka ega bo'lgan yuridik shaxs sifatida faoliyat ko'rsatadi. Ammo, bosh (ona) korxonalar (kompaniyalar) sho'ba korxonalar aksiyalarining asosiy qismi (nazorat paketi) egasi sifatida uning faoliyatiga ta'sir o'tkazishi mumkin.

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

qarashli yoki xususiy bo'lishi mumkin. Davlat xoldingida aksiyalar nazorat paketi davlatga tegishli bo'ladi. Xolding kompaniyalari ikki xil bo'lishi mumkin: **moliyaviy xolding**- asosan nazorat boshqaruv vazifasini bajaradi; **aralash xolding** - turli xil xo'jalik faoliyati va savdo-sotiq bilan shug'ullanadi.

Offshor kompaniyasi — bu imtiyozli soliq to'lash (yoki butkul to'lamaslik) xududida bunyod etilgan korxonaga bo'lib, u ro'yxatga olingan joyda barqaror turmaydigan shaxslarga tegishlidir. Ko'pgina davlatlarda xorijiy investitsiyalarni ko'proq jalb etish maqsadida kiritilgan omonatlar haqidagi axborotning qonunchilik yoki an'anaviy kafolatlar yo'li bilan konfidensialligini (oshkor etilmasligini) ta'min etuvchi va qator imtiyozlar berish tizimi bunyod etilgan bo'lib, bu tizim xorijiy tadbirkorlarga ularning tadbirkorlik faoliyatini mazkur davlat hududida olib borish sharti bilan joriy qilinadi.

Odatda, offshor korxonasi mas'uliyati cheklangan jamiyat yoki kompaniya shaklida bunyod etiladi. Ammo, offshor faoliyati uchun boshqa tashkiliy-huquqiy shakllar ham yo'q emas.

Konsalting birlashmalari

Konsalting - bu ishlab chiqarishga ish yuzasidan xizmat ko'rsatish sohasida ixtisoslashgan firmalarning o'z mijozlariga maslahat xizmati ko'rsatish va texnikaviy loyihalarni ekspertiza qilish bilan bog'liq iqtisodiy faoliyatdir. Kichik biznesda konsalting birlashmalari taraqqiy topgan maslahat xizmati bozorini bunyod etish yo'li bilan tadbirkorlik faoliyatining taraqqiyotiga yordam ko'rsatadi. Chunki, bu kabi xizmatlarni alohida firmalar talab darajasida amalga oshira olmaydilar. Bunday birlashmalarning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- yagona axborot-so'rovnoma fondini yaratish va yagona reklama

strategiyasini (yo'nalishni) amalga oshirish;

maslaxatchilik tashkilotlarini taraqqiy topishiga va xorijiy investitsiyalarni jalb etishga ko'maklashish; tadbirkorlik tashabbuslarini amalga oshirish uchun sheriklar tanlash. Maslaxat xizmati turlari quyidagilardan iborat: barcha mulk shakllaridagi korxonalarni ro'yxatga olish uchun ta'sis xujjatlarni tayyorlash;

- marketing izlanishlar o'tkazish;
- xususiylashtirish, aksionerlashtirish dasturlarini ishlab chiqish;
- tashqi iqtisodiy faoliyat;
- reklama strategiyasini ishlab chiqish, reklama materiallarini tayyorlash va ularni tarqatish; huquq, moliya, tashkiliy, boshqarish masalalari bo'yicha maslahatlar berish;
- aqliy(intellektual) mulkni himoya qilish masalasi bo'yicha maslaxatlar berish;
- xizmatchilarni tayyorlash va malakasini oshirish;
- investitsiyalarni jalb qilish, imtiyozli kredit olish, zaruriy resurslarni va kapitalarni sotib olish bo'yicha va boshqa maslaxatlar berish.

Qisqacha xulosalar

O'z biznesiga ega bo'lishni istagan tadbirkor nima bilan shug'ullanishi, qaysi tashkiliy-huquqiy ko'rinishda o'z maqsadini hayotga tadbiq etish haqida tasavvur qilishi kerak. O'z maqsadini amalga oshirishda yuridik shaxs maqomini olish yoki cheklangan huquuklarga ega firmani tashkil etish to'g'risida qaror qabul qilish muhim rol o'ynaydi. Kichik biznes mikrofirmalar, kichik korxonalar, xususiy tadbirkorlik, xissadorlik (aksionerlik) jamiyati, xolding, offshor ,konsalting birlashma va boshqa tashkiliy-huquqiy ko'rinishlarda faoliyat ko'rsatadi.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Xususiy tadbirkorlik - xo'jalik yuritishning shakli sifatida nima deya olasiz?
2. Mikrofirmatarkibiga qanday korxonalar kiradi;
3. Kichik korxonalar tarkibiga qanday korxonalar kiradi?
4. Agar firma tashkiliy-huquqiy shaklini o'zgartirsa, qandaydir soliq afzalliklarni olishi mumkinmi?
5. Ochiq va yopiq turdagi xissadorlik jamiyatlari - qanday tashkil qilinadi?
6. Xususiy tadbirkorlikning turlari, xususiyatlari nimalardan iborat?
7. Offshor kompaniyalarining iqtisodiyotdagi o'rni haqida nima deya olasiz?
8. Ma'suliyati cheklangan jamiyat (MChJ) qanday tashkil qilinadi?
9. Mavjud shakl korxonaning moliyaviy imkoniyatlarini qandaydir tarzda cheklaydimi?
10. Konsalting korxonalarining bozor iqtisodiyoti sharoitidagi ahamiyatini tushuntiring.

Asosiy adabiyotlar

1. Менежмент малого бизнеса: Учебник /Под. Ред. проф М.М. Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.: Вузовский учебник, 2004.-269с.
2. Б.Ходиев, А.Бекмуродов, У.Фофуров, Б.Тухлиев. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг "Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари" номли асарини ўрганиш бўйича ўқув қўлланма. - Т.: Иқтисодиёт, 2009 й.,

120 б.

3. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 735 с.
4. Qosimova M.S., Shodibekova D.A..va boshqalar/ Kichik biznesni boshqarish- O'quv qo'llanma / T. 2005. 160 b.
5. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Джеффри Лайкер; Пер. с англ. — 3-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 400 с.

V- BOB. KICHIK BIZNES XO'JALIK SUBYEKTLARINI RO'YXATDAN O'TKAZISH, LITSENZIYA OLISH, SERTIFIKATSIYALASH TARTIBLARI, MUOMMOLARI

5.1. Yangi korxonani tashkil etish tartibi

Kichik biznes korxonalari davlat ro'yxatidan o'tish - yuridik shaxs yoki yakka tadbirkor maqomini olishning oxirgi bosqichidir. Ungacha biznesni qaysi tashkiliy ko'rinishda barpo etish xaqida qaror qabul qilish; talab qilinadigan hujjatlarni to'plash; biznesning tashkiliy-huquqiy ko'rinishini tanlash lozim.

O'zbekiston respublikasi vazirlar mahkamasining 20 avgust 2003 yilda qabul qilingan 357-sonli qarorida "Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish uchun ro'yxatdan o'kazish tartibotlari tizimini tubdan takomillashtirish to'g'risida Nizom" qabul qilindi.

1. Mazkur Nizom - tadbirkorlik sub'ektlarini ayni paytda davlat soliq va statistika organlarida hisobga qo'ygan holda O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligida, viloyat adliya boshqarmalarida, tumanlar (shaiarlar) hokimliklari huzuridagi Tadbirkorlik sub'ektlarini ro'yxatdan otkazish inspektsiyalarida davlat ro'yxatidan otkazish tartibi va muddatlarini ob'ektlarni qurish va rekonstruktsiya qilish uchun zarur bo'lgan ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish tartibi va muddatlarini belgilaydi.

Yuridik shaxs bo'lmasdan yakka tartibdagi tadbirkorlar sifatida tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib kelish niyatidagi jismoniy shaxslarni davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi va muddatlari Vazirlar Maikamasi tomonidan tasdiqlanadigan alohida Nizom bilan tartibga solinadi.(O'zR VM 02.09.2004 y. 413-son Qarori)

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

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

- xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar va tegishli ravishda Qoraqalpog'iston Respublikasi va viloyatlarda tashkil etiladigan bozorlar va qonun hujjatlarida nazarda tutilgan hollarda boshqa tashkilotlar - Qoraqalpog'iston Respublikasi Adliya vazirligi, viloyatlar adliya boshqarmalari tomonidan;

- barcha tadbirkorlik sub'ektlari, shu jumladan xorijiy sarmoya ishtirokidagi korxonalar, ushbu bandning ikkinchi va uchinchi xat boshida ko'rsatilganlardan tashqari - tumanlar va shahharlar hokimliklari huzuridagi Tadbirkorlik sub'ektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyalari tomonidan amalga oshiriladi.

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

4. Davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun zarur hujjatlarni tayyorlash muassislarning ixtiyoriga ko'ra:

- mutahassislarning o'zlari tomonidan;

- shartnoma asosida - Tovar ishlab chiqaruvchilar va tadbirkorlar palatasi huzuridagi axborot-maslahat markazlari yoxud boshqa konsalting firmalari, boshqa shaxslar tomonidan amalga oshiriladi.

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

O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligida davlat ro'yxatidan

o'tkazilganlik uchun:

- xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar uchun - eng kam oylik ish haqining besh baravari, shuningdek 500 AQSh dollari;
- ustav fondi to'liq xorijiy investorlar tomonidan shakllantiriladigan xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar uchun - 2000 AQSh dollari;
- sug'urta va auditorlik tashkilotlari, birjalar va bozorlar uchun -eng kam oylik ish haqining to'rt baravari miqdorida davlat boji to'lanadi.

Tadbirkorlik sub'ektlari davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi uchun Inspektsiyalarda ro'yxatdan o'tkazish yig'imi undiriladi. Ro'yxatdan o'tkazish yig'imlarining cheklangan stavkalari har yili O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori bilan belgilanadi.

6. Ob'ektlarni qurish, qayta ixtisoslashtirish va rekonstruktsiya qilish, turar joy binolarini noturar joy toifasiga o'tkazish uchun zarur bo'lgan ruxsat beruvchi hujjatlarni vakolatli organlarda va foydalanish tashkilotlarida rasmiylashtirish tadbirkorlik sub'ekti yoki uning muassasasining arizasiga ko'ra Inspektsiya tomonidan ta'minlanadi.

7. Ariza beruvchi (tadbirkorlik sub'ekti yoki uning muassasasi) Inspektsiyaga:

- tadbirkorlik sub'ektini, ayni paytda ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirgan holda, davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun;
- tadbirkorlik sub'ektini ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirmasdan davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun murojaat qilishi mumkin.

Ilgari ro'yxatdan o'tkazilgan tadbirkorlik sub'ektlari ham Inspektsiyaga ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish uchun murojaat qilishlari mumkin. Bunda ro'yxatdan o'tkazish yig'imi

(davlat boji) undirilmaydi.

8. Tadbirkorlik sub'ektini ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirgan holda davlat ro'yxatidan o'tkazishning ariza berilgan sanadan boshlab ruxsat beruvchi hujjatlar rasmiylashtirilguncha umumiy muddati texnik shartlarni va boshqa ruxsat beruvchi hujjatlarni berish bilan bog'liq ishlarning murakkabligi va sermehnatligi darajasiga qarab 7 ish kunidan bir oygacha doirada belgilanadi. Tadbirkorlik sub'ektlarini davlat ro'yxatiga olish tartibidagi asosiy o'zgarishlar kiritilgandan so'ng (O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 24 maydagi 357-sonli qaroriga muvofiq) 7 ish kun o'rniga 2 kun belgilangan.

9. Inspektsiya tomonidan ruxsat beruvchi hujjatlar rasmiylashtirilganda tegishli ruxsat beruvchi hujjatlar berilganligi uchun vakolatli organlar xizmatlariga haq to'lash faqat Inspektsiya orqali amalga oshiriladi.

10. Tadbirkorlik sub'ekti bo'lmagan va ob'ektlardan tadbirkorlik maqsadlarida foydalanish niyatida bo'lmagan shaxslar ham ruxsat beruvchi tartib-qoidalardan vakolatli organlarda va foydalanish tashkilotlarida o'tadilar, shu jumladan muhandislik kommunikatsiyalariga ulanish (gaz, energiya, suv ta'minoti, kanalizatsiya, isiqlik ta'minoti, telefon aloqasi) uchun texnik shartlar olish, ob'ektlarni qurish va rekonstruktsiya qilish, mazkur Nizomga muvofiq turar joy binolarini noturar joy toifasiga o'tkazishni rasmiylashtirish, Inspektsiyaga murojaat qilish bilan bog'liq normalar bundan mustasno.

5.2. Tadbirkorlik sub'ektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish va ularni hisobga qo'yish

11. **Tadbirkorlik sub'ektlarini yuridik shaxs sifatida**

ro'yxatdan o'tkazish uchun ro'yxatdan o'tkazuvchi organga (shaxsan kelib yoki pochta orqali) **ariza** taqdim etiladi. **Davlat royxatidan otkazish to'g'risidagi arizaga:**

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

- tadbirkorlik sub'ektining pochta manzilini tasdiqlovchi hujjat (fermer va dehqon xo'jaliklari, shuningdek davlat korxonolari negizida tashkil etiladigan aktsiyadorlik jamiyatlari bundan mustasno);

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

- belgilangan tartibda shaharlar (tumanlar) statistika organlari tomonidan berilgan firma nomi to'g'risida'gi guvohnoma;

- muhr va shtamp eskizlari uch nusxada **ilova qilinadi**.

12.Ko'rsatilgan hujjatlarga qo'shimcha ravishda:

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

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

- **xorijiy muassis to'g'risida yuridik shaxs ro'yxatdan o'tkazilgan** joydagi savdo reestridan ko'chirma va O'zbekiston Respublikasining konsullik muassasasi tomonidan belgilangan tartibda legalizatsiya qilingan, bular mavjud bo'lmagan taqdirda,

ro'yxatdan o'tkazilgan davlat Tashqi ishlar vazirligida, mazkur mamlakatning O'zbekiston Respublikasidagi konsullik muassasasida yoki diplomatik vakolatxonasida legalizatsiya qilingan, keyinchalik O'zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligining Konsullik boshqarmasida tasdiqlangan bankning tavsiya xati taqdim etiladi. (O'zbekiston Respublikasi norezidentlari bo'lgan jismoniy shaxslar bankning tavsiya xati va o'z pasportlariga oid ma'lumotlar nusxasini taqdim etadi). Agar xorijiy mutahassisning korxonasi (tashkilot) ustav fondiga ulushi intellektual mulk hisoblansa, u holda ariza beruvchi baholovchi tomonida qonun hujjatlarida belgilangan tartibda tuzilgan baholash to'g'risidagi xulosasini taqdim etishi kerak;

- xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonaning ustav fondi 20 mln AQSh dollarini yoki undan ortig'ni tashkil etgan taqdirda Vazirlar Mahkamasining O'zbekiston Respublikasi hududida xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonasi tashkil etish to'g'risidagi qarorining nusxasi;

- har bir mutaxassis tomonidan korxonasi ustav fondidagi ulushi miqdorining 30 foizi to'langanligini tasdiqlovchi hujjatlar (vaqtinchalik so'mlardagi va valyutadagi jamlovchi hisob raqamlariga pul mablag'lari to'langanligi to'g'risida bank ma'lumotnomasi, O'zbekiston Respublikasi hududiga mol-mulk olib kelinganligini tasdiqlovchi bojxona hujjati, mol-mulkni topshirish-qabul qilish dalolatnomasi, mol-mulkka egalik huquqini tasdiqlovchi hujjat, qo'shilayotgan mol-mulkka egalik huquqini tasdiqlovchi hujjat va boshqalar);

v) **bir shaxsdan ortiq shaxs tomonidan tashkil etilayotgan aktsiyadorlik jamiyatlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun ta'asis yig'ilishi (konferentsiya) protokoli;**

g) **cheklangan va qo'shimcha ma'suliyatli jamiyatlarni va xo'jalik shirkatlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun** har bir muassis tomonidan ustav fondiga ta'sis hujjatlarida ko'rsatilgan o'z ulushining 30 foizi to'langanligini tasdiqlovchi bank ma'lumotnomasi taqdim etiladi. Agar tadbirkorlik sub'ekti ustav fondi yoki uning bir qismi mulkiy ulush (ko'chmas mulk, asbob-uskuna va boshqalar) yoki intellektual mulk hisobiga shakllantirilgan taqdirda bank ma'lumotnomasi talab qilinmaydi, ta'sis hujjatlaridagi ustav fondini shakllantirish manbalariga ko'rsatma mutaxassislar niyatini tasdiqlaydi;

d) **dehqon xo'jaligini (yuridik shaxslarni) davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun** qishloq xo'jaligi kooperativi (shirkat xo'aligi) umumiy yig'ilishining, yoki yuqori boshqaruv organining yoxud boshqa qishloq xo'jaligi kooperativi ish beruvchisining (ma'muriyatining) xo'jalikni tashkil etish to'g'risidagi qarori va tuman hokimining er uchastkasi berish to'g'risidagi qarori;

e) **fermer xo'jaligini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun:**

tuman hokimining er uchastkasi berish to'g'risidagi qarori;

hokimliklar tomonidan tashkil etiladigan tanlov komissiyasining er uchastkasi berish to'g'risidagi protokoli, tovar qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishini tashkil etish biznes-rejasi nusxasi;

j) **yuridik shaxslarni** qo'shib yuborish, bo'lish, ajratib chiqarish yoki o'zgartirish shaklida **qayta tashkil etiladigan tadbirkorlik sub'ektlarini davlat ro'yxatidan otkazish uchun:**

- qayta tashkil etilayotgan yuridik shaxslarga ma'lum bo'lgan barcha kreditorlar yozma ravishda xabardor qilinganligini va ommaviy axborot vositalarida qayta tashkil etish to'g'risida' axborot e'lon qilinganligini tasdiqlovchi hujjat;

- qayta tashkil etilayotgan yuridik shaxslarning ularning barcha kreditorlari va qarzdorlariga, shu jumladan tomonlar da'volashayotgan majburiyatlarga nisbatan barcha majburiyatlari bo'yicha huquqiy voris to'g'risidagi qoidalar ko'rsatilgan topshirish dalolatnomasi (qo'shib yuborishda va o'zgartirishda) yoki bo'lish vedomosti (bo'lishda va ajratib chiqarishda);

- ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi guvohnomaning asl nusxasi, o'zgartirilayotgan yuridik shaxsning muhri va shtampi (yuridik shaxsni o'zgartirish yo'li bilan tashkil etilayotgan tadbirkorlik sub'ektini ro'yxatdan o'tkazishda taqdim etiladi).

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

14. Muassislardan biri tomonidan tegishli binoni (shu jumladan turar joyi) tadbirkorlik sub'ektining pochta manzili sifatida foydalanishga bo'lgan huquqini tasdiqlovchi hujjat (mulkchilik huquqiga bo'lgan dalolatnoma, binoni sotib olishga, ijaraga olishga shartnoma yoki ijaraga beruvchining bino ijarasi to'g'risida'gi kafolat xati, shuningdek yashash joyidan berilgan ma'lumotnoma) tadbirkorlik sub'ektining pochta manzilini tasdiqlovchi hujjat bo'lib xizmat qilishi mumkin.

15. **Firma nomi** to'g'risidagi guvoinomani olish uchun tadbirkorlik sub'ekti muassisi tuman (shahar) statistika organlariga murojaat qiladi.

Arizani ko'rib chiqish va firma nomi to'g'risidagi guvohnomani

yoki shunga oxshash firma nomi mavjudligi to'g'risidagi axborotni berish muddati uch ish kunida oshmasligi kerak.

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

16. Davlat ro'yxatidan o'tish uchun **yakka tartibdagi tadbirkor** tomonidan yashash joyidagi Inspeksiyaga (shaxsan hozir bo'lgan holda) davlat ro'yxatidan o'tkazish to'g'risida ariza taqdim etiladi. Tadbirkorlik sub'ektlarini davlat ro'yxatiga olish tartibidagi asosiy o'zgarishlar kiritilgandan so'ng (O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 24 maydagi 357-sonli qaroriga muvofiq) shaxsan hozir bo'lmagan holda pochta orqali yuborish mumkin Davlat ro'yxatidan o'tkazish to'g'risidagi arizaga 3x4 sm o'lchamli ikkita fotosurat; ro'yxatdan o'tkazish yechimining belgilangan miqdori to'langanligi to'g'risidagi bank to'lov hujjati, muhr va shtamp eskizlari uch nusxada taqdim etiladi (yakka tartibdagi tadbirkor xohishiga ko'ra). Ariza berishda pasport ko'rsatiladi.

17. **Yuridik shaxs bo'lmagan dehqon xo'jaliklarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun** Inspeksiyaga (shaxsan hozir bo'lgan holda) davlat royxatidan otkazish to'g'risida' ariza taqdim etiladi. Tadbirkorlik sub'ektlarini davlat ro'yxatiga olish tartibidagi asosiy o'zgarishlar kiritilgandan so'ng (O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 24 maydagi 357-sonli qaroriga muvofiq) shaxsan hozir bo'lmagan holda pochta orqali yuborish mumkin Arizaga:

- qishloq xo'jaligi kooperativi (shirkat xo'jaligi) umumiy yig'ilishining yoki yuqori boshqaruv organining, yoxud boshqa qishloq xo'jaligi korxonasi ish beruvchisi (ma'muriyati)ning xo'jalik tashkil etish

to'g'risidagi qarori;

- muhr va shtamp eskizlari (yakka tartibdagi tadbirkor xohiishiga ko'ra) ilova qilinadi.

- Ariza berishda pasport ko'rsatiladi.

18. Tadbirkorlik sub'ektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish va ularni hisobga qo'yish:

- yuridik shaxslarni;

- yakka tartibdagi tadbirkorlar va yuridik shaxs bo'lmasdan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklarini berilgan arizalarga ko'ra amalga oshiriladi.

19. Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ tomonidan ro'yxatdan otkazish yoki asoslangan holda rad etish tog'risidagi qaror zarur hujjatlar ilova qilingan ro'yxatdan o'tkazish to'g'risida'gi ariza olingan kundan boshlab:

- yakka tartibdagi tadbirkorlar va yuridik shaxs bo'lmasdan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklari bo'yicha - 2 ish kunidan ortiq bo'lmagan muddatda;

- yuridik shaxs sifatidagi barcha tadbirkorlik sub'ektlari bo'yicha 3 ish kunidan ortiq bo'lmagan muddatda qabul qilinadi.

20. Ariza beruvchi ro'yxatdan o'tkazuvchi organning qaroridan, uning mansabdor shaxslarining noqonuniy xatti-harakatlaridan (harakatsizligidan) norozi bo'lgan yoki ro'yxatdan o'tkazish muddatlari buzilgan taqdirda belgilangan tartibda sudga murojaat qilishga haqlidir.

21. Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ tomonidan yuridik shaxsni tashkil etgan barcha tadbirkorlik sub'ektlarining davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi haqidagi ma'lumotlar mazkur Nizomga muvofiq yuridik shaxslarning davlat reestriga kiritiladi. Yakka tartibdagi

tadbirkorlar va yuridik shaxs bo'lmasdan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklari to'g'risidagi ma'lumotlar ham.

22. Ro'yxatdan o'tkazuvchi organlar davlat ro'yxatidan o'tkazilgan kundan boshlab bir kun mobaynida belgilangan shakl bo'yicha davlat reestridan olingan ma'lumotlarni tadbirkorlik sub'ekti joylashgan joydagi:

- yuridik shaxslar bo'yicha - statistika, soliq organlari hamda muhr va shtamp eskizlarini uch nusxada ilova qilgan holda ichki ishlar organlariga;

- yakka tartibdagi tadbirkorlar va yuridik shaxs bo'lmasdan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklari bo'yicha - soliq organiga hamda muhr va shtamp eskizlarini (ariza beruvchi xohishiga ko'ra) uch nusxada ilova qilgan holda ichki ishlar organlariga taqdim etadi.

23. Mazkur Nizomning 22-bandida ko'rsatilgan ma'lumotlar olingach ikki kun muddatda:

- soliq organlari - yuridik shaxsni, yakka tartibdagi tadbirkorni, yuridik shaxs bo'lmasdan tashkil etilgan dehqon xo'jaligini, shu jumladan byudjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga, ish bilan ta'minlash jamg'armasi va yo'l jamg'armasiga (tegishli jamg'armalarga badal to'lovchilar hisoblangan sub'ektlar uchun) sug'urta badallari to'lovchi sifatida (yuridik shaxs bo'lmasdan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklaridan tashqari) hisobga qo'yadi, ularga soliq to'lovchining identifikatsiya raqamini beradi va uni statistika va ro'yxatdan o'tkazuvchi organlarga rasman ma'lum qiladi;

- statistika organlari - yuridik shaxsni korxonalar va tashkilotlarning Yagona davlat registriga kiritadi, ro'yxatdan o'tkazish kartasini to'ldiradi hamda ro'yxatdan o'tkazuvchi va soliq organlariga tadbirkorlik sub'ektiga berilgan kodlarni rasman ma'lum qiladi;

- ichki ishlar organlari muhr va shtamp tayyorlashga ruxsatnomani rasmiylashtiradi hamda ro'yxatdan o'tkazuvchi organga eskizning ikki nusxasi bilan birgalikda muhr va shtamp tayyorlashga ruxsatnomani yuboradi.

24. Ro'yxatdan o'tkazuvchi organlar yilning har choragida ro'yxatdan o'tkazilgan va hisobda turgan ro'yxatdan o'tkazilgan tadbirkorlik sub'ektlari sonini soliq va statistika organlari bilan solishtiradi.

O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligida, Qoraqalpog'iston Respublikasi Adliya vazirligida va viloyatlar adliya boshqarmalarida davlat ro'yxatidan o'tkazilganlik uchun quyidagi miqdorlarda davlat boji to'lanadi:

xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar uchun eng kam oylik ish haqining besh baravari va 500 AQSh dollari;

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti va hukumatining tegishli qarorlari bilan tashkil etiladigan aksiyadorlik kompaniyalari (shu jumladan davlat-aktsiyadorlik kompaniyalar va xoldinglar) shaklidagi xo'jalik boshqaruvi organlari, shuningdek bozorlar va soliq maslahatchilari tashkilotlari uchun eng kam oylik ish haqining 4 baravari miqdorida.

dehqon xo'jaliklari, shuningdek davlat korxonalarini negizida tashkil qilinadigan aktsiyadorlik jamiyatlaridan ro'yxatdan o'tkazish yig'imi olinmaydi;

borish qiyin bo'lgan va tog'li tumanlarda tashkil etiladigan tadbirkorlik sub'ektlaridan ro'yxatdan o'tkazish yig'imi belgilangan stavkaning 20 foizi miqdorida olinadi;

Shunday qilib, yangi korxonani tashkil etish bir necha bosqichdan iborat:

- Ta'isichilar tarkibini aniqlash va ta'sis xujjatini ishlab chiqish;
- Korxonani tashkil etish va uning faoliyati haqida shartnoma tuzish;
- Korxonani nizomini tasdiqlash va birinchi bayonnomani tasdiqlash;
- Bankda vaqtiincha hisob raqamini ochish;
- Korxonani ro'yxatdan o'tkazish;
- Davlat reestriga kiritish uchun korxonani haqidagi ma'lumotlarni to'plash;
- Korxonani ishtirokchilari omonotlarini bankga to'la kiritish;
- Bankda doimiy hisob raqamini ochish;
- Korxonani tuman soliq inspeksiyasida ro'yxatdan otkazish;
- Dumaloq muhr va burchakli shtamp tayyorlashga ruxsatnoma olish;
- Dumaloq muhr va burchakli shtampni tayyorlash.

5.3. Tadbirkorlik subektlarini tashkil etish ruxsat berish jarayonini engillashitirish bo'yicha chora-tadbirlar

Tadbirkorlik sub'ektlari uchun yanada qulay shart-sharoitlar yaratish, qonun hujjatlarini unifikatsiya qilish, ma'muriy sarf-xarajatlarni tobora kamaytirish, tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun ruxsatnoma turlarini qisqartirish, ruxsatnomalar berish tartib-qoidalarini soddalashtirish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005 yil 21 sentyabrdagi PF-186-sonli "Tadbirkorlik faoliyati yuritish uchun ruxsatnoma turlarini qisqartirish va ularni berish tartib-qoidalarini soddalashtirish to'g'risida"gi qarori amalga kiritildi.(5.1. -jadval)

5.1. -jadval

2005 yil 1 oktyabrdan bekor qilingan tadbirkorlik faoliyatini
yuritishda bir-birini takrorlaydigan va ortiqcha ruxsatnomalar
RO'YXATI

# №	Bekor qilingan ruxsatnoma va ruxsat berish jarayonlari nomi	Avval ruxsat beruvchi organ	Xozirda tartibga solish mexanizmi	Ma'sul organ
1 .1	Pochta jo'natmalarida reklama qilish uchun ruxsatnoma	O'zbekiston aloqa va informatika agentligi	Reklama to'g'risidagi qonunga asosan reklamani joylashtirish uchun shartnoma tuziladi.	-
2 .2	Kichik biznes sub'ektlari uchun tabiiy gazdan foydalanish uchun ruxsatnoma.	Qoraqalpog'iston respublikasi Vazirlar Kengashi, viloyatlar va Toshkent shahar xokimliklari.	Gaz ta'minoti korxonasi bilan shartnoma.	Gaz ta'minoti korxonasi.
3 .3	Avtomobillar to'xtash joylarida avtotransport vositalari uchun vaftinchalik to'xtash xizmati huquqi uchun qaror.	Qoraqalpog'iston respublikasi Vazirlar Kengashi, viloyatlar va Toshkent shahar xokimliklari	Tadbirkorlik sub'ektlarini Davlat ro'yxatidan o'tkazish.	Shahar va tuman xokimliklari)
4 .4	Yuridik shaxslar jumladan umumiy ovqatlantish korxonalarini uchun chakana savdo qilish huquqini beruvchi ruxsatnoma (alkogolli ichimliklar, qimmatbaho metallar va toshlardan tayyorlangan buyumlar bilan ulgurji savdodan tashqari).	Shahar va tuman xokimliklari	Yuridik shaxsni tadbirkorlik sub'ekti sifatida ro'yxatdan o'tkazish. Belgilangan tartibda nazorat-kassa apparatidan foydalanish majburiyati.	Shahar va tuman xokimliklari Soliq organlari
5	Ulgurji savdo qilish	Shahar va	Yuridik shaxsni	Shahar va

.5	huquqini beruvchi ruxsatnoma (jumladan moddiy-texnika bazasining holati to'g'risidagi talabnoma)	tuman xokimliklari	tadbirkorlik sub'ekti sifatida ro'yxatdan o'tkazish. Ulgurji savdo qilish huquqini beruvchi litsenziya.	tuman xokimliklari
6.	Mevasabzavot mahsulotlarini markazlashmagan tarzda eksport qilish uchun ruxsatnoma.	Shahar va tuman xokimliklari	Bank va bojxona organlarida ro'yxatga qo'yilgan eksport shartnomasi.	Banklar va bojxona organlari

5.1.- jadyal davomi

2005 yil 1 oktyabrdan bekor qilingan tadbirkorlik faoliyatini yuritishda bir-birini takrorlaydigan va ortiqcha ruxsatnomalar RO'YXATI

T/r	Bekor qilingan ruxsatnoma va ruxsat berish jarayonlari nomi	Avval ruxsat beruvchi organ	Xozirda tartibga solish mexanizmi	Ma'sul organ
7.	Xususiylashtirilgan savdo va xizmat ko'rsatish ob'ekti bo'yicha faoliyat turini o'zgartirish yuzasidan ruxsat berish va kelishish.	Shahar va tuman xokimliklari Davlat mulk qo'mitasi hududiy boshqarmalari	Faoliyat yuzasidan o'zaro majburiyatlar va shartlar bo'yicha kelishuv.	Shahar va tuman xokimliklari Davlat mulk qo'mitasi hududiy boshqarmalari
8.	Savdo shaxobchalar va umumiy ovqatlanish korxonalarining ish rejimi bo'yicha kelishuv	Shahar va tuman xokimliklari	Qonunchilikka muvofiq ichki buyruq.	
9.	Korxonalarni	Yuridik	Qonunchilikka	

	tugatish komissiyasi tarkibini kelishish (ixtiyoriy tugatishdagi korxonani o'zi tomonidan)	shaxsni davlat ro'yxatiga oluvchi organ	muvofiq ichki buyruq	
0. 1	Tugatiladigan korxonaning oraliq tugatiladigan balansini kelishish (ixtiyoriy tugatishdagi korxonani o'zi tomonidan)	Yuridik shaxsni davlat ro'yxatiga oluvchi organ	Soliq organlarida oldida hisobot	Soliq organlari
1. 1	Tugatiladigan korxonaning tugatiladigan balansini kelishish (ixtiyoriy tugatishdagi korxonani o'zi tomonidan)	Yuridik shaxsni davlat ro'yxatiga oluvchi organ	Soliq organlarida oldida hisobot. Soliq organining byudjet va byudjetdan tashqari jamg'armalarda n qarzi yo'qligi to'g'risida ma'lumot.	Soliq organlari

Tadbirkorlik faoliyati yuritish uchun ruxsatnoma turlarini qisqartirish va ularni berishni soddalashtirish maqsadida ro'yxatga olishning yangi tartiblari to' g'risida "Tadbirkorlik sub'ektlarini davlat ro'yxatiga olish tartibidagi asosiy o'zgarishlar" to' g'risida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 24 maydagi 357-sonli qarori qabul qilindi. Unga muvofiq ro'yxatga olishning quyidagi yangi tartiblari belgilandi.

5.2.- jadyal

Ro'yxatga olishning yangi tartiblari to'g'risida Tadbirkorlik sub'ektlarini davlat ro'yxatiga olish tartibidagi asosiy o'zgarishlar (O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 24 maydagi 357-

sonli qaroriga muvofiq)

r	T/	Tartib-qoidalar nomi	Oldingisi	Amaldagisi
1		Firma nomi to'g'risida ma'lumotnoma berish muddati	3 ish kuni	2 ish kuni
2		Yakka tartibdagi tadbirkorlarni va yuridik shaxs bo'lmasdan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklarini ro'yxatga olish tartibi	Faqat o'zi borgan holda	у'зи борган холда ёки почта алоқаси воситасида
3		Ro'yxatga olişning muddati	7 ish kuni	2 ish kuni
4		Ro'yxatga olish to'g'risida qaror qilish muddati	3 kun-yuridik shaxs uchun 2 kun-YaTT uchun	3 ish soati
5		Ro'yxatga olishni rad etish uchun asos	Rad etishning aniq asoslari ko'rsatilmagan	Aniq va uzil kesil belgilangan
6		Muhr va shtamp tayyorlash uchun ruxsat berish	IIV	Ro'yxatga oluvchi organ
7		STIR berish	2 kun	8 ish soati
8		Statistik kodlar berish	Statistika organlari	Ro'yxatga oluvchi organ
9		Ta'sis xujjatlariga kiritiladigan o'zgartirishlar va qo'shimchalarni ro'yxatga olish muddati	7 ish kuni	2 ish kuni
0	1	Imzo namunalaridan iborat bo'lgan notarial tartibda tasdiqlangan kartoçkalar	Eng kam oylik ish xaqining 10 foizi	Eng kam oylik ish xaqining 2 foizi

Ruxsat berish jarayonini engillashitirish bo'yicha choratadbirlar

Ro'yxatga oluvchi inspeksiya faoliyatini tartibga soluvchi idoraviy normativ hujjatlarni amaldagi qonun hujjatlariga muvofiqlashtirish:

1 ro'yxatga olish muddatlarini cho'zish amaliyotini

kamaytirishga;

2 xizmat lavozimini suiste'mol qilish imkoniyatlarini kamaytirishga;

3 ro'yxatga olishni asossiz ravishda norasmiy rad etish amaliyotini tugatishga;

4 mansabdor shaxslarni ma'suliyatini oshirishga;

5 ro'yxatga olish tartibini hududlar bo'yicha bir shaklga keltirishga imkon yaratadi.

Ro'yxatga olishning xabardor qilish Tartibini barcha turdagi tadbirkorlik sub'ektlariga tatbiq etish:

1 tadbirkorlik uchun davlat ro'yxatiga olish muddatlari va qiymatini kamaytirishga;

2 ro'yxatga oluvchi organlar resurslaridan samaraliroq foydalanishga;

3 ham tadbirkorlarning, ham amaldorlarning huquqiy savodxonligini oshirishga yordam beradi.

Namunaviy ta'sis hujjatlarini ishlab chiqish, tasdiqlash va tarqatish:

1 Korxonalarni ro'yxatga olishda amaldorlarning sub'ektivizmiga yo'l qo'yish imkoniyatlarini kamaytirishga;

2 ro'yxatga olish jarayonini tezlatishga va asossiz rad etish amaliyotini tugatishga yordam beradi.

Ro'yxatga olishning yangi tartiblari to' g'risida keng va muntazam tushuntirish ishlari olib borish:

1 tadbirkorlar va amaldorlarning huquqiy savodxonligini oshirishga qaratilgan tushuntirish ishlari tadbirkorlik sub'ektlariga Davlat organlarining belgilangan tartib qoidalarga rioya etishini nazorat qilish, mansabdor shaxslar faoliyatining qonuniyligi ustidan jamoatchilik nazoratini o'rnatish imkonini beradi.

Shunday qilib, tadbirkorlarni ro'yxatga olish tadbirkorlik faoliyatini tashkil qilish uchun ma'muriy sarf-xarajatlarni kamaytirish, tadbirkorlarni ro'yxatga olishdagi byurokratik to'siqlarni bartaraf etish yo'li bilan yanada qulay shart-sharoitlarni yaratish maqsadida, 1.09.2006 y.dan boshlab tadbirkorlarni ro'yxatga olishning xabardor qilish tartibi joriy qilingan, ro'yxatga olish muddati 2 ish kuni deb belgilandi. Lekin shuni ta'kidlab o'tish lozimki hozirgacha firma nomini olish tadbirkorlarni ro'yxatga olishning xabardor qilish tartibida zaif bo' g'inlardan biri bo'lib qolmoqda. statistika organlari tomonidan noqonuniy haq olish holatlari ko'paymoqda va ro'yxatdan o'tish belgilangan muddatlarida rioya etilmayapti. Davlat statistika qo'mitasi, tegishli vazirliklar bilan birgalikda tadbirkorlar tomonidan mustaqil ravishda Internet orqali firma nomlarini zahiraga qo'yishlarini amalda joriy qilish maqsadida faoliyat ko'rsatuvchi korxonalar firma nomlarining yagona markaziy elektron bazasini ishlab chiqish bo'yicha ishlarni amalga oshirishi lozim.

Qishloq joylarda tadbirkorlarga turli xildagi ruxsatnomalar berish uchun undiriladigan har-xil to'lovlar kamaytirish VM ning 8.08.2003 y. 357-sonli qarori bilan tasdiqlangan Nizom talablariga asosan, borish qiyin bo'lgan va tog'li tumanlarda tadbirkorlarni ro'yxatdan o'tkazishda imtiyozli to'lovlar ko'zda tutilgan, ammo ushbu hududlarning xaritasi hozirgacha mavjud emasligi sababli tadbirkorlar ushbu imtiyozlardan foydalana olishmayapti va belgilangan tartibda 5 min. ish haqigacha to'lashmoqda.

Tadbirkorlik faoliyati uchun zarur bo'lgan ruxsatnomalarni olishdagi to'lovlar qishloq joylar uchun imtiyozlarni ko'zda tutmaydi,

daromadlarning kamligi, ruxsatnomalar uchun to'lovlarning yuqoriligi natijasida qishloq joylarda tadbirkorlikni boshlash va yuritishda manfaatdorlik kamaymoqda.

Yuqoridagi masalalar tadbirkorlar o'z faoliyatni boshlashi uchun muhim hisoblanadi, ularning echilishi tumanlardagi tadbirkorlar sonini ko'payishiga olib keladi.

Ekologik ekspertiza o'tkazish hamda turar joylarni noturar joy toifasiga o'tkazish tartiblarini soddalashtirish va to'lovlarni kamaytirish, tadbirkorlik faoliyati uchun zarur bo'lgan ruxsatnomalarni olishdagi to'lovlar qishloq joylar uchun imtiyozlarni ko'zda tutilgan Vazirlar Maqkamasining tegishli qarori ishlab chiqilgan va tasdiqlangan.

qishloq joylarda tadbirkorlarga turli xildagi ruxsatnomalar berish uchun undiriladigan har-xil to'lovlar kamaytirish Kadastr ishlari uchun to'lovlar pasaytirildi. hukumat tomonidan bu borada berilgan topshiriqlarga hamda qo'mita bilan kelishilgan vaqtinchalik tariflarning amal qilish muddati 1.01.2007 y.da tugaganligi tufayli, qozirgi kungacha kadastr ishlari uchun yangi tariflar joriy qilingan.

Ekologik ekspertiza o'tkazish hamda turar joylarni noturar joy toifasiga o'tkazish bo'yicha to'lovlar kamaytirilgan.

Banklar tomonidan ko'rsatilayotgan xizmatlar uchun, xususan, hisob raqami ochish va yopish uchun to'lovlar kamaytirildi, hisob raqami ochish va yopish uchun tadbirkor 5 min. ish haqi miqdorida to'lashga majbur edi.

Tadbirkorlik sub'ektlarini davlat ro'yxatiga olish yig'implarini eng kam oylik ish haqining 5 baravaridan 2 baravarigacha, arxitektura-rejalashtirish topshiriqini ishlab chiqish uchun to'lovlarni eng kam

oylik ish haqining 20 barvaridan 10 baravarigacha va boshqa ruxsat beruvchi jarayonlarni hamda qishloq joylarda ushbu yi g'implarni 50 foizgacha kamaytirishni nazarda tutuvchi Vazirlar Mahkamasi qarori qabul qilindi.

Tadbirkorlik faoliyatini to'xtatish mulk egasining yoki sud qarori bilan to'xtatiladi. Ishbilarmonlik faoliyati sud orqali quyidagi hollarda to'xtatiladi: bir necha marotaba ogohlantirishga va boshqa turdagi jazo choralari qo'llanishiga qaramay qonun qo'pol ravishda buzilsa; qonunda ma'n qilingan faoliyat bilan shug'ullansa; tadbirkor bankrot deb topilsa; maxsus ruxsatnoma(litsenziya) talab qilinadigan tadbirkorlik faoliyati bunday ruxsatnomasiz amalga oshirilsa va qonunda tutilgan boshqa xollarda to'xtatiladi.

Shaxsiy mulk asosida o'z faoliyatini olib borayotgan tadbirkor dunyodan o'tganda (vafot etganda), unda uning huquq va majburiyatlari uning merosxo'rlariga o'tadi. Korxonalar faoliyati yuqori nazorat olib boruvchi tashkilotlar -soliq qo'mitalarining respublika(shahar, tuman) organlari, sanitariya, boshqa vazirliklar va idoralar tomonidan tekshiruvlarni amalga oshirsa va tadbirkor faoliyatini noqonuniy to'xtatsa, buning natijasida kelgan zararni qoplashlari shart. "Tadbirkorlik sub'ektlarini tekshirishni yanada qisqartirish va uning tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" 5 oktabr 2005 yil O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmonida belgilab qo'yilganki, nazorat organlarining mansabdor shaxslari tadbirkorlik sub'ektlari ruxsatsiz tekshirilganligi va ularning xo'jalik faoliyatiga noqonuniy aralashilganligi uchun yetkazilgan iqtisodiy zararining o'rni qoplangan xolda, xatto jinoiy javobgarlikka xam tortiladi.

Lekin, rasmiy va amaliy axborotlarni sinchkovlik bilan o'rganish

tadbirkorlik sohasida Respublikamizda anchagina muammolar mavjudligini ko'rsatadi. Xalqaro moliyaviy korporatsiyaning bu borada olib borgan tadqiqoti so'rovnomasida ishtirok etgan respondentlarning-1500 dan ziyod tadbirkorlarning 15foizi korxonani ro'yxatdan o'tkazishda norasmiy to'lovlar to'lashga to'g'ri kelganini tasdiqladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan qabul qilingan qarorlar va boshqa me'yoriy xujjatlar vazirliklar, boshqarmalar, mahalliy hokimiyat organlari tomonidan tadbirkorlar manfaatiga, davlat qonunlariga zid bo'lgan, undan yuqori qo'yilgan, tadbirkorlik subyektlarini tashkil etishida qiyinchiliklarni tug'diradigan, ko'pincha keraksiz xujjatlar talab qiladigan qo'llanmalar, me'yoriy aktlarni qabul kilinishini man qiladi. Shuni ta'kidlash joizki, qabul qilinayotgan me'yoriy xujjatlarda ko'rsatilgan barcha imtyozlar amalda to'la joriy qilinyapti deyish qiyin.

Bugungi kunda kichik biznesni tashkil etish, boshqarish, rivojlantirish va tugatish borasida tadbirkorlarning iqtisodiy va huquqiy bilim va ko'nikmalarni rivojlantirish tobora muhim ahamiyat kasb etib bormoqda. Ma'lumki, bugungi kunda oliy va o'rta maxsus o'quv yurtlarida tadbirkorlik va kichik biznes asoslari bo'yicha bir qator fanlar kiritilgan. Biroq, bu kichik biznes muommolarini yechimi bo'la olmaydi. Chunki, **birinchidan**, tadbirkorlarning barchasi ham oliy va o'rta maxsus ma'lumotiga ega emas, ya'ni bu o'quv kurslarining siru-asroridan xabardor emaslar. **Ikkinchidan** esa, bu o'quv kurslarini nafaqat biznes inkubatorlari va biznes infrastrukturalarida, balki har bir tuman(shahar) hokimliklari , mahalliy tashkilotlar tomonidan tashkil qilinishi maqsadga muvofiqdir Shunday qilib, ro'yxatdan o'tkazishning yangi tartibi

kichik biznes subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish tizimini bir muncha yengillashtirdi, biroq bu mexanizmni amalga oshirilishini doimiy nazoratda ushlab turish lozim.

5.4. Yangi korxonani litsenziya olish tartibi

Litsenziya bu - davlat yoki korxonada, tashkilotlar tomonidan biron iqtisodiy faoliyatni bajarishga rozilik berish, ixtirolarga, texnik yangiliklarga, ishlab chiqarish tajribasi, ishlab chiqarish sirlari, tijorat axborotlaridan ma'lum muddatga foydalanish uchun beriladigan ruxsatnoma. Litsenziya beruvchi litsenziar, oluvchi litsenziat deyiladi. Sodda qilib aytganda, litsenziya - rasmiy ruxsatnomadir. Tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari bilan shug'ullanish uchun davlat tomonidan vakil qilingan organlardan litsenziya olgandan keyingina ijozat beriladi. Litsenziya beruvchi organlar 5. 3-jadvalda keltirilgan.

5. 3- jadval

Litsenziya beruvchi organlar

T/r	Litsenziya beruvchi organlar	Faoliyat turlari
1.	Vazirlar Maxkamasi	• raketa-kosmik majmui; * aloqa tizimlari; * kimmatbaho metallar; * qimmatbaho toshlar qazib olish; * qimmatbaho toshlar va metallardan zargarlik buyumlari yasash; havo transporti va b.
2.	Adliya vazirligi	yuridik shaxslarning yuridik faoliyat bilan shug'ullanishga, masalan, advokatlik maslaxati, notarial idora va boshqa faoliyatlarga.
3.	Moliya vazirligi	qimmatli qog'ozlarni chiqarish; lotereya uyinlarini o'tkazish va hokazo
4.	Markaziy bank	valuta qiymatliklari bilan operatsiyalar o'tkazish va xokazo.

5	Ichki ishlar Vazirligi	Ovchilik va sport o'qotar qurollari hamda o'q-dorilar ishlab chiqarish, to'zatishtirish va sotish; sovuq qurollar ishlab chiqarish va sotish; tarkibida narkotik moddalar bo'lgan ekinlarni ekish, qayta ishlash va sotish, narkotik moddalar tayyorlash sotish va boshqalar
6	Sog'liqni saqlash vazirligi	Farmakologik preparatlar ishlab chiqarish va sotish; tibbiy xizmat ko'rsatish; parfumeriya va kosmetika buyumlari, maishiy kimyo buyumlarini tayyorlash va hokozo
7	Xalq ta'limi, Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirliklari	Sog'lomlashtirish va bolalar. O'smirlar hamda yoshlar lagerini tashkil qilish; xuquqiy o'quv maskanlarini ochish va hokozo;
8	O'zbekiston pochta va telekommunikatsiyalar agentligi	aloqa xizmati ko'rsatish va xokazo.

Kerakli xujjatlar va ariza berilgandan so'ng, litsenziya berish haqida qaror qabul qilinadi. Agar litsenziya berish uchun kerakli qaror qabul qilishda ekspertiza talab qilinsa, bu ekspertizani vazifasi nazorat qilishdan iborat bo'lgan davlat organlari amalga oshiradi. Ekspertiza xulosasi olingandan so'ng, ariza va kerakli xujjatlar topshirilgach qaror qabul qilinadi. Bunda ekspertiza o'tkazish uchun ketgan harajatlarni ariza beruvchi to'laydi. Agar tadbirkor ruxsat etilgan faoliyatni amalga oshirishda litsenziyada belgilangan qonun-qoidalarni yoki amaldagi qonunlarni buzsa, tadbirkorlik faoliyati tugatilsa, shuningdek aholi hayotiga xavf-xatar keltiruvchi faoliyat bilan shug'ullansa, u holda litsenziya bergan muassasa tadbirkorni litsenziyadan foydalanish huquqidan mahrum qilishga haqlidir.

Cheklanmagan muddatga litsenziya beriladigan faoliyat turlari:

- 1 Auditorlik faoliyati
2. Veterinariya faoliyati
3. Tibbiyot sohasidagi faoliyat

4. Farmatsevtika sohasidagi faoliyat
5. Daryo transportida yo'lovchi va yuk tashish faoliyati
6. Qimmatbaho metall va toshlardan zargarlik buyumlari tayyorlash
7. Qimmatli qog'ozlar bozorida professional faoliyat yuritish
8. Baholash faoliyati
9. Sug'urtachilar va sug'urta brokerlarining suq'urta faoliyati
10. Birja faoliyati
11. Turizm faoliyati
12. Lombardlar faoliyati
13. Ulgurji savdo

5.5. Kichik biznes xo'jalik subyektlari faoliyatini sertifikatsiyalash.

Sertifikatsiya -bu mos kelish sertifikatini yoki tamg'asi yordamida mahsulot, ish yoki xizmati ma'lum me'yorlarga yoki texnik shartga mos kelishini aniqlash maqsadida qilinadigan harakatdir. **Sertifikatsiyaga o'tish-** mahsulot beruvchi va ist'mol qiluvchi shaxslar o'rtasida munosabatlarni takomillashuviga guvohlik beradi, mahsulotni iste'molga to'la tayyorligiga kafolat berilishini ta'minlaydi. Sifatni boshqarish tizimlarini sertifikatlashtirish tovar va xizmatlar sifatini oshirishda katta ahamiyatga ega. Tovarlarni nisbati doimiy tarzda nazorat qilib boriladi. Tovarlarning yoki xizmatlarning sifatini baholashda ularning sifat ko'rsatkichlarini me'yoriy xujjatlardagi normalarga mosligi tekshiriladi. Sertifikatsiya mahsulot, ish va xizmatlarning quyidagi hujjalarga asosan belgilangan talablarga muvofiq bo'lishiga qarab

o'tkazilishi mumkin: xalqaro va xorijiy standartlarga binoan; davlat standartlariga asosan; iste'molchi tanlangan boshqa me'yoriy texnik xujjatlar bo'yicha.

O'zbekiston Respublikasida sifatni nazorat qilish va boshqarishni mamlakat miqyosida O'zbekiston Respublikasi standartlashtirish, sertifikatlashtirish va metrologiya agentligi amalga oshiradi. Bundan tashqari mamlakatimizda 90 ga yaqin sertifikatlashtirish va 300 ga yaqin sinov laboratoriyalari faoliyat ko'rsatmoqda.

“Mahsulotlarni sertifikatlashtirishini amalga oshirish tartibi to'g'risidagi” O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining 6906.07.2004 yildagi № 318 -sonli qaroriga 1-ilovada keltirilgan nizom majburiy va ixtiyoriy sertifikatlashtirishga nisbatan qo'llanadi. Majburiy sertifikatlashtiriladigan va shunga muvofiq muvofiqlik deklaratsiyasi bilan tasdiqlanadigan mahsulotlar ro'yxati O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasi tomonidan belgilanadi. Sertifikatlashtirish qoidaga ko'ra ikki bosqichda amalga oshiriladi: birinchi bosqich “O'zstandart” agentligida akkreditatsiya qilingan sanitariya nazorati organlari tomonidan gigiyenik sertifikatni rasmiylashtirishni o'z ichiga oladi. Bunda zaruriyatga qarab davlat veterinariya nazorati organlari va o'simliklar karantini bo'yicha davlat xizmatidan veterinar va fitosanitar xulosalarni olish zarur bo'ladi. Tadbirkor bunda gigiyenik sertifikatni olish uchun ariza bilan bir qatorda belgilangan tartibda akkreditatsiyadan o'tgan Sertifikatlashtirish organlariga muvofiqlik sertifikatini rasmiylashtirish uchun ariza berishga xaqlidir. Bundan u mos holdagi xulosalarni olish uchun veterinar va fitosanitar organlariga murojaat qilishga haqlidir. Ikkinchi bosqichda Sertifikatlashtirish organlari tomonidan muvofiqlik sertifikatini berish amalga oshiriladi.

Sertifikatlashtirish organlari tadbirkorlik faoliyati subyektlari tomonidan berilgan yozma arizaga muvofiq ravishda sertifikatlashtirishni o'tkazish bo'yicha agentlik xizmatlarini ko'rsatishi va davlat sanitariya nazorati organlari, davlat veterinariya nazorati organlari, o'simliklar karantini biiicha davlat xizmati hamda tabiatni muxofaza qilish davlat organlaridan zarur bo'lgan barcha xulosalarni olishga xaqlidir. Bunda majburiyatni hamda probalarni to'g'ri tanlash va ularni mutasaddi davlat organlariga berish bo'yicha ma'suliyatni Sertifikatlashtirish organlari o'z zimmalariga olishadi.Ko'rsatilgan xizmatlar uchun to'lovlar tariflar bo'yicha amalga oshiriladi.

Bizning fikrimizcha, yuqorida ko'rib chiqilgan tartibda standartlashtirish va sertifikatsiyalashtirish kichik biznes qatnashchilarida juda ko'p vaqt va mablag'ni talab qilmoqda. Hozirgi kunda(2005 yil dekabrda) O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlis Qonunchilik palatasi va Senatining majlislarida boshqa bir qancha qonunlar bilan bir qatorda mahsulotlarni standartlashtirish va sertifikatsiyalash bo'yicha qonun va me'yoriy hujjatlarni qayta ko'rib, tadbirkorlarni faoliyatini samaradorligini oshirish maqsadida yanada soddalashtirilmoqda.

Qisqacha xulosalar

Yangi korxonani tashkil etish bir necha bosqichdan iborat:Ta'sischilar tarkibini aniqlash va ta'sis xujjatini ishlab chiqish;Korxonani tashkil etish va uning faoliyati haqida shartnoma tuzish;Korxonani nizomini tasdiqlash va birinchi bayonnomani tasdiqlash;Bankda vaqtiincha hisob raqamini ochish; Korxonani ro'yxatdan o'tkazish;Davlat reestriga kiritish uchun korxonani haqidagi ma'lumotlarni toplash;Korxonani ishtirokchilari omonotlarini

bankka to'la kiritish; Bankda doimiy hisob raqamini ochish; Korxonani tuman soliq inspeksiyasida ro'yxatdan o'tkazish; Dumaloq muhr va burchakli shtamp tayyorlashga ruxsatnoma olish; Dumaloq muhr va burchakli shtampni tayyorlash. Tadbirkorlarni ro'yxatga olish tadbirkorlik faoliyatini tashkil qilish uchun ma'muriy sarf-xarajatlarni kamaytirish, tadbirkorlarni ro'yxatga olishdagi byurokratik to'siqlarni bartaraf etish yo'li bilan yanada qulay shart-sharoitlarni yaratish maqsadida, 1.09.2006 y.dan boshlab tadbirkorlarni ro'yxatga olishning xabardor qilish tartibi joriy qilingan, ro'yxatga olish muddati 2 ish kuni deb belgilandi. Qishloq joylarda tadbirkorlarga turli xildagi ruxsatnomalar berish uchun undiriladigan har-xil to'lovlar kamaytirish, borish qiyin bo'lgan va tog'li tumanlarda tadbirkorlarni ro'yxatdan o'tkazishda imtiyozli to'lovlar belgilangan,

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Yangi korxonani tashkil etish tartibi qanday?
2. Yakka tartibdagi tadbirkorlar va yuridik shaxs bo'lmasdan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi qanday?
3. Xalqaro moliyaviy korporatsiyaning olib borgan so'rovnomasida ishtirok etgan respondentlarning fikricha, ruxsotnoma olish jarayonidagi to'siqlar
4. Bu borada olib borilgan tadqiqot so'rovnomasida ishtirok etgan respondentlarning fikricha, ro'yxatdan o'tgandan keyin tegishli organlardan ruxsatnoma olish uchun gancha vaqt ketgan?
5. Ro'yxatdan o'tkazish jarayonidagi ma'muriy to'siqlar qanday?
6. Ro'yxatdan o'tqazish jarayonini takomillashtirish chora tadbirlari

xaqida so'zlab bering.

7.Sizning fikringimzcha yana qanday choralarni amalga oshirish mumkin?

.8.Yangi korxonani litsenziya olish tartibi qanday?

9.Ro'yxatdan o'tkazish jarayonidagi Inspeksiyaning vazifasi nimadan iborat?

10. Tadbirkorlik sub'ektlarini yuridik shaxslarni sifatida davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi qanday?

Asosiy adabiyotlar

1. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 735 с
2. Qosimova M.S., Shodibekova D.A..va boshqalar/ Kichik biznesni boshqarish- O'quv qo'llanma / T. 2005. 160 b.
3. “Проблемы регистрации субъектов малого бизнеса” //Бизнес – вестник Востока.- 2008.-№ 49.- с.8.

VI BOB: KICHIK BIZNES FAOLIYATINI REJALASHTIRISH

6.1. Kichik biznesda strategik rejalashtirish.

Bozor iqtisodi qonunlari amal qilgan sharoitda faoliyat ko'rsatuvchi kichik biznes sub'ektlari o'zining joriy va istiqboldagi strategiyasi aniq tasavvur etishi kerak, chunki bozor ishlab chiqarishni tashkil etish va rejalashtirishda xatolarni, o'ylamay qilingan hatti-harakatlarni kechirmaydi.

Har qanday ongli kishi uzoq safarga chiqmoqchi bo'lsa, albatta oldindan reja tuzib oladi – qayerga borish, qaysi yo'l bilan yetib borish haqida o'ylab ko'radi. Safar qay darajada uzoq davom etsa, reja shuncha puxta tuzilishi lozim.

Xuddi shu kabi, kichik biznes boshqaruvchisi biron bir faoliyatni boshlashdan avval albatta uni qanday boshlash kerak, bu biznes faoliyati natijasida nimaga erishadi, uni qaysi yo'l bilan amalga oshirish mumkinligi haqida o'ylaydi. Biznesni qanchalik barqaror bo'lishini xohlasalar, shunchalik uzoq muddatga mo'ljallangan dastur amalga ega bo'lishlari lozim.

Masalan, Massachusets shtati (AQSH)da joylashgan "Kids at large" firmasi tashkil topganda, strategik rejasining asosiy maqsadi - bozorda "o'z iste'molchisini" topish edi. Ular AQSHdagi har 4 boladan biri og'ir vaznli (semiz) ligini hisobga olgan holda, 4-14 yoshgacha bo'lgan bolalar uchun kiyim -kechak chiqarishni oldilariga maqsad qilib qo'ydilar. Reklama yaxshi natijalarni ko'rsatdi, chunki og'ir vaznli (semiz) bolarning ota-onalari kiyim topishga qiynalar edilar. "Kids at large" firmasini strategiyasi - an'anaviy ulgurji va chakana korxonalaridan foydalanmay,

pochta buyurtmalari dasturi orqali butun shtatda savdo qilishdan iborat edi. Yaxshi ishlab chiqilgan biznes strategiyasi natijasida ushbu kompaniya ma'lum vaqtda pochta orqali 130000 ta buyurtma olishga erishdi.

Strategik rejalashtirish konsepsiyasining mohiyati kelajakka mo'ljallanganligidadir, iqtisodiyot rivojidadagi yuqori darajali noaniqlikni hisobga oladi, ulkan sifatli maqsadlarga erishishga yo'naltirilgan, boshqaruvga yondoshishning variantlari ko'p bo'lishini talab etadi. Oldiga qo'yilgan maqsadlar va erishilgan natijalar o'rtasidagi uzilishni oldindan nazarda tutadi.

Strategik rejalashtirishning uzoq muddatli rejadan asosiy farqi shundaki, strategik rivojlantirishda o'tmishda belgilangan rivojlanish tendensiyalaridan foydalanishning imkoni yo'q. Bu yerda barcha marketing xavf-xatarlari va imkoniyatlarini taxlil qilish hamda baholashga alohida o'rin ajratiladi. Kichik biznesda strategik rejalashtirishda iqtisodiy -matematik usullar modellar keng ishlatiladi.

Firmaning strategiyasi-umumiy harakatlar rejasi, uning yordamida firma o'z maqsadlariga erishishga intiladi (maqsadlarga yetishish algoritmi).

Kichik biznes strategiyasi-firma strategiyasining asosiy qismini detallashtirish, bozordagi faoliyatining miqdor va sifat ko'rsatkichlari hamda yo'nalishlarining yig'indisidan va firma strategiyasini to'liqroq amalga oshirish mumkin bo'lgan marketingning alohida chora-tadbirlariga yo'naltiruvchi prinsipial qarorlardan iboratdir.

Strategik reja-operatsiyalar yig'indisi bo'lib, firma rahbarining nuqtai nazaridan qaraganda ularni bajarish uning strategiyasini

amalga oshirishga olib keladi.

Taktika qisqa muddatli davrga (masalan: yil, chorak, oy) ishlab chiqiladi va zarur bo'lganda, biznesning strategik vazifalarini hal qilish maqsadida to'g'rilab chiqiladi. Samarali strategik rejani tuzish quyidagilarni bosqichma bosqich amalga oshirishni talab qiladi: firma maqsadini aniq belgilab olish; bozordagi raqobat holatini, distribyutor va maxsulot yetkazib beruvchilar, ularning moliyaviy xolatini o'z ichiga oluvchi biznes olib borish shart -sharoitlarini tahlil qilish; biznes faoliyatini va uni ishlab chiqarishga qo'shilib ketishi jarayonini aniq ko'z oldiga keltirish ; tashqi xavf va ustunliklarni, ichki imkoniyat va nozik jihatlarni, raqobot ustinliklarni ko'rib chiqish. Xavf va ustunliklarni, ichki imkoniyat va nozik jihatlarni tekshirish SWOT tahlil deb ataladi va undan kichik/katta biznesni rejalashtirishda foydalaniladi.

Kichik biznes korxonasi faoliyatini maqsadi, vazifalari, strategiyasi, uni qanday amalga oshirish va nazorat qilinishi ushbu biznesdan keladigan foyda miqdorini belgilaydi. Buni oldindan ko'rib chiqish va rejalashtirish lozim.(6.1 rasm)

foйда

6.1 rasm. Kichik biznes korxonasi maqsadi, vazifalari, strategiyasi va nazoratni foyda miqdori bilan bog'liqligi.

Rejalashtirishda maqsadni aniq belgilab olish – kichik biznes muvaffaqiyatining garovi xisoblanadi.

Ma'lumki maqsadlar doimo ma'lum bir cheklanishlar asosida amalga oshiriladi. Ular kichik biznes korxonasi ichidagi va tashqaridan qo'yiladigan cheklanishlar bo'lishi mumkin. Tashqi cheklanishlar qatoriga qonun me'yorlari, inflyatsiya, raqobatchilar, iqtisodiy ustuvorlikni o'zgarishi, aholi daromadlarini o'zgarishi, qarzdorlarning moliyaviy holati va boshqalar kiritilishi mumkin. Ichki cheklanishlarga esa kichik biznes korxonasi xarajatlar darajasi, ishlab chiqarish quvvatlari, marketing va boshqaruvning holati, turli darajadagi nomuvofiqliklar va boshqalar kiradi. Shuning uchun kichik biznes korxonasi missiyasi, maqsadi va vazifalarini ishlab chiqish jarayonida uning faoliyatiga ta'sir qiluvchi ko'p sonli omillarni baholash zaruriyati tug'iladi.

6.2. Biznes g'oyalarining shakllanishi va biznes loyihalarini texnik-iqtisodiy asoslash

Tadbirkorlik g'oyasi - har qanday biznes tashabbusining asosidir. U doimo shakllanib borishi uchun tadbirkorlik qobiliyati, u yoki bu mahsulotni ishlab chiqarish haqida kerakli bilim, savdo, moliya,

vositachilik va innovatsion faoliyat haqida tushuncha bo'lishi kerak.

Tadbirkorlik g'oyasi samarali bo'lishi uchun xo'jalik faoliyatining rejasini, amalga oshirish zarur bo'lgan muhim manb'alarning birinchi o'rinda turuvchi muammolar belgilagan asosiy dasturni ishlab chiqish kerak.

Tadbirkorlik g'oyalarining yashovchanligini ta'minlovchi tashkil etuvchi elementlarga quyidagilar kiradi: kichik **biznesning** xo'jalikdagi **ahamiyatini** aniqlash; **raqobatbardoshlik**, ya'ni boshqa tadbirkorlik tizimlariga nisbatan iste'molchilar extiyoj va talabini qondirishda qo'li baland kelishiga ishonch xosil qilish; ma'lum sharoitda **g'oyalarni amalga oshirish**; **mahsulot-** ishlab chiqish strategiyasi, sotuvga tayyorlangan tovarlar yoki haridor extiyojlaridan kelib chiqadigan xizmatlar tahlilini; **bozorlar** -mahsulotni qayerda, qanday qilib, kimga va qanday narxda sotishni belgilab olish va shu bilan birga haridorning maqsadi qanday ekanligini aniqlab olish lozim: **manbalar-** joriy harajat va investitsiya. **Korxonadagi strukturaviy (tizimiy) o'zgarishlar-** filiallar va tarmoqlangan korxonalarni tashkil etish; **rivojlanish dasturi-** xo'jalik faoliyati va tovarlar sotiladigan bozor yo'nalishlarini ta'riflaydi, ishbilarmon faolligini oshiradi, korxonaning, tadbirkorlikning tashqi bozor muhitiga moslashuviga asoslanib, xo'jalik faoliyatini takomillashtiradi. Kichik korxonada moslashuvini ta'minlash uchun xo'jalik faoliyatining umumiy rejasini ishlab chiqish, harajat tizimini, mahsulot yoki ko'rsatilayotgan xizmat ro'yxatini aniqlash kerak.

Biznes loyihalarini texnik-iqtisodiy asoslash

Kichik biznes korxonasi boshqaruvchisi xo'jalik faoliyatini boshqarayotib, o'z rejasini amalga oshirishning muqobil yo'llari va

imkoniyatlari haqida ma'lumot olishi va ulardan eng yaxshisini tanlashi kerak.

Xususan, eng oqilona tadbirkorlik loyixasi shuki, u jalb qilingan va naqd kapitalni samarali, to'g'ri va to'liq rejalashtirilgan natijaga erishishga yo'naltirishi, asoslangan maqsadga muvofiq usullar bilan xo'jalik masalalarini amalga oshirishi lozim. Loyixaning yashash qobiliyati iqtisodiy-texnik ko'rsatkichlar bilan, shuningdek eng afzal xulosalarning tanlashga asoslangan va maqsadga muvofiq xatti-harakatlarga to'g'ri baho berish bilan ta'riflanadi.

Boshlang'ich tijoratchilik takliflarini asoslash. Savdo-sotiqqa oid takliflar samaradorligining tahlili uning dastlabki bosqichida bo'lajak tadbirkorlik bitimlari haqida umumiy, xomcho't va faraz qilish asosida taxminan o'tkaziladi. Ular quyidagi taxminiy tartibda tanlanadi: mahsulotlar va xizmat turlarining ayrim to'pining sifatli o'lchamlari baholanadi; mahsulot yetkazib berish vaqti va vositalar aniqlanadi; bitimni amalga oshirish davriga harajat va baholar oldindan aytiladi; mahsulot yetkazib berish yoki ko'rsatilgan xizmatlardan olinadigan tushum yoki tadbirkorlik daromadi hisoblanadi; imkoniyatli daromad hajmi aniqlanadi. Bunda tadbirkorlik bitimlarini amalga oshirish uchun ko'proq kapital mablag'lari talab qilinganda, kutilayotgan daromadning o'sishi bilan ularning solishtirish va rentabellikni hisoblash va bu mablag'larning qoplay olishi muddatini bilish kerak.

Kichik biznesda maslahatchi xizmatidan foydalanish

Kichik biznesga tadbirkorlik loyihalarining taqrizchilarni jalb etish, ayniqsa, muhimdir. Agarda yirik korxonalar konstruktorlar byurolar, tajriba xonalari, marketing bo'linmalari ega bo'lsa va

kerakli tadqiqotlarni o'tkazsa, kichik biznesning tadbirkorlik tizimlari esa ko'p hollarda vositachilar xizmatidan foydalanadilar.

Ayniqsa, unchalik katta bo'lmagan korxonalar tadbirkor-menejeri maslahatchilar xizmatidan foydalanish juda muhimdir. Maslahatchilar tadbirkorlik g'oyasiga yondashish yoki bu xo'jalik qarorlarini amalga oshirishga munosabati, boy tajribasi va ko'p qirrali malakalari yutug' va muvaffaqiyatsizlik sabablarini aniqlashga yordam beradi. Bu maslahatchilar g'oyalarini to'g'ri baholashga va biznesmenning obro'sini ko'tarishga yordam beradi. Xavf-xatarni kamaytirish uchun tadbirkorlik faoliyatida va ayniqsa, xo'jalik xatari katta bo'lgan joyda o'z ishining mutaxassisi bo'lgan maslahatchilarni tashqaridan taklif qilish foydali.

6.3 Moliya ta'minoti manbalarini izlash

Tadbirkorlik faoliyatida mablag' manbalarini izlashda ikkita asosiy model bor. Keng tarqalgani, mumtoz (klassik) shakllaridan biri tadbirkorlik tuzilmalarining bor moliya zaxiralaridan eng ko'p foyda olish uchun yo'naltirishdan iborat. Bunda korxonalar tadbirkori yoki menejerining ish uslubi shundan iborat: naqd pul mablag'larini hisoblash, tadbirkorlik g'oyalarini amalga oshirishda erishiladigan maqsadni o'rganish va yuqori foyda olishni ko'zlab qilingan boshqa xatti-harakatlar. O'z faoliyatini boshlayotganda eng qulay pul topish yo'llari quyidagilardan iborat: savdo-vosita xizmatidan tushgan pul jamg'armasi yoki tovar olib-sotish, uzoq yaqin xorij mamlakatlariga borib xalq iste'mollarini oldi-sotdi qilib foyda ko'rish, xizmatning barcha turlari, aksiyaning dividendi, obligatsiyaning foizi, merosdan pul va mulk olish, bankdagi omonatdan foyda ko'rish, ijaraga berilgan ko'chmas mulkdan foyda olish, xayr-saxovat va

xomiylikdan tushgan mablag'.

Ikkinchi model "Innovatsiya". U ishlab chiqarishni rivojlantirish uchun, xattoki o'zining imkoniyatlari yetmagan taqdirda ham, har qanday imkoniyatdan foydalanishga qaratilgan. "Innovatsiya" modeli o'zining mablag'idan tashqari quyidagi moliya manbalarini ishlatishni taqozo qiladi: jalb qilingan mablag', davlat subsidiyasi, mahalliy budjet moliyasidan, bank kreditlari, kimmatbaho qog'ozlar emissiyasi, investitsiya foizlari, chet el investitsiyasi.

2005 yilda qabul qilingan Prezident qarorlari va farmonlarida kichik biznesni davlat tomonidan qo'llab -quvvatlashga katta ahamiyat berilmoqda. Hozirgi kunda bu qarorlarni amaliyotga tadbiiq qilish dolzarb masaladir. Chunki, ta'mirlash va eskirib qolgan asbob-uskunalarni almashtirish uchun investitsiyani bir necha barobarga oshirish lozimdir. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Bozor islohotlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish soxasidagi ustuvor yo'nalishlar amalga oshirilishini jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" 14 iyun 2005 farmonida qayd etib o'tilganidek, amaldagi qonun va normativ xujjatlarining iqtisodiyotni isloh qilish va erkinlashtirish bo'yicha kutilgan vazifalarga muvofiqligi tanqidiy tahlil qilindi.

Qisqacha xulosalar

Rejalashtirish - boshqaruv jarayonining dastlabki bosqichlaridan biri bo'lib, u maqsadni amalga oshirish, rivojlantirishda yo'nalishni belgilash demakdir. Har qanday firma o'z faoliyatini puxta va yaxshi rejalashtirishi kerak chunki, firmaning omon qolishi va foyda ko'rish shunga bog'liq bo'ladi.Rejlashtirishda maqsadni aniq

belgilash, biznes loyihalarini texnik-iqtisodiy asoslash, maslahatchilar xizmatidan foydalanish katta ahamiyat kasb etadi. Kichik biznesga tadbirkorlik loyihalarining taqrizchilarni jalb etish, ayniqsa, muhimdir.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Kichik biznes xojalik sub'ektlarini faoliyatini rejalashtirish darkormi ?
2. Strategik rejalashtirish konsepsiyasining mohiyati nima ?
3. Kichik biznesda strategik rejalashtirish mazmunini tushuntiring.
4. Tadbirkorlik g'oyasini samarali bo'lishi uchun nimalarni amalga oshirish zarur ?
5. Tadbirkorlik g'oyalarining yashovchanligini taminlovchi qanday elementlarni bilasiz ?
6. Tadbirkorlik loyihalarini texnik-iqtisodiy asoslash qay tartibda olib boriladi ?
7. Dastlabki tijoratchilik takliflarini asoslash nima uchun kerak ?
8. Maslahatchilarni jalb etish nima uchun kerak ?
9. Tadbirkorlik g'oyalarini amalga oshirishda yuqori foyda olishni ko'zlab qilingan boshqa xatti-harakatlar rejalashtirish qanday o'rin tutadi ?

Asosiy adabiyotlar

1. Литке, Ханс-Д. Управление проектами / Ханс-Д. Литке и Илонка Кунов; (пер. с нем. М.Э. Рёш). – 2-е изд., стер. – Москва: Омега-Л, 2007. – 135 с.
2. Джонсон Дж., Шоулз К., Уиттингтон Р. Корпоративная стратегия: теория и практика, 7-е издание: Пер. с англ. – М.: ООО “И.Д. Вильямс”, 2007. – 800 с
3. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я.

Горфинкеля и др. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 735 с.

V11 BOB: KICHIK BIZNES KORXONALARIDA BIZNES REJA

7.1. Biznes rejaning mohiyati va ahamiyati

Biznes-reja - bu aniq vaziyatda biznesning mohiyati, uni amalga oshirish, kengaytirilishi aks etadigan xujjat. Kichik biznesining asosiy maqsadi foyda olishdir. Rejalashtirilayotgan bitimni amalga oshirish oldidan katta mablag' ishlatishni va shu mablag' qancha foyda keltirishini hisob-kitob qilib chiqish lozim. Biznes-reja u yoki bu ishlab chiqarishga pul kiritish joizmi, barcha xarajatlarni qoplaydigan miqdorda daromad olinadimi degan savollarga javob beradi. Shu bilan birga u funktsional vazifalariga ko'ra ishlab chiqarishni tashkil qilish, texnika va texnologiyalar, korxonaning moliyaviy rejalari bilan bog'liq muhim masalalarni hal qilishga qaratiladi

Kichik biznes boshqaruvchilari uchun **biznes-reja xo'jalik boshqaruvi vositasi sifatida** namoyon bolishi lozim.

Aniq va togri ishlab chiqilgan biznes-reja ishlab chiqarishni faol rivojlantirish va shu bilan bir paytda uning dinamikasini nazorat qilish, investorlar, hamkorlar va kredit resurslarini jalb qilishni amalga oshiradi.

Biznes-reja quyida keltirilgan uchta asosiy funktsiyalarni bajarishga bog'liq degan fikr ham mavjud:

- biznes yuritish kontseptsiyasini ishlab chiqish;
- korxonada faoliyatining amaldagi natijalarini baholash;
- pul mablag'larini jalb qilish zarurligini asoslab berish.

Yuqorida keltirilgan sharhdan ko'rinib turibdiki, biznes-rejani tuzish zarurati ayrim hollarda o'z biznesini yaratish bilan, ikkinchi holda bank yoki boshqa moliyaviy muassasadan pul olish niyati bilan,

uchinchidan esa tijorat loyihasini amalga oshirish, yangi korxonani yaratish zarurati bilan asoslanadi.

Biznes-reja **birinchidan**, korxonaning barcha bo'lim va xizmatlari majburiyatlari va javobgarligini aniqlashga imkon beradi, **ikkinchidan**, ularni korxonaga istiqboli bilan shug'ullanish hamda korxonaga maqsadlarini va ularga erishish yo'llarini aniqlashga majbur qiladi, **uchinchidan**, korxonaga faoliyatining muhim yo'nalishlari bo'yicha ko'rsatkichlarni belgilab beradi, **to'rtinchidan** esa, korxonaning bozordagi kutilmagan o'zgarishlarga yanada moslashuvchan va tayyor qilib qo'yadi.

Biznes-reja tuzishda vaqt omilini doimo hisobga olish kerak. Boshqacha qilib aytganda, keladigan foyda vaqtga qarab qanday taqsimlanadi va inflyatsiyaga nisbatan uning samaradorligi qanday bo'lishligini, omonat bankka qo'yilgan shu miqdordagi mablag' keltiradigan foizdan ko'p bo'lishini ta'minlashini hisob-kitob qilib chiqish lozim. Biznes rejada ilg'or texnologiya va bozor tadqiqotlarining natijalari, yangi ish tashkil qilish va tadbirkorlik rejalarini amalga oshirish bilan bog'liq bo'lgan tashkiliy-boshqaruv va moliya muammolarini hal qilishi kerak. Biznes-reja kichik biznes boshqaruvchisi tomonidan ishlab chiqiladi, agarda boshqa muammolar bo'yicha maslahatlar kerak bo'lsa, bu ishga boshqa soha mutaxassislari jalb qilinishi mumkin. Odatda bunday rejalar 3-5 yil muddatga tuziladi. Tadbirkorlik tomonidan birinchi yildagi olinadigan samara oylar sayin batafsil, keyingi yili - taqvimlar bo'yicha, keyinchalik yil bo'yicha hisoblanadi. Biznes-reja kerakli tashkilotlar(omonatchilar) tasdig'idan o'tgan taqdirda (xissadorlik jamiyati bo'lsa), birinchi yilga alohida ish vazifalarini ishlab chiqishga asos bo'ladi.

Shunday qilib, kichik biznes korxonasi faoliyatining kuchli va zaif tomonlarini hisobga oluvchi, mavjud ishlab chiqarish salohiyatidan eng samarali foydalanish va kutilayotgan miqdorda foyda (daromad) olishga yo'naltirilgan real biznes-reja ko'proq muvaffqiyatga erishishi mumkin.

7.2. Biznes-reja ishlab chiqish jarayoni

Biznes-rejaning tarkibi, tuzilmasi, ko'rsatkichlari va boshqa jihatlari odatda korxonaning hajmi (quvvati), yo'nalishi, iqtisodiy va moliyaviy holati bogliqdir.

Endi ish boshlayotgan tadbirkor yoki faoliyat yuritayotgan kichik korxonaga Agar o'z ishini boshlash va buning uchun zarur bo'lgan boshlang'ich kapitalni, jumladan, bank kreditlari hisobiga shakllantirishi lozim. Bu bilan bog'liq bo'lgan tadbirkorlik uchun biznes-rejaning mazmuni va uni tayyorlash bosqichlari ma'lum bir (umumiy) ko'rinishga ega bo'ladi. Yangiliklar kiritish yoki bankrotlik yoqasida turgan korxonaga uchun biznes-reja boshqa ko'rinishga ega bo'ladi. Shunday bo'lsada, har qanday biznes-rejada tanlangan biznes kontseptsiyasi ochib beriluvchi, taklif qilinayotgan mahsulot, ish yoki xizmatlarning o'ziga xosligini tavsiflovchi, shuningdek, istiqbolda olinishi lozim bo'lgan foyda (daromad) va biznesni kengaytirish aks ettiriluvchi bo'limlar mavjud bo'ladi.

Biznesni rejalashtirish ikki bosqichda amalga oshiriladi. **Birinchi bosqichda** biznes-rejaning loyiha varianti ishlab chiqilib, unda o'tgan yilda erishilgan natijalar tahlili va kelgusi yillar uchun o'z imkoniyatlarini baholash hisobiga dastlabki hisob-kitoblar amalga oshiriladi. Biznes-reja barcha hisob-kitoblarda belgilangan texnologik jarayonlarga, ichki zahiralardan to'liq foydalanishga asoslanishi hamda zarur hollarda tashkiliy va texnik-iqtisodiy tadbirlar bilan

mustahkamlanishi lozim.

Ushbu bosqichda chiqariladigan mahsulotga jamiyat ehtiyojlari va bozor talabini aniqlash katta ahamiyatga ega. Gap shundaki, jamiyatning aniqlangan ehtiyojlaridan tashqari, iste'molchilar mahsulotni xarid qilish uchun sarflaydigan va korxonalar ushbu ehtiyojlarni qondirish uchun mahsulot ishlab chiqarishga sarflaydigan resurslarning cheklanganligi ham mavjud. Shuning uchun "ehtiyot - resurslar" bog'liqligi biznes-rejani asosiy bo'g'ini hisoblanadi. Ehtiyojlarni aniqlash korxonani iste'molchilik talabiga ega bo'lmagan mahsulot chiqarish uchun xarajatlarni sarflashining oldini oladi, talab qilinuvchi resurslar hisob-kitobi esa xato va kamchiliklarga yo'l qo'ymaydi.

Ikkinchi bosqich bu biznes-rejani yakuniy ishlab chiqish va uni korxonaning rasmiy hujjati sifatida tasdiqlashdir. Aynan shu sifatda biznes-reja huquqiy kuchga ega bo'lib, turli idora va muassasalarga, xususan, banklardan moliyaviy resurslar olish uchun taqdim etilishi mumkin.

Har qanday istiqbolli hujjat kabi, biznes-reja ham iste'mol bozorida va umuman iqtisodiyotda ro'y berayotgan o'zgarishlarni hisobga olgan holda vaziyatga ko'ra qayta ko'rib chiqilishi, zarur hollarda o'zgartirishlar kiritilishi mumkin. Eng asosiysi u korxonaning bozordagi ulushini saqlab qolishga ko'maklashishi, kelgusida ishlab chiqarish va sotish biznes-rejani asosiy qismidan o'rin egallaydigan mahsulotning hayotiylik davrini uzaytirishga xizmat qilishi lozim. Yakuniy maqsadning bittaligiga qaramay, biznes-rejani ishlab chiqarishning har bir bosqichi bajarishi lozim bo'lgan belgilangan vazifalar doirasi mavjud. Birinchi bosqichda asosan korxonaning iste'molchilarga taklif qilishi mo'ljallanayotgan tovar va xizmatlar

tarkibini tanlash (yangi mahsulot, modifikatsiyalangan yoki an'anaviy mahsulot), ishlab chiqarish dasturini bajaruvchi bo'yicha taqsimlash, talab qilinadigan xom-ashyo, material va boshqa zarur vositalar hajmini, shuningdek, tayyor mahsulotni sotish kanallarini aniqlash, mahsulot tannarxi, kutilayotgan foyda va hokazolarni hisob-kitob qilish vazifalari bajarilsa, ikkinchi bosqichda barcha dastlabki hisob-kitoblar birlashtiriladi va korxonada biznes-rejasini shakllantirish yakunlanadi.

Biznes-rejani ishlab chiqarishning birinchi bosqichidagi hisob-kitoblar qanchalik aniq va bexato bajarilgan bo'lsa, uning boshqaruv hujjati va xo'jalik yuritish vositasi sifatidagi ishonchliligi shunchalik yuqori bo'ladi. Biznes-reja bosqichlarini ishlab chiqarish o'rtasida uzoq tanaffus bo'lmasligi va ortiqcha axborot bilan to'ldirib tashlanmasligi lozim. To'liq biznes-rejaning matni ellik varaqdan oshmasligi lozim. Biroq so'nggi yillarda, xususan, raqobat kuchli bo'lgan soha va tarmoqlarda qisqartirilgan biznes-rejalar keng qo'llanayotgan bo'lib, ularning hajmi 10-15 varaqdan ortmayapti. Shunday bo'lsada, biznes-reja har qanday variantida korxonada missiyasini bajarish va uning pirovard maqsadlariga erishishni ta'minlashga xizmat qilishi lozim.

Biznes rejani shakllantirishni yangi korxonani tashkil etish yoki korxonada faoliyatiga muhim o'zgartirish kiritish g'oyasi **bir necha** bosqichlarda amalga oshiriladi. (7.1-rasm):

7.1-rasm. Biznes-rejani ishlab chiqish bosqichlari.

Biznes-rejani tayyorlashning **birinchi bosqichida** korxonaning missiyasi (korxonaning falsafasi) – xo'jalik subyektining qisqacha ta'rifi, uning maqsadlari, burchi, faoliyat sohalari, harajat me'yorlari va mintaqaga, jamiyatning ijtimoiy vazifalarini xalq etishdagi o'rni aniqlanadi.

Ikkinchi bosqich – biznes-reja maqsadlarini ishlab chiqish. Maqsad- bu korxonaning kelgusidagi ko'zda tutilgan, istalgan xolati.

Biznes tizimida maqsad beshta funktsiyani bajaradi.

- tashabbus - firmaning hozirgi va ko'zda tutilgan, istalgan xolatini, harakatlar motivlarini taqqoslash, solishtirish.
- qarorlar qabul qilish mezonlari - axborotlar va muqobillarni tanlash, biznesdagi ustivor yo'nalishlarni baholash;
- boshqarish vositalari - harakatlarni boshqaruvchi talablar, biznes yo'nalishlarini aniqlash;
- muvofiqlashtirish - qarorlar qabul qiluvchi shaxslar o'rtasida nizosiz munosabatlarni ta'minlash, maxsuslashtirilgan bo'linmalar ishlarini moslashtirish, muvofiqlashtirish.

Har qanday korxonaning murakkab ijtimoiy-iqtisodiy tizim sifatida ko'p maqsadli xarakterga ega.

Korxonaning faoliyati davomida strategik maqsadlarni amalga oshirish bilan bir vaqtda ko'plab taktik va tezkor maqsadlarni ham hal etadi. Sof iqtisodiy maqsadlar bilan ijtimoiy, texnikaviy va tashkiliy vazifalar chambarchas bog'liqdir. Maqsadlarni tuzilmalarga ajratish turli xil jihatlar bo'yicha amalga oshirish mumkin (7.1-

jadval).

Maqsadlar aniq tushunarli bir ma'noda tushuniladigan bo'lishi va korxonaning kelajakdagi xolatini aks ettiruvchi atamalar orqali ta'riflanishi kerak.

Biznes-rejani ishlab chiqishning **uchinchi bosqichida** biznes-rejaning tuzilmasi belgilab olinadi.

7.1-jadval.

Korxonalar maqsadlarining taxminiy tasnifi.

№	Tasniflash belgilari	Maqsadlar guruhlar	
1	Mazmuni (predmeti)	Iqtisodiy Tashkiliy Siyosiy Ishlab chiqarish	Ijtimoiy Texnologik Ilmiy Estetik Psixologik
2	O'lchami	Maksimum Ko'p emas	Minimum Kam emas
3	Rejalashtirish miqyoslari	Uzoq muddatli (strategik) O'rta muddatli (taktik)	Qisqa muddatli (tezkor)
4	Harakatlar sohasi	Global Regional Oliy Oraliq	Milliy Lokal (mahalliy) Yo'ldosh(qo'shimcha) Quyi
5	Ierarxiya darajasi	Korxonalar	Tuzilmaviy bo'linma
6	O'zaro munosabatlar	Komplementar Indeferent	Raqobatli
7	O'lchamlilik	Miqdoriy	Sifat jixatdan (o'lchovsiz)
8	Yo'naltirilganlik	Tijorat	Notijorat (ijtimoiy)
9	Muxit	Ichki	Tashqi
10	Subyekt	Individual (shaxsga yo'naltirilgan)	Guruhga (kollektivga) yo'naltirilgan

To'rtinchi bosqichda biznes-rejaning har bir bo'limini ishlab chiqish uchun zaruriy axborotlarni to'plash amalga oshiriladi. Bu rejalashtirishning eng muhim sarmehnat qismi hisoblanadi. Axborotlar manbai sifatida tarmoqning maxsus axborotnomalaridan, loyiha tashkilotlari me'yorlaridan, tahlil bilan shug'ullanuvchi maxsus firma xizmatlaridan, statistika idoralari materiallaridan, maxsus tadqiqotlar va kuzatishlardan, yuqori malakali iqtisodchilardan, maslahatchilardan hamda korxonaning ichki muhiti va o'z ishini yaxshi biladigan korxonada xodimlaridan foydalanish mumkin.

Rejalashtirishning **beshinchii bosqichi** - bevosita biznes-reja bo'limlarini ishlab chiqish va uni yagona xujjat sifatida rasmiylashtirish

7.3. Biznes rejaning asosiy bo'limlari

Faoliyat korsatayotgan kichik biznes korxonalarini faoliyat turi, yo'nalishi, maqsadi, faoliyat hajmi bir xil emasligi sababli ularning har biri uchun biznes-rejani ishlab chiqish bo'yicha detalli tavsiya berishning imkoni yo'q. Shunday bo'lsada, zamonaviy iqtisodiyot fanida biznes-rejaning taxminiy tuzilmasi ishlab chiqilgan bo'lib, quyida uning ayrim variantlari keltirilgan (7.2-jadval).

Keltirilgan variantlardan ko'rinib turibdiki, biznes-rejaning qat'iy tartibga solingan tuzilmasi mavjud emas. Biroq biznes-rejalarning har bir turi uchun xarakterli bo'limlar mavjud bo'lib, ularda tanlangan biznes (ishlab chiqarish) kontseptsiyasi, taklif qilinayotgan mahsulot yoki xizmatning o'ziga xosliklari, marketing va menejment, tavakkalchilikni baholash, moliyaviy ta'minot va

natijalar aks ettiriladi. Qabul qilingan har bir biznes-reja tuzilmasi quyidagi savollarga javob berishi lozim: ishlab chiqarishni nimadan yoki qanday boshlash kerak, ishlab chiqarishni qay tarzda samarali tashkil qilish mumkin, ilk daromad (foyda) qachon olinadi, investorlar va kreditorlar bilan qanchalik tez hisob-kitob qilish mumkin, tavakkalchilik darajasi va uni kamaytirish imkoniyatlari qanday.

Biznes-rejaning har bir bo'limi o'z mazmuniga, ko'rsatkichlar tizimi va ularni hisob-kitob qilish usullariga ega bo'ladi. Biroq, bu biznes-rejaning yaxlit va to'liqligiga putur etkazmaydi. Barcha bo'limlar o'zaro bog'liq bo'lishi hamda korxonaning potentsial ishlab chiqarish imkoniyatlarini amalga oshirishga xizmat qilishi lozim. Biznes-rejaning ayrim bo'limlarini alohida ko'rib chiqamiz.

Potensial biznes hamkor biznes-rejaning berilishi bilan qisqacha tanishishi kerak, chunki u turli xil ishbilarmonlik tuzilmalari bilan hamkorlik qiladi. Biznes-rejaning **kirish** qismida qisqacha tushuntiruv yozuvi bo'lishi kerak.

Biznes reja bo'limlarida quyidagilar aks etishi kerak: **korxonahaqida ma'lumot**-korxonaning nomi va uning joylashgan yeri, ishlab chiqariladigan mahsulotlar yoki xizmatlar nomlari va asosiy raqobatchilar, boshqaruv tizimi bayon qilinadi.

7.2-jadval

Biznes-rejaning taxminiy tuzilmasi

I variant	II variant	III variant	IV variant	V variant
-----------	------------	-------------	------------	-----------

Bo'lajak biznesni qisqacha ta'riflash. Bozor. Xodimlar malakasi va tajribasi, mavjud moliyaviy vositalar. Taklif qilinayotgan mahsulotning ustunliklari. Bo'lajak biznesni tashkil qilish. Kelajakka nazar. Moliyaviy vazifalar. Pul mablag'laridan foydalanish. Ilova. Biznes tarixi.	Biznes-rejaga kirish. Biznesni identifikatsiyalash. Maqsad. Biznesni ta'riflash. Bozor. Raqobat. Menejment. Xodimlar. Joylashuv. Moliyaviy ma'lumotlar. Hisobot. Qisqacha mazmun (rezyume).	Tanlangan biznes kontseptsiyasi. Ayni paytdagi vaziyat. Yaratilayotgan korxonatavsifnomasi. Boshqaruv. Bozor tahlili va tadqiqotlari. Marketing harakatlari rejasi. Ishlab chiqarish rejasi. Tavakkalchilikni baholash. Moliyaviy reja.	Kirish. Korxonani ta'riflash. Mahsulotni ta'riflash. Marketing rejasi. Ishlab chiqarish rejasi. Tashkiliy reja va menejment. Moliyaviy reja. Loyiha samaradorligi. Ilova.	Firma imkoniyatlari (rezyume). Tovar (xizmat) turlari. Tovar (xizmat) sotuv bozori. Sotuv bozorida raqobat. Marketing rejasi. Ishlab chiqarish rejasi. Tashkiliy reja. Firma faoliyatining huquqiy ta'minoti. Tavakkalchilikni baholash va sug'urtalash. Moliyaviy reja. Moliyalash tirish strategiyasi.
--	---	---	---	--

Ishlab chiqariladigan mahsulot va xizmat turlari. Bu bo'limda sotishga chiqariladigan hamma mahsulot va xizmatlar ko'rsatiladi, ulardan foydalanish imkoniyatlari, bunda ularning asosiy va ikkilamchi foydalanish usullari ko'rsatiladi. Hozirda bozorga chiqarilayotgan tovar bilan korxonada taklif qilayotgan tovar o'rtasidagi farqlar aytib o'tiladi, yangi mahsulotning ustunligini isbotlanadi.

Bozorga chiqish, ishlab chiqarish va sotish hajmining o'sish strategiyasi. Marketing rejasida asosiy muvaffaqiyat omillari (masalan, bozor uchun yangi mahsulot, vaqtdan yutish, bozorga

chiqishdagi afzallik va boshqalar), narxlarga yondashish, sotish usullari va mahsulot reklamalari ko'rsatiladi. Biznes strategiyasi quyidagi bozor axborotlariga suyanadi: ishlab chiqarishning o'lchamlari, jug'rofiy tavsif va raqobatning mavjudligi, imkoniyatlari.

Mahsulot sotish bozorini iqtisodiy baholash. Bu qism biznes-rejada asosiy hisoblanadi. Bunda, ishbilarmon, bozorning butun tuzilishi, tarmoqning rivojlanishini aks ettirishi, egallamoqchi bo'lgan bozor segmentini ajratish va raqobatchilar faoliyatini tavsiflashi, bozordagi shaxsiy xissasi dinamik o'sishini isbotlashi kerak. Kichik biznes boshqaruvchisi kim uning mahsuloti haridori bo'ladi; u qancha tovar sotib olishi mumkin; qanday qilib o'z tovarini o'tkazadi (to'g'ridan to'g'ri aloqa, ekspert, diler, vositachi orqali, birja va broker orqali); mahsulotning kelgusidagi (3-5 yildagi) bozor potentsiali; raqobatchilarning mavjudligi va imkoniyatlari, "kurashish" usullari haqida aniq ma'lumotlga ega bo'lishi kerak. Bo'limning oxirgi qismida ishbilarmon istiqboldagi 3-5 yilga qisqacha bashorat berishi kerak. Uning fikri bo'yicha qancha hajmda mahsulot sotish mumkin. Bozorda raqobatchilar bilan qanday usullar yordamida kurashish mumkin. Kelajakda mahsulot ishlab chiqarishning qaysi strategiyasini tanlash mumkin. Xuddi shu savollar, tushunarli tarzda, biznes rejaning keyingi bo'limlarida ko'rsatiladi.

Ishlab chiqarish jarayoni. Kichik biznes boshqaruvchisi ishlab chiqarishni tayyorlashdan tortib, to texnika xavfsizligini ta'minlash va ishlab chiqarish madaniyatigacha tushuntirish matni beriladi. Kichik biznes boshqaruvchisi mahsulot ishlab chiqarish uchun qaysi materiallar kerak bo'lishi, qanday mashinada mahsulot ishlab chiqilishini oldindan rejalashtiradi. Ishlab chiqarish quvvati

haqida tavsif beriladi, ishga tushishi muddati ko'rsatiladi. Moddiy texnika ta'minoti masalasi alohida ko'rib chiqiladi, ya'ni "qayerdan, kimdan, qanday materiallar sotib olinadi. Qanday tashib keltiriladi" va boshqalar. Yetkazib beruvchilarning mahsulot sifati va yetkazib berish kafolatlari bayon qilinadi.

Mahsulotning raqobatbardoshligini bashorat qilish. Bu bo'limda tovarlar (xizmatlar) assortimenti, ularning ro'yxati, oylik yoki yillik sotilgan mahsulot soni va hajmi beriladi. Bu bo'limning maqsadi-kreditorlarni (banklarni), investorlarni yoki yangi foydalanuvchilarni mahsulotdan ko'p foyda olish mumkinligiga ishonitirishdir. Ammo, ishbilarmon har xil vaziyatlarda investorni o'z mahsulotining raqobatchi tovardan afzalligi borligi bilan ishonitira bilishi kerak. Bo'limning oxirgi qismida ishbilarmon o'z haridoriga ko'rsatadigan qo'shimcha xizmat turlarini taklif qilishi mumkin. (Masalan: uyga transport vositalari yordamida bepul yetkazish, narxni kamaytirish, kafolatlangan ta'mirlash ishlarini bajarish va boshqalar).

Marketing sohasining yo'nalishi. Bu bo'limda quyidagi savollar ko'rib chiqiladi: ishbilarmon tanlagan tovarlar va ularni sotish usullari; mahsulotni oluvchi haridorlar; narx siyosati; haridorlarga xizmat ko'rsatish uslubi va bozorni kengaytirish usullari (ya'ni haridorlarni izlash).O'z imkoniyatlaridan kelib chiqib va bozorni o'rgangandan so'ng, ishbilarmon, ommaviy tovar strategiyasini yoki ixtisoslashgan strategiyani tanlaydi. Shuningdek u, mahsulotni qanday usullar bilan o'tkazishni ko'rib chiqadi: mahsulotni ulgurji, chakana sotish, ishchi kuchi va pul harajatlari hisoblanadi.

Bozorni segmentlash kichik firmalar uchun ham maqsadga

muvofiqdir. U doimiy va potensial haridor aniqlangach, qanday hajmda mahsulot ishlab chiqarish kerakligi haqidagi savol bo'yicha ma'lumotlar tahlili asosida hal qilinadi.

Boshqarish rejasi. Boshqaruv sohasidagi reja korxonaning boshqaruv tuzilmalari tahlili, ya'ni ishlab chiqarishni boshqarish texnologiyasining to'zilishini rejalashtirish demakdir. Aslida u katta hajmda bo'lmaydi (2-3 varaq), lekin bu bo'lim ham asosiy bo'limlardan hisoblanadi, chunki biznesdagi, ayniqsa kichik biznesdagi omadsizliklar birinchi galda boshqaruvning to'g'ri rejalashtirilmagan oqibatidir.

Bo'limning boshida ishbilarmonlikning tashkiliy-huquqiy shakli beriladi. Boshqaruvchi organning tarkibi ko'rib chiqiladi, korxonadagi yordamchi bo'limlar va xizmatlar hamda ularning vazifalarini taqsimlash ko'rsatiladi. Eng asosiy masala korxonada boshqarish tuzilmasining samaradorligi hisoblanadi. Bo'limning oxirgi qismida korxonaning tezkor rejasi yoki ish grafigini qisqacha shaklda berish maqsadga muvofiqdir.

Yuridik reja. Agar firma katta bo'lib, u o'zoq mudadtga mo'ljallangan ishni rejalashtirayotgan yoki "yangi" ish boshlayotgan bo'lsa yuridik reja mustaqil bo'lim bo'lib tuziladi. Bunda firma to'g'risida ma'lumotlar bilan bir qatorda, masalan, firma siyosati, ishlab chiqarilayotgan mahsulot sifati, raqobat kurashining halolligi, ishning qonunga muvofiqligi, shartnoma va rejalarning o'z vaqtida bajarilishi daromad manbalari va boshqalar berilishi mumkin. Bu bo'limni yozish uchun, odatda, mutaxassis - yurist taklif qilinadi. Ayniqsa huquqiy me'yorlar o'zgarganda kichik biznes boshqaruvchisi huquqiy sohada yaxshi bilimdon bo'lishi kerak chunki bunaqa o'zgarishlarni oldindan ko'ra bilish yoki ularni o'z

vaqtda payqash va tushunish qonun buzilishining oldini oladi.

Moliyaviy reja. Moliyaviy reja yaqin 3-5 yil uchun moliyaviy natijalarni rejalashtiradi, agar korxonaga bir necha yil ishlayotgan bo'lsa, o'tgan davrga moliyaviy xisobot qilinadi. Moliyani rejalashtirishning asosiy qismlari quyidagi xujjatlarni o'z ichiga oladi: sotish hajmi bashorati; pul harajatlari va tushumlar balansi; daromad va harajatlar jadvali; korxonaning aktiv va passivlari boshlang'ich balansi; zarar ko'rmaslikga erishish grafigi. Bo'limning oxirgi qismida, odatda korxonaning moliyaviy strategiyasi yoritiladi. Uning umumiy jihatlari tavsiflanadi va rejalashtirilgan 3-5 yil davrga ishlab chiqarishni moliyaviy ta'minlash masalalari ko'rib chiqiladi. Birinchi navbatda, tadbirkor, olingan va boshlang'ich ma'lumotlar asosida loyihani amalga oshirish uchun qancha mablag' kerak bo'lishini aniqlaydi. Undan so'ng u qayerdan mablag' olishni, qaysi muddatlarda olingan mablag'larni qaytarishni, investorlarning korxonaga qo'yilgan mablag'larni qachon va qancha foiz bilan qaytarib, olishlarini belgilaydi. Bunday ma'lumotlar bank va kredit beruvchi tashkilotlarga ham zarur bo'ladi. Bu bo'limni sinchiklab, mukammal ishlab chiqilishi tadbirkorlikdagi xavf-xatar va tavakkalchilikni kamaytiradi.

Tashqi iqtisodiy faoliyat rejasi. Kichik biznes korxonasi yoki tadbirkor tashqi bozorga chiqmoqchi bo'lsa va u yerda o'z mavqeini saqlab qolmoqchi bo'lsa, u holda biznes-rejaning ushbu bo'limi ishlab chiqiladi. Bu bo'limdan tovarni qaysi davlatga chiqarilishi, sotish hajmi, bo'lg'usi valuta tushumi, mavjud aloqalar haqida axborot beriladi. Rejada tashqi iqtisodiy aloqa shakllar ya'ni tashqi savdo, xalqaro hamkorlik kapital qo'yish, korxonani qayta jixozlash, takomillashtirish; ilmiy, sanoat yoki ekologik loyihalarni birgalikda

ishlab chiqarish; olimlar, mutaxassislar, ishchi kuchi bilan o'zaro almashish, respublika territoriyasida boshqa davlatlar bilan qo'shma korxonalar tuzish)ni tanlashda alohida ahamiyat beriladi. Chet el investitsiyalarini jalb qilishni rejalashtirgan tadbirkorlik tuzilmalari tashqi iqtisodiy faoliyatning investitsion loyixasini alohida ishlab chiqishlari kerak bo'ladi.

Qisqacha xulosalar

Biznes-reja - bu aniq vaziyatda biznesning mohiyati, uni amalga oshirish, kengaytirilishi aks etadigan xujjat. Kichik biznesning asosiy maqsadi foyda olishdir.. Biznes-reja bir nechta bo'lim va ko'rsatkichlardan iborat bo'lib, ularning soni korxonaning hajmi, o'ziga xosliklari va boshqa xususiyatlariga bog'liq bo'ladi. Ilmiy adabiyotlarda 8 - 12 bo'limdan iborat bo'lgan biznes-rejalar tavsiya qilinadi.

Qaysi bo'limni biznes rejaga kiritilishi kichik biznes faoliyati yo'nalishiga bog'liq. Biznes reja bo'limlarida quyidagilar aks etishi kerak: korxonalar haqida ma'lumot, faoliyat turlari, kerakli mablag'ga bo'lgan ehtiyojning qisqacha bayoni, rejalashtirilgan foyda va loyixalar rentabelligi, ishlab chiqariladigan mahsulot va xizmat turlari. bozorga chiqish, ishlab chiqarish va sotish hajmining o'sish strategiyasi- marketing rejasi mahsulot sotish bozorini iqtisodiy baholash, ishlab chiqarish jarayoni, mahsulotning raqobatbardoshligini bashorat qilish, Marketing sohasining yo'nalishi, boshqarish rejasi, yuridik reja, moliyaviy reja, tashqi iqtisodiy faoliyat rejasi. Biznes-reja amaliyotda asosan ikki bosqichda tayyorlanib, bu bosqichlarning har birida mos keluvchi vazifalar bajariladi.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Biznes rejaning mohiyati, maqsadi va ahamiyati nimadan iborat ?
2. Korxonalar maqsadlarining taxminiy tasnifini variantlarini keltiring .
3. Biznes-rejani ishlab chiqish bosqichlari nimadan iborat ?
4. Biznes-rejaning taxminiy tuzilmasi qanday bolimlarni o'z ichiga oladi?
5. Biznes rejaning asosiy bo'limlarini mazmunini tushintirib bering.
6. Kichik biznes korxonalarining tadbirkori, menejeri biznes-rejani ishlab chiqarishning aniq sxemasi, tarkibi , hajmi tanlashda qanday omillarga e'tibor beradi ?
7. Marketing sohasini yo'nalishini belgilash nima uchun zarur ?
8. Yuridik reja qanday vaziyatlarda tuziladi ?
9. Moliyaviy, tashqi iqtisodiy faoliyat reja ahamiyati nimadan iborat ?
10. O'zingizni korxonangiz biznes rejasini tuzing.

Asosiy adabiyotlar

1. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 735 с.
2. Бизнес планирование. Подробное руководство по составлению, созданию и внедрению. [Электронный документ]. - (plan-business.ru).

VIII BOB: KICHIK BIZNES KORXONALARINING TASHKILY TUZILISHI

8.1. Kichik biznes korxonalari boshqaruvi strukturasi

Korxonaning gullab-yashnashi, raqobat kurashiga dosh berish, o'z quvvatini saqlab turish yoki oshirib borishi, uning o'zgarib borayotgan sharoitlarga moslashishida tashkiliy struktura muhim omil bo'lib qoladi.

“Struktura” so‘zi lotincha bo‘lib, narsalar tarkibiy qismlarining o‘zaro bog‘liq ravishda joylashishi, tuzilishini bildiradi. Korxonaning boshqarish strukturasi deganda boshqaruv maqsadlarini amalga oshiruvchi va funksiyalarni bajaruvchi bir-biri bilan bog‘langan turli boshqaruv organlari va bo‘g‘inlarining majmui tushuniladi. Hozirgi kunda kompaniyalarning o‘z tashkiliy strukturasi qayta transformatsiya qilib, faoliyati va funksiyalarini iste‘molchi talab-istaklariga to‘la moslashtirishga harakat qilmoqdalar.

XX asrning 90-yillarida dunyodagi ko‘pgina kompaniyalarda beqiyos darajada strukturaviy o‘zgarishlar amalga oshirildi. Bunday o‘zgarishlardan maqsad iste‘molchilarga xizmat qilish darajasini oshirish, keraksiz boshqaruv bo‘g‘inlarini yo‘qotish, yangi tovarlar kashf etuvchi va ishlab chiqaruvchi ishchi guruhlar tashkil qilishdan iborat. Ya‘ni kompaniyada tashkiliy tizimni o‘zgartirish tadbirlari o‘tkazish orqali tez o‘zgaruvchan muhitga moslashib, keskin raqobat kurashini yengib, korxonada samaradorligini oshirishdan iboratdir. Kichik biznes korxonasini bozor talabiga moslashishi uning vertikal tashkiliy strukturasi atroflicha tahlil qilishni talab qiladi. Tahlil asosida qayta tuzilgan struktura biznes faoliyatini yuqori darajada

olib boradi, bozorning barcha subyektlari bilan doimiy aloqani ta'minlaydi. Korxonada boshqaruvining tashkiliy tuzilma (struktura)si - bu bo'limlar, ishlovchilar o'rtasidagi maxsus ishlab chiqilgan aloqalar va munosabatlarning yaxlit tizimini o'z ichiga oladi va uning doirasida ishlovchi odamlar oldiga qo'yilgan maqsadga eng samarali yo'l bilan erishish vazifasini bajaradi. Kichik biznes korxonasini samarali ishlashi uchun unga qaysi ixtisosdagi mutaxassislar qanday malakada, qanday shaxsiy fazilatlariga ega bo'lgan qancha odamni birlashtirishi kerakligini aniqlab olishi kerak.

8.2. Biznes korxonalarining tashkiliy strukturasi o'zgarishi.

Ko'pgina **biznes korxonalarining** tashkiliy strukturalari doimiy ravishda o'zgarib turadi. Bunday o'zgarishlar nafaqat vertikal boshqarish tizimini gorizontaal boshqarish tizimiga o'tkazish bilan kifoyalanadi, balki ushbu strukturalar orqali biznes korxonalarini bozorning barcha sub'ektlari bilan aloqa qilib, samarali biznes faoliyati olib borishi lozim. Tashkiliy strukturalar boshqaruv bo'g'inlari va boshqaruv bosqichlari shaklida bo'ladi. Korxonada tuzilmasida quyidagi elementlar ajratib ko'rsatiladi: rahbarlik va aloqa (gorizontaal va vertikal) o'rinlar (bo'limlar), darajalar (bosqichlar). Bo'lim bu tashkiliy jihatdan alohida, mustaqil boshqaruv tashkilotidir. Bo'lim (odamlar guruhi) tomonidan muayyan vazifaning bajarilishi uni shakllantirishning asosiy maqsadi hisoblanadi. Bo'limlar o'rtasidagi aloqalar gorizontaal tusga ega. Bosqichlar o'rtasidagi aloqalar bu vertikal bo'yicha aloqadir. Ular quyi darajalardan boshlab yuqori darajagacha erkin ifodalangan

izchil bo'ysunish tusiga ega.

Har qanday, xatto kichik korxonada ham, yuqorida bayon etilgan tuzilma elementlarning hammasi mavjudligini aniqlash mumkin. Tadbirkor u tashkil etgan korxonaning mulkdori bo'lib, uning ishiga rahbarlik qiladi. Vertikal bo'yicha unga uning xodimlari bo'ysunadi. Vertikal tashkiliy struktura o'zaro subordinatsiya asosida bog'langan bir necha boshqarish bosqichlaridan iborat. Boshqarish bosqichi iyerar-xiyaning muayyan darajasida amal qiladigan bo'g'inidir. Boshqarish bosqichlari bir boshqarish bo'g'inining ikkinchisiga, odatda quyi bo'g'inining yuqori bo'g'iniga izchillik bilan buysinishini ko'rsatadi, ya'ni vertikal bo'yicha bo'linishidir. Ushbu barcha bo'g'in va bosqichlarning tarkibi va ularning o'zaro bo'ysinish tartibi, har bir boshqaruv organi va bo'g'inining huquq va burchlari, shuningdek, ular o'rtasidagi munosabatlar tartibi, funksional bo'limlarini vujudga keltirish, axborot bilan ta'minlash kabi boshqarishning tashkiliy tomonlari vertikal boshqarish tizimini tashkil etadi. Bularni mazmun va muddatlariga ko'ra kelishib olish ishlab chiqarishning ko'pgina unsurlarini tutashtirish ishlarini turli xizmatlar bajaradi. Ayrim hollarda funksional xizmatlar o'rtasidagi bunday gorizontal aloqalar juda cho'zilib ketadi, bir qancha bahs va nizolar bilan amalga oshiriladi va bu ishni muvofiqlashtirish juda qiyin kechadi.

Ma'lumki, biznes korxonalari tashkiliy bo'limlari funksional, geografik, tovar, bozor prinsiplari asosida yoki ularning birgalikda (kombinatsiya asosida) qo'llanilishi orqali tashkil topadi.

Hozirgi vaqtda samarali faoliyat olib borayotgan biznes korxonalari o'z tashkiliy strukturalarida iloji boricha kamroq boshqarish bo'g'inlaridan tashkil topib, o'z faoliyatlarida

buyurtmalarni bajarish, yangi tovarlar kashf etish va ishlab chiqarishni rejalashtirish tovarlarni taqsimlash iste'molchilarga xizmat ko'rsatish kabi jarayonlarga katta e'tibor bermoqdalar.

Bu biznes korxonalarida boshqarish bo'g'inlarini qisqartirilib bir bosqichli boshqarish tizimini joriy qilinmoqda va boshqaruvchi (menedjer)lar sonini kamaytirmoqdalar.

Korxonaning turli vazifalarini (tashkilotchilik marketing, buxgalteriya va xokazo) bajarayotgan xodimlari o'rtasida gorizont al oloqalar o'rnatiladi. Ular bevosita bo'ysunish tusida bo'lmaydi, lekin, ko'pincha korxonada turli ishlab chiqarish (amaliy) operatsiyalarining izchilligi va o'zaro bog'liqligini belgilaydi.

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

Kichik biznes korxonalarini tashkiliy tuzilmalarining turlari

Kichik biznes korxonalarini boshqaruv tuzilmalarining quyidagi tashkiliy turlari mavjud: **chiziqli; chiziqli-funksional; loyihalanadigan va matritsali; venchur va firma ichki innovatsiyali.**

Boshqaruvni **chiziqli** tashkil etish bevosita lavozim vazifalarini shu tarika taqsimlash asosida quriladiki, bunda, har bir xodim firma oldida turgan vazifalarni bajarishga eng ko'p darajada yo'naltirilgan bo'ladi. Barcha vakolatlar to'g'ridan-to'g'ri (chizikli) belgilanadi. Ular yuqori boshqaruv bo'ginidan quyi boshqaruv bo'ginlariga qarab o'zgaradi.

Boshqaruv tuzilmasini **chizikli-funksional** tashkil etish o'z

ichida ham chizikli, ham funksional boshqaruv elementlarini mujassamlashtiradi, ya'ni chizikli boshqaruv maxsus yordamchi xizmatlar bilan mustaxkamlanadi.

Loyixaviy tuzilma maxsus loyixani ishlab chiqish va unga rahbarlik qilishda qo'llanadi. U dasturiy-maqсадli deb ham nomlanadi. Matritsali yoki katakli tashkiliy tuzilma ana shu tuzilmaning takomili hisoblanadi.

Loyixaviy tuzilma - bu aniq vazifani hal etish uchun tashkil etiladigan vaqtinchalik tashkilotdir. U funksional bo'linma ichida tashkil etiladi.

Matritsali tuzilma loyixaviy tuzilmalarining rivoji (takomili) hisoblanadi. U taqsimlashning ikki turi: vazifalar bo'yicha va mahsulot bo'yicha taqsimlashning uyg'unlashuvidir.

Venchur va innovatsiya tuzilmalari loyixaviy (dasturiy-maqсадli) tashkiliy tuzilmalarining zamonaviy ko'rinishi hisoblanadi. Biznesda tavakkal ish innovatsiyalar, ya'ni yangi texnologiyalar, tovarlar yoki xizmatlarni ishlab chiqarishni tashkil etishda qo'llaniladi.

Menejment haqidagi respublikamizda chop etilgan adabiyotlarda boshqarish strukturalarining tashkiliy turlari: chizikli, chizikli shtabli, funksional, chizikli funksional, dasturli maqсадli strukturalari haqida batafsil ma'lumotlar berilgan, ularning ijtimoiy va salbiy tomonlari amal qilish yo'llari keltirilgan (M.Шарифхоўжаев, Ё.Абдуллаев Менежмент.: Дарслик. - Т.: Ўқитувчи, 2001.-702 б., Фуломов С.С. Тадбиркорлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма -Т.: Шарқ, 2002.-3656.)

Strukturaga o'zgartirishlar kiritish va uni almashtirish -bu jahon amaliyotidagi doimiy jarayondir. AQSH firmalarida, G'arbiy Yevropa

va rivojlangan Sharq davlatlarida boshqaruv strukturasi o'rtacha 3-5 yilda almashtirib turiladi. Masalan, bozorga qadoqlangan tovarlar taklif qiladigan "KRAIT FOODS" kabi korxonalar odatdagi tovar va uni markasini boshqarishga asoslangan struktura o'rniga asosiy e'tiborni o'z iste'molchilariga qaratuvchi kombinatsiyalashtirilgan (aralash) strukturaga o'tmoqda. Bunda korxonalar tashkiliy strukturalari asosan 3 ta ishchi guruhidan iborat bo'lib, birinchi guruh maqsadli segmentlarga iste'molchilarga xizmat ko'rsatadi. Logistika bo'limii vazifasini bajaruvchi uchinchi guruh mol yetkazib beruvchilar bilan optimal aloqani tashkil qilish natijasida tovarlarni o'z vaqtida yetkazib berishni ta'minlaydi. Bundan tashqari, strategik integratsiya guruhi mavjud bo'lib, bu barcha ishchi guruhlar faoliyatini muvofiqlashtirib, kompaniyaning umumiy strategiyasini ishlab chiqadi, bozor sharoitini o'rganadi. Ayrim hollarda bunday tashkiliy strukturalarda odatdagi funksional bo'limlarni saqlab qolgan holda, ayrim bir biznes jarayonning pirovard natijalari uchun javob beruvchi ishchi guruhlar tashkil qilinadi, funksional bo'limlar ishlarini muvofiqlashtirib, keskin raqobat sharoitida korxonaning yuqori samaradorlik bilan faoliyat ko'rsatishi ta'minlanadi. Yuqorida ko'rsatilgan strukturaviy o'zgarishlarning bosh omili bozor talablariga tezlikda moslashib, biznesning barcha sohalarida raqobatchilardan ko'ra ustunlikka erishishdir. Masalan, LIMITED kompaniyasi ishlab chiqarayotgan mahsuloti - ayolar kiyim-kechagini iste'molchilariga bir necha oyda yetkazib beruvchi raqobatdoshlariga qaraganda o'zi ishlab chiqarib va bir necha hafta ichida iste'molchilarga yetkazib bermoqda. Bu kompaniyaga raqobat kurashida yuqori darajada ustunlikka erishishiga yordam bermoqda.

8.3.Kichik biznesni zamonaviy tashkiliy strukturasi

Jahondagi ko'pgina biznes korxonalarining tashkiliy strukturasi biznes jarayoniga asoslangan bo'lib, unda odatdagi funksional va maxsus bo'limlar (kadrlar bo'limi, tadqiqot va marketing bo'limlari) saqlanib qolgandir. Biznes jarayonlar yangi tovarlar ishlab chiqarish qabul qilingan buyurtmalarni har taraflama qayta ishlash va boshqa strategik yo'nalishlardan iboratdir. Ushbu biznes jarayonlarga asoslangan tashkiliy struktura mustahkamlana borishi bilan ba'zi keraksiz boshqarish bo'g'inlari qisqartirila borilib, raqobat kurashiga chidamli, biznes-muhit moslashgan yangi mahsulot ishlab chiqaruvchi ishchi guruhlar tashkil qilinadi. Tashkiliy strukturani transformatsiyasi bozor sharoitida, raqobatchilarning o'zgarishi bilan doimiy ravishda amalga oshiriladi.

Funksional tashkiliy struktura va biznes jarayonga asoslangan tashkiliy strukturaning quyidagi qiyosiy xarakteristikalarini keltirish mumkin:

- Biznes jarayonga asoslangan boshqaruv murakkab masalalarni hal qiluvchi yetarli tajribaga ega bo'lgan boshqaruvchilarni talab qiladi.
- Funksional tashkiliy struktura axborotlar yig'ish va tahlil qilish, tashqi auditoriyaga ta'sir etish mahoratiga ega bo'lgan xodimlar bo'lishini talab etadi.
- Biznes jarayonga asoslangan tashkiliy struktura, tomonlar o'rtasida o'zaro munosabatlar o'rnatish konfliktlarni bartaraf qilish, muzokoralar olib borish, axborot to'plashni boshqarish, ishchi guruhlarini tashkil qilish, o'qitishni yuksak mahoratda olib

boradi.

- Bozor talabiga moslashgan kompaniya o'z e'tiborini tovarga yoki texnologiyaga emas balki iste'molchi xohishiga qaratadi.
- Funktsional tashkiliy struktura xodimlari o'z sohasini chuqur va puxta biladigan, jarayon va hodisalarni tahlil qilish va baholash qobiliyatiga ega bo'lgan o'z tavsiyalarni himoya qila oladigan va boshqalarni unga ishonтира oladigan xodimlar bo'lishini talab qiladi.
- Funktsional strukturadagi bo'limlar ishini pirovard natijalari uchun aniq va mas'ul xodimlar yuqligi, funktsional bo'limlar o'rtasida ish yuzasidan nizolarni bartaraf etish uchun kombinatsiyalashgan (aralash) boshqaruv strukturasiidan foydalanish maqsadga muvofiqdir.

Yuqorida keltirilganlarning barchasi biznes korxonalarining bozorning holatini bilishda, o'z iste'molchi va mol yetkazib beruvchilari bilan aloqasini yaxshilashda, bozordagi o'rnini, obro'sini ko'tarishda katta rol o'ynaydi.

Zamonaviy kichik biznes korxonalari faoliyatida dolzarb muommolarni hal etishda bir necha boshqarish strukturasiini tashkiliy turlarini muvofiqlashtirib ishlatishni talab etadi.

Qisqacha xulosa

Korxonaning gullab-yashnashi, raqobat kurashiga dosh berish, o'z quvvatini saqlab turish yoki oshirib borishi, uning o'zgarib borayotgan sharoitlarga moslashishida tashkiliy struktura muhim omil bo'lib qoladi. Kichik biznes korxonalari boshqaruv tuzilmalarining chiziqli, chiziqli-funksional, loyihalananadigan va matritsali, venchur va firma ichki innovatsiyali tashkiliy turlari

mavjud. Strukturaviy o'zgarishlar nafaqat vertikal boshqarish tizimini, gorizontal boshqarish tizimiga o'tkazish bilan kifoyalanadi, balki ushbu strukturalar orqali samarali biznes faoliyati olib borishi lozim. Zamonaviy kichik biznes korxonalarini faoliyatida dolzarb muommolarni hal etishda bir necha boshqarish strukturasi tashkiliy turlarini muvofiqlashtirib ishlatishni talab etadi.

Nazorat uchun savollar:

1. Kichik biznes korxonalarini tashkiliy tuzilmalari qanday qoidalarga rioya etishi zarur?
2. Biznes korxonalarining vertikal tashkiliy strukturasi o'zgarishi qanday amalga oshiriladi?
2. Tadbirkorlik firmalari tashkiliy tuzilmalarining turlarini ko'rsatib bering.
3. Funktsional tashkiliy strukturaning quyidagi qiyosiy xarakteristikalarini keltiring.
5. Biznes jarayonga asoslangan tashkiliy strukturaning quyidagi qiyosiy xarakteristikalarini keltiring.
6. Nima uchun bir necha boshqarish strukturasi tashkiliy turlarini muvofiqlashtirib ishlatishni talab etiladi?
3. Biznes korxonalarining tashkiliy strukturasi qanday o'zgartish(takomillashtirish) mumkin?"
8. Xalqaro miqyosda muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatayotgan biznes korxonalarini qaysi boshqarish strukturasi qo'llamoqda?
9. Respublikamizdagi kichik biznes korxonalarini boshqarish tizimida qaysi strukturani qo'llash mumkin?
10. Biror bir korxonada uni boshqarish strukturasi

tushuntirib bering.

Asosiy adabiyotlar

1. Qosimova M.S., Shodibekova D.A..va boshqalar/ Kichik biznesni boshqarish- O'quv qo'llanma / T. 2005. 160 b.
2. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Джеффри Лайкер; Пер. с англ. — 3-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 400 с.
3. Райченко А.В. Административный менеджмент: учебник. -М.: ИНФРА-М, 2007.-416с.
4. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 735 с.

IX BOB. KICHIK BIZNESNI BOSYQARISH

9.1. Kichik biznesni boshqarish tamoillari

Kichik biznes faoliyati xo'jalik yuritishning shaxsiy manfaatdorlik va tashabbuskorlik tamoillariga , etishtirgan maxsuloti mol -mulki moliyaviy va moddiy resurslarni mustaqil tasarruf etishga asoslanadi. Kichik biznesni samaradorligi ko'p jihatdan boshqarish tizimini mukammalligi bilan uzviy bog'liqdir.

Kichik biznes korxonasini boshqarish san'ati menejment deb ataladi va korxonani samarali boshqarish tizimini anglatadi.

Kichik biznes korxonasi mulk va sarmoya egalari tomonidan yoki maxsus tanlab olingan va kerakli bilim va ko'nikmalarga ega bo'lgan mutaxassis menejerlar tarafidan boshqariladi.

Kichik biznes xo'jalik sub'ektlarini boshqarishni amalga oshirish orqali quyidagi vazifalarni amalga oshirish mumkin:

- korxonani ishlab chiqarish, tijorat va moliyaviy faoliyatini rejalashtirish;
- ishlab chiqarishni tashkil etish va texnologik jarayondagi nomutanosibliklarni bartaraf qilish;
- korxonaning qisqa va uzoq muddatli strategik yo'nalishlarini ishlab chiqish;
- moddiy-texnik ta'minotni tashkil etish va boshqarish;
- marketing faoliyatni tashkil etish va boshqarish;
- moliyaviy boshqaruv;
- mehnatni tashkil etish, xodimlarni tanlash, burch va vazifalarini belgilash;
- tavakkalchilik(risk) elementlarini boshqarish;

- axborotlar yiqishva taqlil etish tizimini yaratish;
- korxonada faoliyati samaradorligini oshirish yollarini ishlab chiqish va uni amalga oshirishni boshqarish;
- boshqaruv qarorlarini bajarilishini nazorat qilish.

Bu vazifalarni bajarilishini samarali tashkil etish va kichik biznes

Zamonaviy menejment fan va amaliyot sohasi sifatlaridan ko'ra odamlarni boshqarish san'ati sifatida ko'proq namoyon bo'ladi.

Korxonani boshqarish ma'lum bir tamoyillarga asoslanib amalga oshiriladi:

1. Mehnat taqsimot tamoyili mehnatni tashkil etish va boshqarishda vazifalar va majburiyatlarni xodimlar o'rtasida oqilona taqsimlash jarayonini anglatadi.

2. Vakolatlilik va majburiyat. Vakolat boshqaruv qarorlarini qabul qilishga imkon bersa, majburiyat uning natijalari uchun javobgarlik tamoyilini belgilab beradi.

3. Intizom korxonada xodimlari va ishchilarining belgilangan mehnat tartibi va qoidalariga s o'zsiz rioya etishini va qurmat bilan yondoshishini talab etadi.

4. Boshqaruvda yakkaboshchilik va kollegiallik Yakkaboshlilik tamoyili korxonada xodimlarining yagona rahbar buyruqlariga qat'iy b o'ysunushini talab qiladi. Bu tamoyilni amalga oshirishning asosiy sharti qar bir ijrochining huquklari, burchi va majburiyatlarini qat'iy belgilab qo'yishdir.

Yakka boshchilikni kollegiallik, ya'ni qabul qilinadigan qarorlarda mutaxassislar va xodimlarning keng ishtiroki bilan qo'shib olib borish mumkin. Demokratiya va oshkoralik har bir xodimning tashabbuskorligiga, o'z qobiliyatlarini namoyon qilishiga va boshqaruv qarorlarini qabul qilishda faol qatnashishiga imkoniyat

yaratadi.

5. Maqsadning yagonaligi tamoyili korxonadagi barcha boshqaruv xodimlari, mutaxassislar va ishchilarning yagona maqsad va vazifalar yo'lida birlashishi zaruriyatini yuzaga keltiradi.
6. Shaxsiy manfaatlar va korxonaning manfaatlarini q o'shib olib borish. Korxonaning qar bir xodimi o'z shaxsiy manfaati y o'lida qattiq mehnat qilish bilan birga, oz manfaatlarini korxonaning manfaatlaridan ustun qo'ymasligi lozim. Shu bilan birga menejerlarning korxonaning manfaatlarini ko'zlab qabul qilgan qarorlari xodimlar va ishchilarning manfaatlariga ziyon etkazmasligi lozim.
7. Rag'batlantirish tamoyili asosida korxonaning xodimlarining mehnati natijalarini munosib taqdirlash orqali mehnat unumdorligi va ishlab chiqarish samaradorligini yuksaltirish yotadi.
8. Rejalili bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chikarishni rejali boshqarish iqtisodiy samaradorlikni ta'minlashning muhim shartidir. Bu tamoyil ishlab chiqarish rivojlanishining qisqa va uzoq muddatlarga mo'ljallangan y o'nalishlari, sur'atlari va nisbatlarini belgilashni ifodalaydi.
9. Shaxsiy tashabbuskorlik Bozor iqtisodiyoti tadbirkor, shaxsiy manfaati yulida tashabbuskorlik bilan xarakat qiluvchi, omilkor shaxslarni rag'batlantiradi.
10. Javobgarlik va tavakkalchilik boshqaruvchi o'z faoliyati natijalari uchun ma'lum bir javobgarlikka ega bo'lishi, bunda ma'lum tavakkalchilik (risk) elementlarini xam qisobga olishi lozim.
11. Boshqaruv etikasiga rioya etish. Bu tamoyil boshqaruv xodimlaridan bilimli, madaniyatli va xushmuomala bulishni, xodimlarga ishonish va ularni eshita bilishni talab etadi.
12. Boshqaruv shakli va usullarini takomillashtirib borish. Kuchli

raqobat sharoitida korxonaning sinmasligi uchun menejerlar doimo o'z ustilarida tinmay ishlab, boshqaruv usullarini takomillashtirib borishlari va bozordagi uzgarishlarga moslashishlari lozim.

9.2. Kichik biznesni boshqarishni o'ziga xos xususiyatlari

Korxonaning faoliyatini boshqarish jarayoniga tashqi va ichki omillar ta'sir krsatadi.

Ichki omillarga korxonaning kata -kichikligi , resurslar miqdori va uni taqsimlanishi, texnologik darajasi, mehnatni tashkil etish usullari, baho siyosati va boshqalar kiradi.

Tashqi omillar korxonadan tashqaridagi muhit ta'sirida vujudga keladi. Ular qatoriga bozor kon'yunkturasi va raqobat muhiti, mol etkazib beruvchi va iste'molchilarning xatti-harakatlari, tabiiy-iqlimiy shart-sharoitlar, siyosiy va ijtimoiy omillar, huquqiy-me'yoriy baza va davlat boshqaruvi kabi omillar kiradi.

Boshqaruvga ta'sir etuvchi ichki va tashqi omillar korxonaning ishlab chiqarish, tijorat, moliyaviy va boshqa faoliyati natijalariga jiddiy ta'sir krsatishi sababli, boshqaruv karorlarini qabul qilishda har bir omilni hisobga olish zarur.

Kichik biznesni boshqarishni o'ziga xos xususiyatlari uni (kichik biznesni)bajarayotgan funktsiyalariga, iqtisodiyotdagi orniga, u faoliyat krsatayotgan biznes muxitga va nixoyat davlat tomonidan unga nisbatan olib borilayotgan siyosatga bog'liq. Bular kichik biznesni boshqarishga xos bo'lgan omillar(faktorlar)ni keltirib chiqaradi.

Bu faktorlarni miqdori va sifat faktorlariga ajratish mumkin.

Miqdoriy faktorlarga kichik korxonadagi ishlovchilar soni, sotilayotgan tovarlar hajmi va aktivlarning baxosi(miqdori) kiradi.

Kichik korxonada menejment uchun unda ishlovchi ishchilar soni katta ahamiyatga ega. Mulk egasining o'z biznesini boshqaruv darajasi va (personal)ishchilar bilan bo'ladigan aloqasi bu omilga bog'liq. Hunarmand mulk egasining o'zi bo'ladi, ozi boshqaruvchi , o'zi ishchi, Kichik tadbirkor o'z korxonasini o'zi boshqaradi va ishchi personal bilan yaqindan aloqada boladi. O'rta korxonada egasi menejment uchun mutaxassis menejerlar yollaydi va ular orqali korxonani boshqaradi. Yirik tadbirkor(korxonada egasi)ning korxonani boshqarishga, uning xodimlari , ayniqsa ishchilari bilan aloqasi bolmaydi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni afzalliklari, kamchiliklari, xususiyatlari kichik biznes menejmentidagi sifat omillarini tashkil qilsada, u miqdoriy omillardan kelib chiqadi.

Miqdoriy omillar kriteriyasi haqida olimlar orasida bir fikrga kelinmagan. Bu haqida ikki yonalish mavjud bo'lib, birinchi yonalish tarafdorlarining qarashlari asosida tashqi muxit xarakteristikasi yotadi. Ikkinchi yonalish tarafdorlari kichik korxonani katta korxonaning kichraytirilgan shakli deb emas, balki katta korxonadan oziga xos xususiyatlari bilan ajralib turuvchi tashkilot sifatida qaraydi.

Birinchi yo'nalish o'z ichiga tort xil omillarni oladi. Birinchi gurux omillari iqtisodiyot va ko'yukturani xolatini o'z ichiga oladi. Ikkinchi gurux omillariga bozor infratuzilmalaring xolati, uchinnchi gurux omillariga kichik biznesni rivojlantirishga qaratilgan davlat siyosati, to'rtinchi gurux omillariga jamiyatning tadbirkorlikka bolgan munosabati kiradi

Ikkinchi yo'nalish kichik biznes va tadbirkorlikning yangilikka intiluvchanligi , tashqi muxitga moslashuvchanligi, kichik biznesni boshqarishni marketing bilan birga olib borishni tavsiya etadi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish bilan boshqaruvning yangicha shakli vujudga kelmoqda. Reja asisida ishlashning, foydaga, iste'molchilar talabini qondirish muhim bo'lib bormoqda.

Kichik biznesni bozor sharoitida muvaffaqiyatli faoliyatini ta'minlash maqsadida boshqaruv tizimi - menejmentni marketing bilan bog'lashi muhim. Korxonani boshqaruvni korxonani rejasi bilan bog'liq bo'lib, korxonaning ishlab chiqarish muvaffaqiyati va kutilayotgan foyda darajasiga erishishiga xizmat qiladi. Aynan shunday bog'liqlik boshqaruvni tashkil qilishni nafaqat o'z iste'molchisi va bozoriga, balki barcha bozorlar va iste'molchilarga hamda qabul qilingan va amalga oshirilayotgan tadbirlarning maqsadga muvofiqligiga yo'naltirilgan mukammal tizim shaklida ifodalashga imkon beradi. Masalan, kichik korxonada boshqaruvni tashkil etishning hamda biznes samaradorligi nuqtai nazaridan kimlar va nima sababdan korxonani mahsulotini sotib olmayotganligi befarq qoldirmasligi kerak. Kichik korxonani xaridorlari (yoki korxonani xaridori bo'lmaganlar) boshqalardan nima sotib oladi. Ular uchun ushbu xaridlar qanday qiymatga ega. Biznesni jonlantirish va iste'molchilik talabining o'sishi uchun qanday tashkiliy va boshqaruv qarorlarini qabul qilish zarur. Kichik korxonada boshqaruvni tashkil qilish yagona maqsad emasligi sababli shu va shu kabi boshqa savollarning javobi har bir kichik korxonasi rahbariyatining boshqaruv hatti-harakatlari asosida yotishi lozim.

Yangi tashkil etilayotgan korxonani uchun yuqorida aytib o'tilgan vazifalardan tashqari biznes miqyosiga mos keluvchi tashkiliy

tuzilmani shakllantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Uni tavsiflab berishda odatda quyidagi masalalar yoritiladi:

- asosiy boshqaruv lavozimlari va boshqaruv xodimlarining umumiy soni;
- boshqaruv tizimining ierarxiya bosqichlari soni;
- u yoki bu lavozimlarga mutaxassislar rezyumesini to'plash va boshqaruv komandasini shakllantirish;
- boshqaruv komandasi a'zolari o'rtasida rollarni taqsimlash va har bir komanda a'zosining funktsiyalarini belgilab olish;
- boshqaruv komandasining har bir a'zosi uchun oylik ish haqi miqdorini belgilash;
- boshqaruv komandasi a'zolarini yollash shartlari.

Kichik korxonaning optimal tashkiliy tuzilmasini shakllantirish bir vaqtning o'zida amalga oshiriladigan narsa emas. Uning echimi ko'p hollarda nafaqat ko'p vaqt, balki katta tashkilotchilik ishlarini, qobiliyatini ham talab qiladi. Ayniqsa boshqaruv komandasini tuzish og'ir va murakkab ish hisoblanadi. Bunda quyidagi tamoyillarga rioya qilish zarur:

- komanda a'zolarining psixologik jihatdan bir-biriga mos kelishini ta'minlash;
- komandaning yagona organizm kabi faoliyat ko'rsatishini ta'minlash;
- har bir komanda a'zosi jamoa oldiga qo'yilgan maqsadni to'liq tushuna olishi lozim;
- komanda a'zosi o'z malakasini muntazam oshirib borishi kerak;

- qonuniy asosda korxonani nufuzini oshirish va foydasini o'zlashtirish uchun barcha zarur ishlarni amalga oshirish.

Tashkiliy tuzilmaning asosiy tavsifi (xarakteristikasi) quyidagilardan kelib chiqadi:

- boshqarish funksiyalari bo'yicha boshqaruv xodimlari soni;
- chiziqli boshqaruv xodimlari soni;
- korxonani boshqaruv tizimining bo'ysunish pog'onalari soni;
- har bir boshqaruv darajasida tuzilmaviy bo'g'inlarning miqdori;
- boshqaruvning markazlashmaganlik darajasi;

Yuqoridagi tavsiflarga ta'sir ko'rsatuvchi asosiy omil korxonani boshqarish bo'yicha ishlar hajmi hisoblanadi. Bu esa o'z navbatida boshqarish funksiyalarining mazmuni va tarkibiga boshqaruv vazifalarining mehnat talabligi va davriyligiga bog'liq bo'ladi.

Qisqa xulosalar

Kichik biznesni boshqarishni o'ziga xos xususiyatlari uni(kichik biznesni) bajarayotgan funksiyalariga, iqtisodiyotdagi orniga, u faoliyat korsatayotgan biznes muxitga va nixoyat davlat tomonidan unga nisbatan olib borilayotgan siyosatga bog'liq. Bular kichik biznesni boshqarishga xos bolgan omillar(faktorlar)ni keltirib chiqaradi.

Kichik biznes korxonasini boshqaruvining tashkiliy tuzilmasi turlicha boshqaruv funksiyalarini bajaruvchi, o'zaro bog'liq bo'lgan va bir-biriga bo'ysinuvchi bo'lim va bo'g'inlar tarkibini ifodalaydi. Xodimlarni boshqarish korxonani ayni paytda ehtiyoj sezayotgan yoki kelajakda ehtiyoj paydo bo'lishi mumkin bo'lgan xodimlar, korxonani uchun zarur bo'lgan mutaxassislar sonini, ishga qabul qilish va mehnatga haq to'lash shartlari hamda kadrlar tayyorlash siyosatini aniqlashni nazarda tutadi.

Muhokama va nazorat savollari

1. Kichik biznesni boshqarishni mohiyati nimada?
2. Kichik biznesni boshqarishni tamoillarini tushuntirib bering.
3. Kichik biznesni boshqarishni raqobot kurashida engib chi? ishdagi orni nimadan iborat?
4. Kichik biznesni boshqarishni o'ziga xos xususiyatlari nima?
5. Kichik biznesni boshqarishni o'ziga xos xususiyatlari nimalarga bo'linadi?
6. Kichik biznesni boshqarishga xos bo'lgan omillar(faktorlar)qanday?
7. Kichik biznesni boshqarishga xos miqdori omillar(faktorlar) xorijiy davlatlarda qanday kriteriyada belgilanadi?
8. Kichik biznesni boshqarishga xos bo'lgan sifat omillar(faktorlar)ni xususiyatlarini tushuntiring.
9. Kichik biznesni boshqarishga xos bo'lgan miqdoriy omillar(faktorlar)ni xususiyatlarini tushuntiring.
10. Xodimlarni boshqarish tuzilmasi qanday faoliyat yo'nalishlarini qamrab oladi?

Asosiy adabiyotlar ro'yxati

1. Менежмент малого бизнеса:Учебник/Под. Ред. Проф. Проф М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский учебник, 2004.-269с
2. Травин В.В., Магура М.И., Курбатова М.Б. Индивидуальные ресурсы управления: Модуль V: Учеб.-практич. пособие. – 2-е изд. – М.: Дело, 2006. – 80 с.
3. Хейфец Б.А., Либман А.М. Корпоративная интеграция: Альтернатива для постсоветского пространства. – М.: Изд.

ЛКИ, 2008. – 160 с.

4. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 735 с.

X-BOB: KICHIK BIZNESDA KADRLAR SIYOSATI VA PERSONALNI BOSHQARISH

10.1. Kadrlar siyosati va personalni boshqarish

Kichik biznes korxonalarini xodimlarni boshqarish bu mehnat vazifalarini bajarishda xodimlarning aqliy va jismoniy qobiliyatlaridan eng unumli foydalanish maqsadida ularning manfaatlari, xulq-atvori va faoliyatiga ta'sir ko'rsatish tamoyillari, usullari, shakllari va vositalari yig'indisidir.

Xodimlarni boshqarish sohasida asosiy vazifa har bir xodimning o'z imkoniyatlarini amalga oshirishi uchun sharoit yaratish va har bir muayyan holatda insonga uning oldida turgan vazifalarni hal qilish maqsadida zarur ta'sir ko'rsatish vositalarini topish.

Xodimlarni boshqarish tuzilmasi quyidagi faoliyat yo'nalishlarini qamrab oladi:

- resurslarni rejalashtirish: inson resurslariga bo'lgan ehtiyoj va buning uchun zarur xarajatlarni qondirish rejasini ishlab chiqish;
- xodimlarni ishga olish: barcha lavozimlar bo'yicha potentsial nomzodlar zahirasi yaratish;
- tanlov: nomzodlarning ish joyiga mosligini baholash, ulardan eng yaxshilarini zahiradan tanlab olish;
- oylik ish haqi va tovon pullarini belgilash: xodimlarni jalb qilish, ishga yollash va ushlab qolish maqsadida oylik ish haqi va imtiyozlar tuzilmasini ishlab chiqish;
- kasbga yo'naltirish va moslashuv: yollangan xodimlarni tashkilot va bo'linmalarga kiritish, xodimlarga tashkilot ulardan nimani kutayotganligi va qanday mehnat munosib baholanishini

tushuntirish;

- o'qitish: xodimlar mehnati samaradorligini oshirish maqsadida ularni o'qitish dasturlarini ishlab chiqish;
- mehnat faoliyatini baholash: mehnat faoliyatini baholash uslubiyatini ishlab chiqish va uni xodimlarga etkazish;
- lavozimini oshirish, pasaytirish, boshqa ishga o'tkazish, ishdan bo'shatish: xodimlarni javobgarlik darajasi ko'proq yoki kamroq bo'lgan boshqa ishga o'tkazish usullarini ishlab chiqish, boshqa lavozim yoki ish joyiga o'tkazish yo'li bilan xodimlar tajribasini oshirish, shuningdek, ishga yollash shartnomasini bekor qilish;
- rahbar kadrlarni tayyorlash, xizmat pillapoyasi bo'ylab harakatlanishni boshqarish: rahbar kadrlar qobiliyatlarini rivojlantirish va samaradorligini oshirishga qaratilgan dasturlarni ishlab chiqish;
- mehnat munosabatlari: jamoa shartnomalarini imzolash bo'yicha muzokaralar olib borish;
- bandlik: bandlik bo'yicha bir xil imkoniyatlarni ta'minlash dasturini ishlab chiqish (bandlik kafolatlari va kadrlar qo'nimsizligini pasaytirish iqtisodiy samarani oshiradi va xodimlarni mehnat samaradorligini oshirishga undaydi).

Xodimlar sonini aniqlash ish o'rinlari soni, xizmat ko'rsatish normalari va mehnat sig'imi kabi turli usullar yordamida aniqlanadi.

Mehnat sig'imi bo'yicha hisob-kitob usuli asosan normalashtiriluvchi ishlarda qo'llanadi. Bu usul yordamida korxonadagi xodimlar soni tuzilma bo'linmalari bo'yicha, kasbi va malakasi bo'yicha aniqlanadi.

Bu kattalik belgilangan ish hajmining (norma-soatda) bitta

ishlovchining soatlarda ifodalanuvchi foydali (samarali) vaqt fondiga va normani bajarish foiziga nisbati orqali aniqlanadi. Asosiy ishlab chiqarish ishchilarining sonini shuningdek, natural qiymatda aks ettiriluvchi rejadagi mahsulot hajmini ushbu mahsulotni tayyorlashning bir ishchiga mos keluvchi rejadagi normasiga bo'lish yo'li bilan ham aniqlash mumkin.

Belgilangan texnologiyalarda zarur bo'lgan xodimlar soni mahsulot chiqarish dasturi, ishchi vaqti sarfi normasi va belgilangan ish vaqti davomiyligi yordamida aniqlanadi:

$$N_{XS} = \sum_{k=1}^n Q_k H_{tk} / F_p$$

bu erda:

N_{XS} - mazkur guruhdagi xodimlar soni normasi;

Q_k - har bir mahsulot turi bo'yicha rejadagi yillik hajm;

H_{tk} - mazkur guruhdagi xodimlarning bitta mahsulot birligiga to'g'ri keluvchi ish vaqti sarfi normasi;

F_p - mazkur guruhdagi bitta xodimning yillik vaqt fondi.

Sexlardagi ishchilar soni vaqt normasi (bitta tayyor mahsulotga) bo'yicha yoki ishlab chiqarish normasi bo'yicha (belgilangan vaqt va ishlab chiqarish dasturi bo'yicha bir ishchining ish vaqti fondini hisobga olgan holda) aniqlanishi mumkin.

Ishchilar soni vaqt normasi bo'yicha quyidagicha aniqlanadi:

$$I_s = \sum_{k=1}^n Q_{1k} t_{1k} / T$$

bu erda:

I_s - bevosita ishlab chiqarishda band bo'lgan ishchilar soni, kishi;

Q_{1k} - bir kunda tayyorlanuvchi k-turdagi mahsulot hajmi (na-

tural ko'rsatkichda);

T_{1k} - k-turdagi bitta mahsulot birligini tayyorlash uchun vaqt normasi (bitta ishchiga to'g'ri keladigan);

T - ish kuni uzunligi.

Ishchilar soni ishlab chiqarish normasi bo'yicha quyidagi formulaga asosan aniqlanadi:

$$I_s = \sum_{k=1}^n Q_{1k} / H_{ich}$$

bu erda:

N_{ich} - bitta xodimning bir kunda ishlab chiqarish normasi.

Vaqtbay ishlovchi ishchilar soni mazkur tarmoq yoki korxonaga uchun belgilangan xizmat ko'rsatish normalari yoki ish joylari soni asosida aniqlanadi.

Muhandis-texnik xodimlar va xizmatchilarga ehtiyojni hisoblash korxonaga faoliyati maqsadlari, uni boshqarish tuzilmasi va sxemasi, xodimlar va ularning guruhlariga bo'yicha lavozim yo'riqnomalari, korxonaning o'zida ishlab chiqilgan tarmoq bo'yicha norma va normativlardan kelib chiqqan holda aniqlanadi.

10.2. Ishchilarni ish joylariga joylashtirish

Bozor iqtisodiyotida qobiliyatli xodimlarni ishga olish birinchidan kichik biznes korxonasi uchun samarali ishlashini ta'minlaydi, ikkinchidan esa raqobat tavakkalchiligini kuchaytiradi. Amaliyot shuni ko'rsatadiki, yangi, tez rivojlanayotgan korxonalar faoliyatning birinchi yilida o'z xodimlarining yarmini yo'qotadi. Uchinchi yilning oxiriga kelib qo'nimsizlik 25% ga kamayadi, beshinchi yilga borib bu ko'rsatkich 10% ni tashkil etadi. Birinchi yilda qo'nimsizlik yuqori bo'lishining sababi-xodimlar korxonaning

kelgusidagi istiqbollarini(imkoniyatlarini) to'la tushunmasligi, shu jumladan o'zining kelajak istiqbolini to'la tasavvur eta olmasligidir. Tasodifiy ishchilarni ishga olish kichik biznesda juda ham xavfli bo'lib, bu korxonaga uchun zarar keltirishi mumkin. Ishchilarni to'g'ri tanlash uchun ikki xil ichki va tashqi chegara mavjud. Ichki chegara - bu korxonaga tomonidan qabul qilingan va tadbiri qilingan me'yordir. Tashqi chegara - bu o'z ichiga qonunlashgan me'yorlarni, xujjatlarni oladi, masalan, mehnat va mehnatning sanitariya normalari. Kadrlar bo'limi vazifasi ishchilarni ishga yollash va mehnat rezervlarini saqlash bo'lib, u quyidagilarni o'z ichiga oladi: mutaxassislarni mas'uliyatli mansabga tanlash; ishchilarni mansabga yollash; ishchilarni ishdan bo'shatish.

U bir necha bosqichda amalga oshiriladi.

Birinchi bosqichda:

mansabga nomzod bo'lgan shaxslar haqida ma'lumot to'plash;

mutaxassislarni o'z ishini bajara olishini tekshirish;

mansabga har xil nomzodlarni qo'yib, solishtirish tahlilini o'tkazish va tanlash;

mansabga tayyorlash;

tekshirish uchun sinov o'tkazish muddatini aniqlash.

Ikkinchi bosqich - ishchilarni yollash - huquqiy ishga olish. Kichik korxonaga bilan ishlovchilari o'rtasidagi munosabatni Mehnat qonunlari boshqaradi.

Bunday huquqiy xujjatlarga

- mehnat va jamoa shartnomalari;
- ish vaqtini va dam olish vaqtini reqlamentlash (ishlab chiqish);
- kafolat va mehnat axloqi; mehnatni muxofaza qilish;

- kasaba uyushmalari; mehnat nizomlari; ish haqi haqidagi ko'rsatmalarni o'z ichiga oluvchi mehnat qonunlari to'g'risidagi kodeks kiradi.

Mehnat shartnomasi - bu kichik korxonalar bilan ishga olinadigan inson o'rtasidagi rozilik bo'lib, bunda ishga olingan odam korxonaning mehnat tartiblariga rioya qilgan holda o'z vazifalarini bajarishi kerak. Korxonalar esa unga mehnat qonuniga binoan ish haqi to'laydi va mehnat sharoitini ta'minlab beradi. Og'zaki va yozma holda mehnat shartnomasi tuziladi. Bitim va konkurs asosida ishga olinishga qarab mehnat shartnomalari ham turli xil bo'ladi.

Ish kuchini taqsimlashning uchinchi bosqichi - bu ishdan bo'shatishdir. Bu mehnat qonunlari va korxonaning ichki shartlarini hisobga olgan holda amalga oshiriladi. Ishchini bo'shatish uning xoxishiga yoki ma'muriy boshqaruv ko'rsatmasiga binoan amalga oshiriladi. Agar mehnat shartnomasida ishchi bilan korxonalar o'rtasida kelishilgan muddat tugagan bo'lsa, unda ishchi qonun asosida ishdan bo'shatiladi. Ma'muriy boshqaruv apparati ishchi ariza bermagunicha, uni ishdan bo'shatishga xaqli emas. Mehnat shartnomasi bajarilmasa, ya'ni ishchining o'z ishiga noloqligi aniqlansa; tez-tez ishga kelmasa; ish joyida o'g'irlik qilsa, korxonalar yopilsa va xokazolarda ma'muriy boshqaruv organi ishchini bo'shatishga xaqlidir. Ishchilar potensialini saqlab qolish, mutaxassislar qo'nimsizligini kamaytirish, ishchi kuchi yetishmovchiligining oldini olish va tahlil qilish to'rtinchi bosqichida ko'rib chiqiladi. Barcha yirik chet el firmalarida ishga qabul qilish ko'p bosqichli, uzoq davom etuvchi jarayondir. Masalan, AQSHning "Makkey Enviloup" firmasida ishga qabul qilish o'n bosqichda amalga oshiriladi.

10.3. Vazifalarning mansabga ko'ra taqsimlanishi

Kichik biznes ishchilar va xizmatchilarning ish faoliyatiga tegishli bo'lgan vazifalarni qanday taqsimlashni to'g'ri tashkil qilishi zarur. Umumiy faoliyat yurituvchi bo'limlar vazifalari bo'yicha guruhdarga bo'linadi. Bozor qonunlari amal qilayotgan iqtisodiyotda **sotish bo'limi xodimlari faoliyatini ratsional tashkil qilish** katta ahamiyat kasb etadi. Ko'pgina korxonalarda sotish bo'limi marketing xizmatining asosini tashkil qiladi. Shuning uchun uning qanday tashkil qilinishi marketing bo'limi strukturasi tanlashda asosiy mezon bo'lib hisoblanadi.

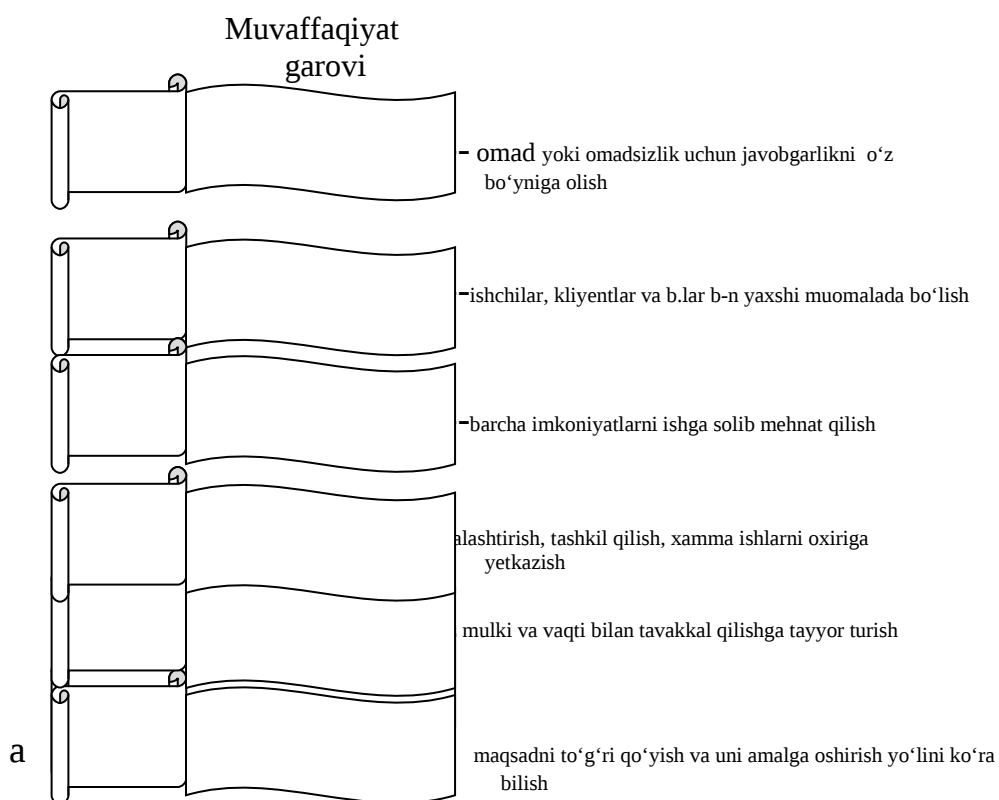
Xodimlarning yirik mijozlarga xizmat qilish, telemarketing, elektron kommersiyaning yo'lga qo'yishni qay tarzda, olib borish samarali bo'lishini aniqlab olish lozim.

Agarda realizatsiya kanali kompaniya savdo personaliga nisbatan alohida bo'lsa, bu kanal uchun alohida struktura tuzish maqsadga muvofiqdir. Bunday hol yirik kliyentlarga xizmat qilinganida, telemarketing xizmatlari olib borilganida, alohida buyurtmalarni bajarganlarida vujudga keladi. Agarda buyurtmalar hajmi ko'p bo'lmasa, buni telemarketing xizmati bajarishi mumkin. Ko'p hollarda zakazlarni savdo agentlari ham, boshqa realizatsiya kanallari ham bajaradi. Bunday hollarda barcha strukturalarni - savdo personalini va agentlarning faoliyatini muvofiqlashtirish katta ahamiyatga egadir. Yirik buyurtmachilarga xizmat qilish dasturiga asosan alohida boshqaruvchi tayinlash, ularga xizmat qilishni muvofiqlashtirish lozim.

Yirik buyurtmachilarga xizmat qilish quyidagi yo'llar bilan amalga oshirilishi mumkin: yirik buyurtmachilarga xizmat qilishni boshqarmaga, ya'ni sotish bo'yicha vitse-prezidentga yuklatish

mumkin; yangi bo'lim tuzish mumkin; yirik buyurtmachiga xizmat qiluvchi maxsus shtat ochish mumkin.

Ushbu variantlardan eng optimalini tanlash yirik buyurtmachilar soniga, kontrakt soniga, sotish va xizmat ko'rsatish tadbirlari miqdoriga bog'liqdir. Har bir bo'lim kichik biznes korxonasi boshqa funksional bo'limlari xodimlari bilan hamkorlikda faoliyat olib boradi. Bu hamkorlik yangi tovarlarni rejalashtirish, realizatsiya kanallarini muvofiqlashtirish, bahoni tahlil qilish, strategik marketing rejalari tuzish bo'yicha olib borilishi mumkin.



10.1-Rasm. Biznesda muvaffaqiyat garovi bo'lgan tadbirkorlik xarakteristikasi

Manba: Джон Берджес.Дон Штайнхофф, Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997.51 бет

Kichik biznesda maqsadni to'g'ri qo'yish va uni qanday amalga oshirish yo'lini ko'ra bilish asosiy narsa hisoblanadi. Ish boshlashdan ilgari quyidagilarga tayyor bo'lishi kerak:

aniq va qisqa reja tuzish; mehnat jarayonining tashkil etilish samaradorligini ta'minlashning usul va yo'llari; azorat tekshiruv me'yorlarini ishlatish. Vazifalarni taqsimlashning mohiyati shundaki, rahbar o'z qo'l ostidagilarga ba'zi bir masalalarni yechishda to'la harakat erkinligini berib qo'yadi, ya'ni, o'zining huquq-majburiyatining bir qismini ularga topshiradi, ammo to'la javobgarlikni rahbarning o'zi olib boradi. Vazifaning ma'lum qismini olgan ishlovchi mustaqil bir bo'lim bo'yicha mas'uliyatni o'ziga oladi va rahbar oldida uning uchun javob beradi, bu esa, o'z-o'zidan, xodimlarni mehnatga ijodiy yondashishga safarbar qiluvchi omildir.

10.4. Kadrlar qo'nimsizligi va uni kamaytirish .

Kadrlar qo'nimsizligi bu - ma'lum vaqt oralig'ida o'z xoxishlari va ma'muriyat qarori bilan ishdan bo'shagan ishchi-xizmatchilar sonining tekshirilayotgan vaqt oralig'ida (bir oy, bir kvartal, bir yil) korxonadagi ishlovchilarning o'rtacha umumiy sonidagi salmog'idir. Bu ba'zi bir salbiy oqibatlarga olib keladi - jumladan, yangi ishlovchini qabul qilish va o'qitish bilan bog'liq qo'shimcha harajatlar qilish zaruratini keltirib chiqaradi.

Kadrlar qo'nimsizligi muammosi insonning o'z mehnatiga ko'nikishi bilan bog'liq bo'lib, u ikkita masala yechilishini talab qiladi,

birinchisi insonning aniq bir korxonadagi mehnat sharoitiga moslashishi, ikkinchisi mehnat sharoitining inson talabiga moslashishi. Kadrlarni saqlab qolish uchun ishlovchi ishdan qonikish olishi va ushbu korxonada ishlashni xoxlashi lozim. Inson, odatda o'z ishidan qachonki, qilayotgan ishi o'zining xizmat vazifasi (egallagan lavozimi), oladigan maoshi uni qanoatlantirsa va jamoada o'zini qulay sezsa mamnun bo'ladi. Kadrlar ko'nim-sizligini kamaytirish ishchilar ish joylarini kengaytirish; mehnatni sifat jihatdan boyitish; vaqtini moslashuvchan shaklda tashkil etish; mehnat gigiyenasini yaxshilash; yuqori sifatli va unumli mehnat uchun mehnatga haq to'lashning ilg'or usullarini ko'llash va boshqa rag'batlantirish tadbirlarini amalga oshirish; ishlovchilar o'rtasidagi mehnat mojarolarini oqilona hal etish orqali amalga oshirilishi mumkin. Kadrlar qo'nimsizligini kamaytirishda xorijiy davlatlar, ayniqsa Yaponiya tajribasidan foydalanish maqsadga muvofiqdir. Ishchi tez-tez ish joyini o'zgartirishi qattiq qoralanadi, shu sababli ishchilar bir ish joyida uzoq yillar davomida ishlab o'z kompaniyasiga juda sodiq bo'lishadi. Natijada ishchilarning tajribasi va malakasi juda yuqori bo'ladi, bu esa o'z navbatida mehnat unumdorligining o'sishiga, yuqori sifatli maxsulot ishlab chiqarilishiga olib keladi. Bozor iqtisodiyoti tizimida mehnat uchun taqdirlanish mehnatga bo'lgan qiziqishni anglatadi va unga bo'lgan talab va taklif bilan aniqlanadi.

Kichik biznes korxonasi o'zining xodimlari uchun maoshdan tashqari qo'shimcha imtiyozlar ham berishi lozim. Bular: mukofot ko'rinishidagi aksiya, kimmatbaho qog'ozlar, oylik mukofotlar; qo'shimcha imtiyozlar, ya'ni pulsiz (qisman pullik) xizmat ko'rsatish majmualari tashkil qilish: ijtimoiy ta'minlash xizmatlari, mehnatga

yaroksizlik mehnatning salomatlikga zararliligiga to'lanadigan qo'shimcha to'lovlar, sug'urtalash, moddiy yordam ko'rsatish; oshxonalarda ovkatlanishga haq to'lash; bolalarni bogchalarda bo'lishiga pul to'lash; transport va sog'lomlashtirish harajatlari uchun qo'shimcha to'lovlar; uy-joy ajratish va boshqalar. Taqdirlashlar, har xil shakllarda haq to'lash korxonaning harajatlarini ko'paytirib yuboradi. Ammo, ishlovchilarning samarali mehnati xisobiga keladigan samara bunday harajatlarni bir necha barobar qoplashi mumkin.

Qisqacha xulosa

Bozor iqtisodiyotida qobiliyatli xodimlarni ishga olish birinchidan kichik biznes korxonasi samarali ishlashini ta'minlaydi, ikkinchidan esa raqobot tavakkalchiligini kuchaytiradi. Kadrlar qo'nimsizligi muammosi insonning o'z mehnatiga ko'nikishi bilan bog'liq bo'lib, u ikkita masala yechilishini talab qiladi, birinchisi insonning aniq bir korxonadagi mehnat sharoitiga moslashishi, ikkinchisi mehnat sharoitining inson talabiga moslashishi.

Nazorat va muloxaza uchun savollar:

1. Ishchilarni ish joylariga joylashtirishning kichik biznes tadbirkorligidagi ahamiyatini tushuntiring .
2. Ishchilarni ishga yollash va mehnat rezervlarini saqlash qanday yul bilan olib boriladi ?
3. Vazifalarning mansabga ko'ra taksimlanishi ahamiyatini tushuntiring.
4. Kadrlar qo'nimsizligi bilan bog'liq harajatlarni kamaytirish uchun amaliyotda qanday usullar qo'llaniladi ?

5. Kadrlar qo'nimsizligi muammosini qanday hal qilish mumkin?
6. Mehnat marketingining kichik biznes tadbirkorligidagi ahamiyatini tushuntiring .
7. Biznesda muvaffaqiyat garovi bo'lgan tadbirkorlik xarakteristikasi qanday?
8. Mahalliy biznes inkubatorlar kadrlar qo'nimsizligi muammosini qanday hal qilishi mumkin?
9. Nima uchun kichik biznesda kadrlar qo'nimsizligi yuqori?
10. Kichik biznesda qanday huquqbuzarliklar ko'p uchraydi?

Asosiy adabiyotlar

1. Трубочкина М.И. Управление затратами предприятия: Учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 218 с.
2. Управление взаимоотношениями с клиентами: Пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. - 192 с.
3. Управление персоналом организации. Практикум: Учеб. пособие / Под ред. д.э.н., проф. А.Я. Кибанова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 365 с.
4. Управление персоналом организации: Учебник. / Под ред. А.Я. Кибанова. - 3-е изд. доп. и перераб. - М.: ИНФ

X1-BOB: KICHIK BIZNESNI BOSHQARISH PSIXOLOGIYASI

11.1. Biznesning ahloq me'yorlari, tadbirkorlik etikasi

Bozor iqtisodiyoti sharoiti raxbarlardan tadbirkorlik va ishbilarmonlikni boshqaruv uslublarini takomil-lashtirishni talab etadi. Boshqarish uslublari asosan ongli ravishda muayan maqsadlarga erishish uchun xizmat qiladi. Bu faoliyat davomida ma'naviylik me'yorlariga, ya'ni tadbirkorlik etikasiga amal qilish maqsadga muvofiqdir.

Biznes etikasining asosiy qoidalariga quyidagilar kiradi: qonunni hurmat qilish, to'g'rilik o'z so'ziga va tuzilgan shartnomaga javob berish, ishonchlilik ishonch va ijtimoiy javobgarlik hech qachon va hech qanday sharoitda o'z xizmatchilarini, buyurtmachilarni, xissadorlarni, rahbarlarni, mol yetkazib beruvchilarni, nazorat qiluvchi idoralarni aldamaslik majburiyatlari va boshqalar.

Taraqqiy topgan davlatlarda, ayniqsa Yaponiya va AQSHda firmalarning "etika kodeksi" va biznesmenlarning alohida kasb ustalari guruhlarining "ishbilarmonlar kodeksi" keng qo'llanadi. Ularni sex etikasi kodeksi deb ham atash mumkin. Ushbu kodekslarga binoan u yoki bu tarmoq firmalari bir xil etika o'lchovlarini qo'llaydilar. Bunday kodekslar raqobatchilarning etikaga xilof hulqlarini aniqlashni osonlashtiradi. Ishbilarmon biznes kodeksining asosiy qismlaridan biri ishbilarmon va iste'molchi o'rtasidagi munosabatlar hisoblanadi.

Eng birinchi “Biznesmen kodeksi” amerikaliklar tomonidan 1913 yilda ishlab chiqilgan bo’lib, unda yettita ish yuritish qoidasi qabul qilingan. Bu qoidalar bitta asosga jamlangan bo’lib, bu biznes sohasidagi usul va siyosatni baholashda ularning haqiqat va adolatlilik tushunchalariga mos kelishi bilan belgilanganidir.

Vaqt o’tishi bilan kodeks bir necha bor takomillasdi. Natijada, bu borada turli firmalar va kompaniyalar tomonidan to’plangan, ularning tajribasiga asoslangan.

11.2. Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlarini shakllantirish

Tadbirkor raxbarning tashkilotchilik qobiliyati ishlab chiqarish tizimini yaxshilash tadbirlariga qaratilmog’i, ya’ni jamoada axloqiy-ruxiy muxtni qaror topshirish, yangi texnologiyani joriy etish, kuchlarni tezkor ishlarni boshqarishga qaratish, boshkaruvdagi odamlarni imkon qadar kamaytirish, yangi xodimlar malakasini oshirib borish, odamlardagi “boqimandalik” ruxiyatiga barxam berish, ishda xar xil mojarolar kelib chiqishiga yo’l qo’ymaslik, mexnat intizomiga katta rioya qilishdir.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkor raxbar faoliyatining mazmuni- uning boshqarish san’atini nechog’lik egallagani, ya’ni odamlarni jamoaga uyushtirish, ishlarni rejalashtirish, nazorat qilish, axborotlar ayriboshlash, boshqarishni o’quv bilan tashkil etish kabi mezonlar bilan xam izohlanadi. Bunda tadbirkor rahbar ongliligi, tadbirkorliligi, odamlarning moddiy va ma’naviy extiyojlarining qondirib borilishi, uning guruh, jamoa jamiyat oldida

ma'suliyat, burch tuyg'usini chuqur xis qilishi muhim ahamiyatga ega. Boshqarish san'ati tadbirkor raxbarlardan talab kilinadigan xislatlardan eng asosiysi bo'lib, uning o'z qo'l ostidagi xizmatchilar bilan juda yaxshi munosabat o'rnatish, korxonada ishlab chiqarishning eng samarali natijalarini beradigan muhitni yaratishidadir.

Yaponiyaning boshqarish uslubi ana shu tamoil asosiga qurilgan. Yaponlarninig boshlang'ich ijtimoiy sharoiti shundayki, ular ishchini ijtimoiy ximoya qilish bilan birga ma'naviy tarbiyalab borishadi, inson psixologiyasidan to'g'ri foydalanishadi, ishchini ishga tayyorlash jarayonida xalqqa ma'lum bo'lgan uslublarni qo'llashadi, ya'ni bajariladigan ishning nozik tomonlarini va kat'iylikning o'rgatishadi. Maxsulot ishlab chikarish bilan uning sifatini nazorat qilish jarayoni xech qachon ajratilmaydi yoki bir-biriga qarama-qarshi qo'yilmaydi. Ularning fikricha, nazoratni kuchaytirish yoki nazoratchining xuquqini kuchaytirish bilan yuqori sifatli mahsulot olib bo'lmaydi. Vaxolanki, mahsulot sifatini tayyor bo'lgandan keyin emas, aksincha uni tayyorlash jarayonida, xar bir bajarilgan ishdan so'ng nazorat qilish kerak. Nazoratchining asosiy vazifasi sifatsiz maxsulot ishlab chiqarayotgan ishchini topib, uni jazolash emas, balki uning sababini izlashdan va bartaraf qilishdan iborat bo'lishi kerak. Mana shu uslubni yaponlar tug'ri yo'lga qo'yganligi sababli xar bir ishchi o'z-o'zini nazorat qilishga o'rgangan va doimo o'z ustida izlanishlar olib boradi. Kompaniyalarda sifat guruxlari tashkil qilingan.

Bizda xam xar bir tadbirkor rahbar ish joylarida mana shunday uslubni tashkil qila olishi kerak. Shundagina sifatsiz maxsulot sonini kamaytirib, yuqori sifatli maxsulot olishga erishish mumkin.

Shundagina kichik biznesda ishlab chiqarishni kengaytirmasdan, ishchilar sonini o'zgartirmasdan ko'plab maxsulot olishga erishish mumkin.

11.3 . Sheriklar o'rtasidagi va xizmat yuzasidan munosabatlar

Tadbirkorning sheriklari bilan munosabatlari qanchalik to'g'ri to'zilganligi biznesdagi muvaffaqiyatni belgilaydi. Sherik deb, biror bir birgalikdagi faoliyatning ishtirokchisiga aytiladi. Tadbirkorning sheriklari bilan aloqalarini mustahkamlashda quyidagilar katta ahamiyatga ega: umumiy g'oyaga qiziqqan va ularni amalga oshirishga tayyor bo'lgan sheriklar bilan aloqa o'rnatish; boshliq bilan to'zilgan kelishuv (kontrakt) shartlariga qattiq rioya qilinishi; haq to'lash shartlari; ijtimoiy imtiyozlar (berilgan bo'lsa); korxonada boshqarilishidagi ishtiroki; yil natijalari bo'yicha dividendlar to'lash shartlari; ishdan bo'shagandan o'z ulushini olish va xokazolar ta'minlanadi.

Tadbirkor rahbar tashkilotchiligi - mehnat jamoasini uyushtirish, jipslashtirish, ishlab chiqarish va tarbiyaviy jarayonlarga t'sir ko'rsatish, gurux faoliyatini oliy maqsadlarga qarata olish qobiliyati kabi masalalarni qamrab oladi. Tadbirkor rahbar jamoani moddiy va ma'naviy ne'matlar ishlab chiqarishiga rahnamolik qilar ekan, shuni unutmaslik kerakki, odamlar bir-birlari bilan o'zaro munosabatda, bir-birlariga xar jixatdan muxtoj, shaxsiy extiyoj va maqsadlarga egadirlar. Shu bois xar qanday tadbirkor-raxbar eng avvalo insoniy qadriyatlarga diqqat-e'tiborini qaratmog'i lozim buladi.

G'arb olimlaridan Robert Ryukert (Robert Reukert) va Orbula Yokep (Orvill Walker) hamkorlikning quyidagi prinsiplarini taklif qiladilar:

- Mavjud tashkiliy struktura va jarayonlar resurslarni bir bo'limdan ikkinchi bo'limga o'tishini ta'minlasa, hamkorlik samarali bo'ladi.
- Hamkorlik, turli funksional bo'limlarning faoliyatini muvofiqlashtiruvchi mexanizm bo'lib, konfliktlarni gorizontal bosqichda yechish qoidasi va amaliyotini o'zida mujassamlashtiradi. Lekin, doimiy ravishda konfliktlarni vujudga kelishi va uni yechish faoliyat samarasini pasaytiradi.

Tadbirkorning o'z xizmatchilari bilan munosabatni mustaxkamlashda quyidagilar katta ahamiyatga ega:

- muammoli ishga taalluqli masalalar muxokama qilinadigan suxbat va uchrashuvlarni muntazam o'tkazib turish;
- ishchi va xizmatchilarning firma ishini muhim masalalarini muxokama qilish va yechishga kengroq jalb qilish;
- firma bo'linmalarining boshliqlari bilan muntazam ravishda muloqot lozim.

Mijozlar bilan munosabatlar

Kichik biznesda mijozlar bilan munosabatga muhim ahamiyat berish lozim.

Kichik biznes mijoz sifatida, dallollik idorasi, birja, tayyorlov tashkiloti qayta ishlovchi korxonalar, shuningdek mahsulotlarning doimiy buyurtmasi yoki haridori bo'lgan ayrim shaxslar gavdalanishi mumkin. Mijoz kim bo'lishidan qat'iy nazar: tashkilotmi, korxonami, firmami yoki yakka shaxsmi - avvalo tadbirkor oldida o'z

muammolari bilan murojaat qilayotgan inson ekanligini esda to'tishi lozimdir.

Tadbirkorning vazifasi - mijozni o'z qo'liga olib uni ushlab qolmoq. Har bir tadbirkor (yakka shaxs yoki korxonada) shu maqsadda o'z ishini mijozga bag'ishlamogini kerak. Bu maqsadga erishishda quyidagilarni ta'minlash zarur:

- har doim o'zini mijoz o'rniga qo'yishi;
- qog'ozbozlikka yo'l qo'ymaslik;
- haridorlar bilan tovar sotilgandan so'ng ham aloqani uzmaslik.

Qisqacha xulosa

Insonning har qanday faoliyati, shu jumladan ishbilarmonlik ham, etika va huquqiy o'lchovlari bilan baholanadi.

Tadbirkor bo'lishga ahd qilgan kishi, o'zining imkoniyatlari, qobiliyatlari, shu jumladan o'z izlanuvchilik qobiliyatini aniq o'lchay bilishi kerak/ Biznes - bu ishni chuqur bilish, kundalik tinimsiz mehnat, bir me'yordagi iqtisodiy sharoitdagi yuz beradigan doimiy raqobat, unga faqat o'z ishining ustasigina turib bera oladi.

Boshqarish san'ati tadbirkor rahbarlardan talab qilinadigan xislatlardan eng asosiysi bo'lib, uning o'z qo'l ostidagi xizmatchilar bilan juda yaxshi munosabat o'rnatish, korxonada ishlab chiqarishning eng samarali natijalarini beradigan muhitni yaratishidir.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Biznesning axloq me'yorlari deganda nimani tushunasiz?

2. Tadbirkorlik etikasi deganda nimani tushunasiz?
3. Ishbilormanlarning o'n nasihatiga izoh bering.
4. Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlarini shakllantirish uchun qanday umum- ijtimoiy sifatlar zarur?
5. Sheriklar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni mustahkamlashda nimalarga ahamiyat berish kerak ?
6. Xizmat yuzasidan munosabatlarni takomillashtirish uchun qanday tadbirlarni amalga oshirish lozim ?
7. Mijozlar munosabatlarni takomillashtirish uchun qanday tadbirlarni amalga oshirish lozim?
8. Boshqarish san'ati tadbirkor rahbarlardan qanday xislatlardan talab qiladi?
9. Tadbirkorning o'z xizmatchilari bilan munosabatni mustahkamlashda nimalarga katta ahamiyat berish kerak?
10. G'arb olimlaridan Robert Ryukert (Robert Reukert) va Orbula Yokep (Orvill Walker) hamkorlikning qanday prinsiplarini taklif qiladilar?

Asosiy adabiyotlar

1. Алёхина Ия. Морально-этические аспекты управления.- М.: Дело, 2007.-104 с.
2. Управление персоналом организации. Практикум: Учеб. пособие / Под ред. д.э.н., проф. А.Я. Кибанова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 365 с.
3. Управление персоналом организации: Учебник. / Под ред. А.Я. Кибанова. – 3-е изд. доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 638 с.

4. Карташова Л.В. Управление человеческими ресурсами: учебник. –М.: ИНФРА-М, 2007.-236с.
5. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: учебник. -2-е изд., перер и доп. –М.: ИНФРА-М, 2008.-447с.

XII-BOB: BIZNES HAQIDA MA'LUMOTLAR YIG'ISH

12.1. Axborotlarni yig'ish va tahlil qilish

Kichik biznesdagi eng asosiy masalalardan biri - axborot bilan ta'minlashdir. Har kuni ma'lumotlar oqimi yig'iladi va undan to'g'ri foydalanish biznes menejerlari uchun shart. Birinchi navbatda u qanday ma'lumot kerakligi; uni qayerdan olish mumkinligi; qanday qilib uni to'plash, qayta ishlash va saqlash kerakligi, qanday dalillar tekshiruvga muhtojligini bilishi kerak, mo'ljallayotgan sherik va mijozning ishonchlik darajasi qanday.

Mamlakatimizning jahon hamjamiyati bilan integratsiyalashuvi, savdo - sanoatning globalashuv jarayonlari, zamonaviy axborot tizimlarining taraqqiyoti, jahon bozorida konyunkturani bilish ishbilarmonlardan katta bilimni taqozo etmoqda. Biz shundan kelib chiqib, tadbirkorlarning malakasini oshirish va qayta tayyorlashga, ularning zamonaviy elektron ma'lumotlar bazasidan foydalanish imkoniyatlarini oshirishga e'tiborni kuchaytirish lozim deb bilamiz. Bular, shubxasiz, kichik biznes vakillarining ichki va tashqi bozordagi mavqeini mustaxkamlashga olib keladi.

Korxonalar o'z maxsulotlarini kirgiza olgan bozor va u yerdagi insonlarni to'liq o'rganib chiqsagina, u bozorga moqlasha oladi. Ushbu masalalarning yechimi mazkur axborotlar yig'ish va operativ ravishda tahlil qilishdan iborat. Korxonaning barcha funksiyalarini

natijaviyligini ko'rsatuvchi samarali axborotlar yig'indisini ishlab chiqish ancha og'ir. Axborotni yig'ish, ishlov berish va tahlil qilishga ketadigan harajatlar yetarli darajada yuqori, shuning uchun kerakli axborotni olish bilan bog'liq afzalliklar unga ketadigan sarf-harajatlar bilan mutanosib bo'lishi kerak. Axborot, odatda, ikki toifadan biriga kiradi: tashqi va ichki manbalardan doimiy tarzda kelib turadigan axborot va zaruriyatga qarab ma'lum bir muammo yoki nostandart vaziyat yuzaga kelganda so'raladigan axborot. Birinchi toifaga sotuv va harajatlar hajmi tahlilining natijalari, bozor ulushining baholanishi, shuningdek iste'molchilarni qoniqtirish darajasining tekshiruvlari kiradi. Ikkinchi toifa yangi mahsulotlar konsepsiyalarini testdan o'tkazish natijalarini, iste'molchilar hohishidagi savdo markalarining tadqiqoti, shuningdek reklamaning samaradorligi tahlilini o'z ichiga oladi.

Korxonalar rahbariyatiga bir nechta turdagi axborotga kerak bo'lishi mumkin.

1. Ichki axborot tizimi har qanday strategik baholash dasturining asosini aks ettiradi. Bunday tizimlar sotuv va harajatlar to'g'risidagi dastlabki hisobotlardan boshlab o'ta murakkab marketing axboroti kompyuter tizimlarigacha turlanadi.

2. Standartlashtirilgan axborot xizmatlari obuna bo'yicha yoki bir marta sotib olish uchun axborot beradi, uning bahosi, odatda, maxsus tekshiruvni o'tkazish bahosidan pastroq bo'ladi. Shunga ham qaramasdan, bunday xizmatlar yetarli darajada qimmatga tushadi. Standartlashtirilgan axborot nashr ko'rinishida va elektron formatda bo'ladi.

3. Marketing bo'yicha boshqaruvchilarga maxsus tadqiqotlarni o'tkazish zarur bo'lib qolishi mumkin. Misol distribyuterlarga ishlab

chiqaruvchining xizmatlari haqidagi fikrlarini o'rganib chiqish.

Mudofaa tashabbusining tizimi kichik korxonaga chiqadigan bozorlariga ta'sir qiladigan tekshirib bo'lmaydigan tashqi omillarni kuzatib borish va oldindan belgilashga qaratilgan. Bunday tizimlarning imkoniyatlari axborot yig'ilishining standart jarayonlaridan boshlab tashqi muhitni ovozasiz kuzatib borishgacha turlanadi.

12.2. Tijorat siri-foydani o'sishining garovidir.

Korxonaning tijorat siri-bu davlat siri ma'lumotlari bo'lmagan, ishlab chiqarish bilan, texnologik axborot, boshqarish, moliya va boshqalar bilan bog'liq bo'lib, ularning oshkora bo'lishi korxonaga manfaatlariga zarar etkazishi mumkin.

Bozor iqtisodiyotida axborot tovar hisoblanadi va tovar-pul munosabatlari qoidaga bo'ysunishi lozim. Har bir mulkdor o'zining manfaatlarini himoyalash huquqiga ega. Tijorat siri-bu davlat va bozor iqtisodiyotining boshqa sub'ektlari bilan o'zaro munosabatlarda o'zining manfaatlarini himoyalash bo'yicha tadbirkorlikka ayrim erkinliklarga bo'lgan huquqdir. Tijorat siriga huquq-bu davlatning iqtisodiyotdagi buyruq berish imkoniyatini chegaralashdir.

Butun tijorat axborotini 2 ta asosiy blokka guruhlashtirish mumkin. Ilmiy-texnik va texnologik axborotlar kategoriyasiga mashina va uskunalarning konstruksiyasi, foydalaniladigan materiallar, ishlab chiqarish usullari va uslublari, dizayn, EHMning dasturiy ta'minoti va boshqalar to'g'risidagi ma'lumotlar kiradi.

Ishbilarmon axborotlar kategoriyasiga quyidagilar kiradi:

- korxonaga moliyasi (moliyaviy hisobot, mijozlar bilan hisob-

kitoblar holati, qarzdorlik, kreditlar, to'lovga qobiliyat, foyda mahsulot tannarxi va boshqalar);

- ishlab chiqarishni rivojlantirishning strategik va taktik rejalari, shu jumladan, yangi texnologiyalar, ixtirolar, nou-xaudan foydalanib;

- mahsulotni sotish rejalari va hajmlari (marketing rejalari, savdo operatsiyalari xarakteri va hajmi, narxlar darajasi, omborxonaxaxiralari);

- o'z mahsulot raqobatbardoshligi, eksport va import samaradorgini, bozorga chiqishning ko'zda tutilgan vaqtining tahlili;

- reklama faoliyati rejalari;

- savdo va boshqa mijozlar, raqobatchilar, ro'yxatlari, ular bilan o'zaro munosabatlar to'g'risida, ularning moliyaviy xarajati, kontraktlari sharti va boshqalar bo'yicha ma'lumotlar;

- boshqarish usullari va tashkil etish;

- korxonaxodimlari obro'si va xarakterini baholash;

- mehnatni tashkil etish tizimi.

Axborot xizmat va tijorat siriga shunday holda erishiladi, qachonki axborot uchinchi shaxslarga nisbatan haqiqiy yoki potentsial tijorat qiymatiga ega bo'lsa tijorat sirini tashkil etuvchi va himoyalashga zarur ma'lumotlar quyidagi 5 ta baholash mezonlarini qanoatlantirishi kerak:

- ulardan ochiq foydalanish korxonaxuchun zarar bilan bog'liq;

- ular qonuniy asosda umum e'trif etadigan va barcha biladigan bo'lmasligi kerak;

- iqtisodiy va boshqa manfaatlardan kelib chiqib korxonaxularning maxfiylikini saqlash bo'yicha zarur choralarni amalga oshirishi mumkin;

- ushbu ma'lumotlar himoyaga muhtoj, chunki ular davlat siri emas va mualliflik hamda patent huquqi bilan himoyalangan;

- ushbu ma'lumotlarni sir tutish jamiyatga zarar keltirmaydi.

Tijorat sirini davlat va jamiyat manfaatlariga zid keluvchi ma'lumotlar tashkil eta olmaydi. Eng umumiy holda ushbu axborot:

- tabiatdan oqilona bo'lmagan foydalanishi to'g'risida;

- atrof-muhitni me'yordan ortiq ifloslantirish to'g'risida;

- salomatlik va insonlar hayotiga real xavf soluvchi ishlab chiqarishlarda texnika xavfsizligiga real qilmaslik to'g'risida;

- tadbirkorlar faoliyatini tartibga soluvchi mahsus qonunchilikni buzish to'g'risida;

- ushbu mamlakat qonunlari bilan ta'qiqlangan yoki ushbu korxonada ko'zda tutilmagan faoliyat bilan shug'ullanishi to'g'risida;

- firma ishlovchilari va boshliqlarining o'z xizmat vakolatlaridan foydalanishi va nopokligi;

- nopok raqobat nomoyon bo'lishi faktlari to'g'risida;

- soliqlarni to'g'ri to'lash va ulardan qochish holatlari va imkoniyatlari to'g'risida;

- shartnomalarni bajarmaslik faktlari va sabablari to'g'risida.

Tijorat sirini tashkil etmaydigan ma'lumotlar ro'yxati O'zR Vazirlar Mahkamasining 2001 yil 5 dekabrda № 35 – sonli “Tijorat sirini tashkil etmaydigan ma'lumotlar ro'yxati to'g'risida”gi qarorida aniqlab berilgan.

Tijorat sirini himoyalash ma'lum xarajatlarni talab qiladi. Shuning uchun axborotlarni himoyalashga sarflanadigan xarajatlar iqtisodiy jihatdan o'zini oqlaydigan bo'lishi kerak.

Axborotni qanchalik maxfiylashtirishda xarajatlarning o'sishi,

ba'zi hollarda eng qimmatli axborotlarni himoyalashda o'zini oqlamasligi mumkin.

Korxonaga yo'qotishlarini kompensatsiyalash qo'shimcha xarajatlarni talab qiladi, bu korxonaga ishlab chiqarish samaradorligi va raqobat kurashida muvoffaqiyatni pasaytiradi. Shuning uchun ham axborotlarni himoyalashga katta e'tibor beriladi.

Axborotni tijorat siri kategoriyasiga kiritishni eng malakali mutaxassislar tarkibidan maxsus komissiya amalga oshiradi.

Sirga ega bo'lgan barcha hujjatlar uchun belgilashlar tizimi ishlab chiqiladi, axborotlar maxfiyligi darajasiga ko'ra tartiblashadi, ishlovchilarning ushbu axborotlarga kirish tartibi o'rnatiladi.

EHMga ruxsatsiz kirish ehtimolini kamaytirish uchun korxonaga xodimlarini shaxsiy kodlashtirish tizimi qo'llaniladi.

Axborotlarni himoyalash tizimini yaratishda quyidagilarni to'g'ri tashkil etish lozim:

- ba'zi bir materiallar va tayyor mahsulotlarni hisobga olish va saqlash;
- tadbirkorlik siriga ega hujjatlar bilan ish yuritishini tartibga solish;
- hujjatlarni nusxalash va ko'paytirish vasitalarni nazorat qilish;
- aloqa vositalari va hisoblash texnikasidagi tijorat axborotini himoyalash;
- korxonaga hududi va uning asosiy bino va inshootlarini himoyalash;
- begona shaxslarning korxonaga kirib - chiqishini nazorat qilish.

Himoyaga zarur axborotlarning tarkibini aniqlash huquqi hamda ularni himoyalash tartibi qonun bo'yicha korxonaga rahbariga beriladi, rahbar kontraktida, mehnat shartnomasida, rahbar va xodim

o'rtasidagi shartnomada korxonada tijorat sirini saqlash bo'yicha individual majburiyatlarni aks ettirish maqsadga muvofiqdir. Hamkorlikda ishlovchi tadbirkorlar o'rtasida tuziladigan shartnomada, maxsus bo'limida maxfiylikning barcha shartlarini aniqlab olish zarur.

Xizmat va tijorat siriga ega bo'lgan axborotlarni noqonuniy yo'l bilan olgan shaxslar keltirgan zararlarni qoplashlari zarur. Xuddi shunday majburiyat mehnat shartnomasidagi xizmat va tijorat sirini tarqatgan xodimlarga ham yuklatiladi.

12.3. Maxfiy axborotlar

Axborotlar yig'ish va tahlil qilish jarayondagi muhim vazifa kichik korxonaning maxfiy ma'lumotlarini saqlash hisoblanadi. Fortune 100 ro'yxatidagi 75 %ga yaqin kompaniyalar "so'nggi besh yilda kompyuter orqali mijozlar, ishlab chiqarish sirlari va yangi tovarlarni ishlab chiqishga oid rejalar to'g'risidagi axborotga beruxsat erishish harakatlarining soni ko'payib ketgan" ligini ta'kidlashadi. Bunday holatlar ko'payishining sabablari sifatida kompyuter texnologiyalarining rivojlanib ketganligi va o'z kompaniyalari xodimlarining sadoqati pasayganligi ko'rsatilgan. Kompaniyaning yopiq axborotiga beruxsat erishish to'g'risidagi ma'lumotlar tasdiqlansa, kompaniya maxfiy ma'lumotni himoyalash uchun kerakli ehtiyot choralarini ko'rganligini namoyish etishi lozim.

Har bir tijorat firmasida ovoza qilinmaydigan ma'lumotlar bor. Bunday ma'lumotlarga quyidagilar kiradi:

konstruktorlik texnologik turli "nou-xau", ixtirolar loyihalari, firma namoyondalari, alohida shaxslar bilan bo'lgan muzokaralarning natijalari, tijorat bitimlarining ba'zi tafsilotlari.

Tabiiyki, bunday ma'lumotlarni raqobatchilardan alohida ko'riqlanadi va joylarda saqlab, sir tutish kerak. Firma uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarning yig'ilishiga qarab ularni himoya qilishning turli usullarini qo'llash kerak. Shuning uchun har bir firmada ma'lumotlarni himoya qilish tizimini tashkil qilish kerak

Axborotlarni himoya qilish

Sirli ma'lumotlar oqimini yo'qotish uchun ularni himoya qilishning turli tizimlari yaratiladi. Himoya vositasining murakkabligi mavjud ma'lumotlarning aniq qiymatiga bog'liq. Eng sodda usullardan biri ma'lumotlar saqlanadigan shkaflarni berkitish uchun kulflardan foydalanish. Eng ishonchli usullardan biri - ma'lumotlarni seyflarda saqlash. Kompyuterlarda joylashgan ma'lumotlar yashirin so'z (parol') va shifrlar bilan himoya qilinadi. Yashirin so'zlarni qo'llash ma'lumotlarni egallashni chegaralaydi. Shifrlash xattoki nusxa ko'chirishda ham ma'lumotlarga kirib borishga yo'l bermaydi. Firmaga programmalovchilarni jalb qilib, tuzilgan programmalarda ko'pincha ma'lumotni yetarli darajada ishonchli himoya qilishga yo'l bermaydigan tasodifiy sonlar ko'rsatgichi ishlatiladi. Shuning uchun biznes bilan shug'ullanishning dastlabki davrida ma'lumotlarni himoya qilish muammolarini mustaqil hal qilish tavsiya etiladi. O'ta muhim ma'lumotlarni himoya qilish uchun yuqori malakali maxsus mutaxassislar xizmatiga murojaat qilish kerak.

Kichik biznes va tadbirkorlik sub'ektlarini axborot bilan ta'minlash masalalari. Tadbirkorlik sub'ektlarini axborot bilan ta'minlash ichki va tashki bozor kon'yunkturasi, tenderlar, birja va auktsion savdolar buyicha ma'lumotlar, boshqa axborotdan xabardor qilish maxsus byulletenlar, ommaviy axborot vositalardagi

chiqishlar, shuningdek, Respublika Savdo Sanoat palatasining faoliyat ko'rsatayotgan 240 mingta xo'jalik yurituvchi sub'ektlar hamda 26 mingta nomdagi tovar va xizmat haqidagi ma'lumotni o'z ichiga olgan ko'p tarmoqli "MAROQAND" axborot tizimi orqali yo'lga qo'yilgan. Ushbu tizimning portalini 20 ta mamalakatdan 500 dan ziyod chet el kompaniya va firmalari ziyorat qilishdi. Birjalar bilan hamkorlik qilish istagidagi kichik biznes sub'ektlari o'zlari chiqarayotgan mahsulotlarni Internet da tavsiya etish uchun beminnat imkoniyat berilyapti.

Lekin, kichik biznes va tadbirkorlik sub'ektlarini axborot bilan ta'minlash hozirgi kunda talab darajasiga javob bermaydi, ayniqsa viloyat va xududlardagi, qishloq joylardagi tadbirkorlar ko'plab axborotlardan bexabar qolishmoqda.

Qisqacha xulosa

Kichik biznesdagi eng asosiy masalalardan biri - axborot bilan ta'minlashdir. Kichik biznes korxonalarida ish yuritish -bu xujjat tuzish, rasmiylashtirish, ularni ko'paytirish, qabul qilish, jo'natish va ro'yxatga olish, ularning bajarilishini tekshirish, shuningdek zarur xujjatlarni izga solish va qayta ishlangan xujjatlarni aynan firmaning o'zida saqlash kabi ishlar majmuidir.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Axborotlarni to'plash ahamiyati qanday?
2. Axborotlarni saqlash qanday amalga oshiriladi?
3. Kichik biznesda ish yuritish asoslari nimadan iborat?
4. Biznesmenning tashrif qog'ozi nima?
5. Sheriklar qidirish uchun qanday tadbirlarni amalga oshirish lozim?
4. Tijorat firmasidagi maxfiy axborotlar qanday saqlanadi?
5. Kichik biznes korxonalarida axborotlarga ehtiyoj qanday

qondiriladi?

6. O'ta muhim ma'lumotlarni himoya qilish uchun qanday tadbirlarni amalga oshirish lozim?
7. Ovoza qilinmaydigan ma'lumotlar nimadan iborat?

Asosiy adabiyotlar

1. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 735 с.
2. Qosimova M.S., Shodibekova D.A..va boshqalar/ Kichik biznesni boshqarish- O'quv qo'llanma / T. 2005. 160 b.
3. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Джеффри Лайкер; Пер. с англ. — 3-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 400 с.

XIII-BOB: KICHIK BIZNESNI MOLIYALASH XUSUSIYATLARI

13.1. Moliyaviy resurslar va moliyaviy kapitalning mohiyati

Moliyaviy resurslarni samarali boshqarish korxonada foydasini oshirishga, xamda uzoq muddatli investitsiyalarni jalb qilishni ta'minlaydi. Kichik korxonada moliyaviy **menejerining vazifasi** - normal ishlab chiqarish jarayonini va investitsion faoliyatni ta'minlaydigan, eng samarali moliyalashtirish manbasini tanlash.

Har bir korxonada, firma yoki korporatsiyani qayerdan pul olib va ularni qanday qilib samarali ishlatish savoli qiziqtiradi.

Eng avvalo pul "biznesni" yurgizish uchun kerak. Biznesmenning odatda o'z mablag'i yetarlicha bo'lmaydi va qarz olishga majbur bo'ladi. Qarz olish natijasida tadbirkor potensali oshadi. Lekin bu yerda 2 ta yo'l mavjud: u foyda keltirishi mumkin (qarz mablag'larining olib kelayotgan foydasi, olingan qarz mablag'lariga to'lanayotgan foizdan yuqori bo'lsa), lekin u zarar xam keltirish mumkin. Axir ba'zi paytida rivojlanishning susayishi xam bo'lishi mumkin, ishlab chiqarish vositalari va uskunalarni yangilash, ba'zi paytlarda esa ishlab chiqarish yunalishi o'zgartirib, uskunalarni yangilash kerak bo'ladi.

Kichik biznesning moliyaviy resurslarini moliyaviy sarmoyalar va moliyaviy zaxiralar tashkil qiladi. Moliyaviy zaxiralarni kichik biznes korxonasi ixtiyorida bo'lgan pul vositalari tashkil qiladi. Pul mablag'lari mol yetkazib beruvchilar, vositachi va moliyaviy xizmatlar, savdo-sotiq xizmatlari, investitsiya va innovatsiya loyihalari uchun sarflanadi. Moliyaviy mablag'larni yetishmasligi kichik biznes istiqbolini, faoliyatini chegaralaydi va sinishiga olib

keladi. Xo'jalik faoliyatini rivojlantirish uchun ishlatiladigan moliyaviy zaxiralar (xom-ashyo sotib olish, yarimtayyor mahsulotlar, mehnat uskunalari, ishchi kuchi) pul ko'rinishidagi sarmoyadir.

Moliyaviy sarmoya qarzga beriladi va aylanib foyda bilan investorga qaytib keladi, moliyaviy zaxiralar sarmoyasi qo'shimcha foyda keltirishi uchun u ko'prok aylanishi kerak. Yiliga sarmoya qancha ko'p aylansa investor yillik daromadi shuncha ko'p bo'ladi.

Moliyaviy zaxiralar sarmoyasini tarkibiga shuningdek asosiy fondlar, aylanma fondlar, muomila fondlariga qo'yilgan pul mablag'lari kiradi. **Asosiy fondlar** - mehnat qurollari, bino, qurilma, texnika vositalari va boshqalar yig'indisining qimmatli ko'rinishi. U moliyaviy ko'rinishini o'zgartirmasdan ishlab chiqarish va xo'jalik korxonada chegarasida faoliyat ko'rsatadi hamda o'z qiymatini qaytadan yaratilgan mahsulot qiymatiga o'tkazadi. **Aylanma fondlar** - korxonada ishlab chiqarish fondining bir qismini tashkil qiladi. U bir ishlab chiqarish davrida (siklida) ishlatiladi va o'z qiymatini ishlab chiqariladigan mahsulotga to'laligicha o'tkazadi. **Muomila fondlari** tayyor mahsulotni iste'molchilarga yuborilgani, lekin to'lanmagani, bank va kassa xisobidagi pul mablag'ini o'z ichiga oladi.

Nomoddiy aktivlar - fizik xususiyatlarga ega bo'lmagan, ammo korxonada aktivga qo'shiladigan patentlar, litsenziyalar, nou-xou, avtorlik huquqlari va boshqa intellektual mulkdan iborat bo'lib, o'zining dastlabki narxini yo'qotadi va vaqt o'tish mobaynida foyda keltiradi. **Nomoddiy vositalarni** sotib olishni tovar va mahsulot sotishdan, ish bajarish va xizmatdan kelgan foyda xisobiga hamda bank krediti, jismoniy yuridik shaxslarni qaytarilmaydigan badallari xisobiga moliya bilan ta'minlaniladi. Oddiy vositalar ularni sotib olish

qiymatlari bilan hisobga olinadilar, ularga qo'shimcha (bevosita) harajatlar, ba'zi bir obektlarni tartibga keltirib xo'jalik faoliyatiga kiritish uchun qilingan harajatlar qo'shiladi.

13.2. Kichik biznesni sarmoya bilan ta'minlashda banklarning roli

Kichik biznesni nozik bo'g'ini - dastlabki kapital. Yakka tartibda ish boshlash uchun, uning katta - kichikligidan qat'iy nazar, firma tuzish va tadbirkorlik bilan shug'ullanishga rasmiy ruxsat olish uchun mablag', joy, asbob - uskuna, xom ashyo va ishchi kuchi kerak. Garchand kichik biznes bilan shug'ullanish uchun dastlab uncha katta pul talab qilinmasa ham, respublikamiz fuqarolari uchun ba'zida shu pulni topish ham o'z ishini ochishda muhim to'siq bo'lib qoladi. Dastlabki kapital tadbirkorning shaxsiy yoki tashqaridan jalb etilgan (xomiylik yoki qarz olingan) mablag'idan tashkil topishi mumkin.

Prezident Islom Karimov "Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari" nomli asarida tijorat banklarining asosiy vazifasi fermer xo'jaliklari, kichik biznes korxonalarini hamda xususiy tadbirkorlikni faoliyatini har tomonlama rivojlantirishga ko'mak berishdan iborat bo'lishi lozimligini qayd etib o'tdilar.

Iqtisodiyotning real sektori sub'ektlari faoliyatini moliyalashtirishda o'rta va uzoq muddatli bank kreditlarining axamiyati juda katta. Bu jarayonda ayniqsa, yirik banklar faol ishtirok etyaptilar.

Hozirgi paytda kichik biznes tomonidan bank xizmatlariga

talabning barqaror o'sishi kuzatilmoqda.

Fuqarolarning bank tizimiga bo'lgan ishonchi tobora oshib borayotgani, aholining banklardagi omonatlarining davlat tomonidan kafolatlangani, eng muhimi, fuqarolarning banklardan omonatlarini o'z vaqtida olayotgani, kredit tashkilotlari tomonidan aholiga 400 dan ortiq Qulay omonatlar turlarining taklif etilishi omonatlar miqdorining 2007 yilga nisbatan 68,6 foiz oshib, hozirda 1 trln. 724 mlrd. So'mga etishiga zamin yaratdi .

Respublikamiz bank tizimining mustahkamlanishi, oqilona olib borilgan pul-kredit siyosati, investitsiya sohasida amalga oshirilgan muhim chora-tadbirlar pirovardida tashqi qarzni sezilarli darajada pasayishiga imkon yaratdi. Prezidentimiz 2009 yilning 1 yanvarigacha O'zbekistonning jami tashqi Qarzi yalpi ichki mahsulotning 13,3 foizini tashkil etishini va bu ko'rsatkich, xalqaro mezonlar bo'yicha, «Har jihatdan mavbul olat» deb hisoblanishini ta'kidladilar mamlakatimiz

Prezidenti Islom Karimovning “Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari” nomli asarida .

Bank tizimining asosiy vazifasi kredit berish tartibini takomillashtirish hamda iqtisodiyotning real sektorini moliyalashtirishni kengaytirish va qayta tashkil etilayotgan korxonalarni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan kichik biznes rivojini rag'batlantirishning yangi mexanizmlarini ishlab chiqish va qo'llash hisoblanadi. Markaziy bank tomonidan kichik biznes sub'ektlarini kreditlash jarayonini tartibga soluvchi bir qancha me'yoriy hujjatlar bekor qilindi. Kredit talabnomasi va hujjatlar aylanishi hajmini ko'rib chiqish, muddatlarini qisqartirish bo'yicha chora-tadbirlar ishlab

chiqildi. Kreditlashning yangi tartiblariga muvofiq, kredit talabnomasini rasmiylashtirish uchun kichik biznes sub'ektlariga faqatgina 2-3 ta hujjat talab etiladi. Talabnomalarni ko'rib chiqish muddatlari 5-10 ish kunigacha qisqartirildi. Ushbu chora sansalorlikni keskin kamaytirishga va suiste'molchilikni bartaraf qilishga imkon berdi. Natijada, juda ko'p tadbirkorlar kerakli moliyaviy manbalarga ega bo'lishdi. Shunday qilib sarmoya bu moliyaviy zaxiraning bir qismidir.

Tijorat banklari tomonidan kichik biznes sub'ektlarini budjetdan tashqari jamg'armalarining kredit liniyalari xisobidan moliyalashtirish.

So'nggi o'n yil ichida dunyoda moliyaviy - kredit ko'rinishlari faoliyatining turli diversifikatsiyaga bo'lgan intilishi sezilmoqda. Bu keng iste'molchilar talabini imkon qadar xisobga olish bilan bog'liq. Xususan, O'zbekistonda kichik biznes sub'ektlarini tashqi moliyalashtirishning bir nechta imtiyozli mexanizmlari mavjud.

1. Banklar tomonidan budjetdan tashqari jamg'armalar orqali kreditlash. Kreditlashning bu turida tijorat banklari qarzlarni (ssuda) o'z mablag'lari xisobiga emas, balki ish bilan band etishga ko'maklashish jamg'armasi, dexqon va fermer xo'jaliklariga ko'maklashish jamg'armasi va boshqa tashkilotlar mablag'lari xisobiga beradilar. Bu jamg'armalar korxonalarining o'zlari bergan chegirmalari, davlat mulkini xususiylashtirishdan tushgan mablag'lar va davlat budjetiga tushayottan boshqa foydalar xisobiga moliyalashtiriladi. Jamg'armalarning mablag'lari banklar tomonidan kichik biznes sub'ektlariga subsidiyali kreditlar shaklida beriladi.

2. Imtiyozli - kreditlash jamg'armalari xisobiga kreditlash. Ushbu jamg'armalar tomonidan o'z daromadlarini bir qismini zaxira qilish

yo'li bilan tashkil etiladi. (qonunda daromadning 25 foizigacha o'tkazishga ruxsat beriladi). Ushbu mablag'lardan berilgan kreditlar o'rniga hukumat banklarga soliq solishda boshqa imtiyozlar taqdim etadi. Ushbu jamg'armalar xisobiga berilgan kreditlarga, kreditning xaqiqiy berilgan vaqtiga foiz stavkalari Markaziy bank belgilagan qayta moliyalashtirish stavkalarining 50 foizdan oshmagan miqdorida bo'ladi va tadbirkorlik sub'ektlariga investitsion loyihalarni moliyalashtirish foydali bo'ladigan talablarda beriladi.

3. Berilayotgan mikrokredit maksimal miqdori, ham milliy, ham xorijiy valutilarda yuridik shaxs maqomi bilan tuzilgan kichik biznes subyektlariga 10000 AQSH dollaridan oshmasligi kerak. Moliyalashtirish manbalaridan qat'iy nazar (kreditlash bankning imtiyozli kreditlashning zaxiralangan mablag'lari xisobiga emas, o'z mablag'lari xisobiga bajarilayotgan bo'lsa ham, mikrokreditlashning foiz stavkalari Markaziy bank qayta moliyalashtirish stavkalaridan oshmasligi kerak. Xususiy sektor korxonalarini uchun mikrokreditlashning yana bir afzalligi shundaki, bunda ushbu shakldagi kreditlarning 50 foizgacha mablag'lari naqd pul xisobida berilishi mumkin. Boshqa tomondan, xatto boshqa mamlakatlarda mikromoliyalashtirishdan foydalanishning klassik yo'nalishi mavjud bo'lsa ham, mikrokreditlardan savdo faoliyatini moliyalashtirish uchun foydalanib bo'lmaydi.

Hozirgi kunda kichik biznesni moliyalashtirishda kredit uyushmalari katta o'ringa ega. Kredit uyushmalari tijorat banklaridan olinayotgan kreditlarga yuqorida eslatib o'tilgan mablag'lar qo'shishlari tufayli kredit olish nisbatan arzonroq bo'lib qoladi hamda aksariyat odamlarning bu kreditlarga qurbi yetadi.

13.3. Xalqaro kredit liniyalari orqali kichik biznesni moliyalashtirish.

O'zbekistonda kredit kapitali bozorining alohida bo'qini xorijiy valyutadagi kreditlar qisoblanadi. Bu valyuta ishlab chiqarishni tashkil etishga zamonaviy yuqori texnologik jihozlarni jalb qilish, import xom-ashyo va materiallarni xarid qilish uchun muhimdir. Valyutadagi kredit maxalliy tijorat banki tomonidan ham berilishi mumkin. Biroq bunday amaliyot keng tarqalmagan va odatda tadbirkorlar xorijiy va xalqaro moliyaviy tuzilmalar kredit linyalariga murojot qiladilar, jumladan, Yevropa tiklanish va taraqqiyot banki(ETTR), Osiyo taraqqiyot banki(OTB), Xalqaro moliyaviy korporatsiya(XMK), Germaniya Banki va boshqalar. "Shuni minnatdorlik bilan ta'kidlash kerakki, mamlakatimiz **qishloq joylarida xizmat ko'rsatish shoxobchalari va muassasalari, servis xizmatini** rivojlantirish bo'yicha ulkan loyihalarni amalga oshirishda Osiyo taraqqiyot banki va Jahon banki, Islom taraqqiyot banki, Xitoy Xalq Respublikasi, Janubiy Koreya va bir qator arab mamlakatlarining moliya institutlari tomonidan ajratilgan sarmoyalar katta hissa bo'lib qo'shildi."

Xalqaro va xorijiy kredit liniyalari orqali moliyalashtirish munosabatlariga nisbatan qo'llanishi lozim bo'lgan huquq O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksining 70,71 boblarida nazarda tutilgan normalar, boshqa qonunlar, halqaro shartnomalarda e'tirof etilgan asosida, shuningdek taraflarning o'zaro kelishuvi bilan belgilanadi.

Kichik biznes sub'ektlariga chet el investitsiyalarni jalb qilishda zarur bo'lgan imkoniyatlarni yaratildi. "O'zbekinvest" sug'urta

kampaniyasi tadbirkorlarning tavakkalchilik ishlari yo'lida siyosiy va tijorat xatarlari keltiradigan zararni qoplashi kerak. Vazirlar Maxkamasining xuzurida BMT ning YUNESKO tashkiloti bilan birgalikdagi yordam loyixasi doirasida Investitsiyalarga ko'maklashish xizmati tashkil etildi.

Davlat mulk qo'mitasi xuzurida ko'chmas va xorijiy investitsiyalar agentligi tuzildi. U xususiylashtirish jarayoniga xorijiy investitsiyalarni jalb qilishda yordam beradi.

Respublika banklari kichik biznes korxonalariga moliyaviy yordam ko'rsatishdan tashqari investitsiyalar monitoringi va uni takomillashtirish borasida kichik biznes korxonalariga katta yordam ko'rsatmoqda. Bu birinchi navbatda jahon eksport bozorlariga o'z mahsulotini olib chiqish borasida kichik biznes korxonalariga yordam ko'rsatmoqda. Respublika Milliy tashqi faoliyat banki Osiyo va Tinch okeani mamlakatlari taraqqiyoti moliya institutlari assotsiatsiyasi (AFIRATO) bilan birga Milliy bank BMT ning halqaro savdo markazi jahon savdo tashkilotining 5 loyixasini amalga oshirdi. Mazkur tizimga ulangach O'zbekiston korxonalarini halqaro texnologiyalar, tayyor mahsulot, xom-ashyo, yordamchi materiallar va butlovchi qismlar bozoriga tezkorlik bilan kiradi, o'zlari biznes hamkorlar tanlaydi.

Hozirgi kunda tashqi dunyo bilan ikki tomonlama o'zaro manfaatli aloqalar rivojlanib bormoqda. Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish, texnik va texnologik qayta jihozlash bo'yicha dasturlarni amalga oshirishda xorijiy mamlakatlarning ilg'or texnologiyalariga asoslangan investitsiyalariga ehtiyoj mavjud. Qolaversa, jahon bozoridagi talabning pasayib borishi mahaliy ishlab chiqaruvchi va kichik biznes korxonalarimizni eksport ko'lamiga jiddiy ta'sir

ko'rsatadi.

. Tadbirkorlarni moliyaviy qo'llab-quvvatlash uchun budjetdan tashqari fondlar mablag'larini yo'naltirish maqsadga muvofiqdir.

Mamlakatimizning jahon hamjamiyati bilan integratsiyalashuvi, savdo - sanoatning globallashuv jarayonlari, zamonaviy axborot tizimlarining taraqqiyoti, jahon bozorida konyunkturani bilish ishbilarmonlardan katta bilimni taqozo etmoqda. Biz shundan kelib chiqib, tadbirkorlarning malakasini oshirish va qayta tayyorlashga, ularning zamonaviy elektron ma'lumotlar bazasidan foydalanish imkoniyatlarini oshirishga e'tiborni kuchaytirish lozim deb bilamiz. Bular, shubxasiz, kichik biznes vakillarining ichki va tashqi bozordagi mavqeini mustaxkamlashga olib keladi.

Hozirgi paytda kichik biznes korxonalariga berilayotgan kreditlarning katta qismi xalqaro moliyaviy institutlar va kredit liniyalari xisobiga to'g'ri kelmoqda. Biroq bu chet el kreditlarini o'zlashtirish (foydalanish) juda sekinlik bilan amalga oshirilmoqda. Sababi- kredit oluvchilarning kredit berish talablariga javob bera olmayotganligidir. Masalan, ko'p xollarda tadbirkorlar biznes loyixa qiymatining 25%ini tashkil etadigan mablag'ga ega emaslar.

Shu bilan birga aytish joyizki, xorijiy kredit liniyalaridan foydalanishda asosan mahsulot eksport qiluvchi korxonalar ustunlikka ega. Chunki banklar kreditning konvertatsiyalangan valyutada qaytarilishidan manfaatdorarlar.

13.4. Kichik biznes korxonalar moliyaviy resurslar bilan taminlash muammolari.

O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda moliyalash muammolari eng dolzarb mavzu xisoblanadi, chunki moliya

resurslaridan erkin foydalanish imkoniyati bu kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlarining nafaqat xo'jalik operatsiyalarini yuritish faoliyati balki bozor iqtisodiyotida ularni yashashining muxim shartidir.

Ma'lumki kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni kreditlash moliyaviy kredit institutlari tomonidan yuqori foizli kredit deb tavsiflanadi. Chunki bunday yuqori foizli kredit bu sektorda bankrotlik bilan bog'liqdir. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyaviy jixatdan jalb etilmaganligi ularning shaxsiy aktivlarining etarli emasligi bilan aniqlanadi va bu esa o'z navbatida kredit bilan ta'minlashga xizmat qiladi. Bularning xammasi mamlakatimizning kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlarii bankka topshirilgan pullarni qaytarib olish, kreditlar masalasida qiyinchiliklarga duch kelayotganliklari, boshqalari esa ruxsatnomalar olishda mahalliy hokimliklar tomonidan noqonuniy ravishda "homiyluk yordami" ko'rsatilishi talab etilayotganligi, nazorat idoralari tomonidan o'tkazilgan tekshirishlarni qayd etish kitobiga kiritishdan bosh tortish xollari sodir bo'layotganini ta'kidlashdi.

Kichik biznesni kreditlashdan o'zini tortib turish omillaridan biri - bunday xizmatlarni amalga oshiradigan tijorat banklarining opertsion xarajatlari narxining katta bo'lishidir. Tijorat banklari bir necha kichik korxonalar va mikrofirmalar bilan biznes- loyihalarini amalga oshirishdan ko'ra bitta yirik korxonalar bilan ishlashni afzal ko'radilar.

Rivojlangan mamlakatlarda kichik biznesni kreditlash banklar o'rtasida yuqori raqobat ostida olib boriladi. Katta korxonalar uchun bank xizmatlari bozori chegaralanmagan. Shuning uchun banklar kichik korxonalar va mikrofirmalarga xizmat qilishga majburlar.

Shuni xam takidlash kerakki, rivojlangan mamlakatlarda banklar kichik biznesni kreditlashga xarakat qiladilar, chunki buning uchun etarli imkoniyatlar mavjud. Banklar ixtiyoriy korxonaga kredit xizmatini korsatadi va bunday hizmat korxonaga shu bankda xisob raqami ochgan yoki ochmaganligiga bog'liq emas. Kichik korxonaga ma'lum bankga yoki xududga biriktirilmaydi. Bu korxonalar xoxlagan bankga murojaat qilishadi va tanlash erkinligiga egadirlar. Bundan tashqari bank foiz stavkasini o'zi ko'rib chiqib belgilash xuquqiga ega.

Banklarga kredit va depozitlar, shuningdek, xorijiy kredit liniyalari orqali beriladigan kreditlar bo'yicha foiz stavkalarini mustaqil belgilashga keng imkoniyat yaratish, banklarning komission tolovlari miqdorlariga qo'yiladigan cheklovlarni olib tashlash kerak. Banklar segmentatsiyasini tugatish, ularni yanada universallashtirish va moliya bozorida sog'lom raqobat muhitini yaratish bugungi kunning dolzarb masalalaridandir.

Jahon tajribasi shundan dalolat berib turibdiki, zamonaviy kredit tizimining samarali ishlashi kredit uyushmalarining taraqqiyotiga bog'liqdir. Bu tizimning o'zi xo'jalik yurituvchi shaxslarni hozirgi muomalada bo'lgan bo'sh pul mablag'lari bilan eng ko'p darajada ta'minlashga qodirdir.

So'nggi yillarda respublika hukumati tomonidan amalga oshirilgan chora-tadbirlar natijasida xususiy biznes faoliyat ko'rsatayotgan makroiqtisodiyot va tadbirkorlik muxiti ancha yaxshilandi. Jumladan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyalashtirish davom ettirildi.

Qisqacha xulosa

O'zbekistonda kichik biznes korxonalarini investitsiyalash va uning davlat tomonidan qo'llab - quvvatlashning mavjud tizimini ilmiy - amaliy jihatdan tahlil qilish, muammolarini aniqlash va ularni bartaraf etishni zamonaviy talablar asosida takomillashtirish lozim. Respublikada tuzilayotgan nobank moliyaviy muassasalar tijorat banklarining o'rnini bosmaydi, aksincha, moliyaviy bozordagi raqobatni kuchaytirishga, shuningdek, aholiga ko'rsatilayotgan bank - moliya xizmatlarining turlarini va sifatini ko'tarishga xizmat qiladi.

Kichik biznesga kreditlarni berish banklarning o'z shaxsiy mablag'lari, budjetdan tashqari fondlarning (tadbirkorlik va kichik biznesni qo'llab-quvvatlash jamg'armalari, dehqon va fermer xo'jaliklarini qo'llab - quvvatlash fondi) kredit tarmoqlari xisobiga, shuningdek, respublika tijorat banklarida ochilayotgan halqaro tashkilotlarning kredit liniyalari orqali amalga oshiriladi.

Nazorat uchun savollar.

1. Banklar tomonidan kichik biznes tadbirkorlarini qo'llab-quvvatlash tadbirlarini ko'rsating.
2. O'zbekiston Respublikasida kichik biznes sub'ektlariga chet el investitsiyalarni jalb qilish uchun qanday imkoniyatlar yaratib berilmoqda?
3. Kichik biznesni kreditlashning qonuniy-normativ tizimi shakllana borish tadbirlarini ko'rsating.
4. Halqaro kredit liniyalari orqali kichik biznesni moliyalashtirish tadbirlari nimalardan iborat?
5. Kichik biznesni budjetdan tashqari jamg'armalarining kredit liniyalari xisobidan moliyalashtirish nima?

6. Kichik biznes korxonalar investitsiyasining muammolari nimalardan iborat?
7. Kichik biznes korxonalar investitsiyasining muammolarining yechimlarini keltiring.
8. Nima uchun kredit uyushmalaridan kredit olish tijorat banklariga nisbatan onsonroq va arzonroq bo'lib qolmoqda?
9. Kichik biznes korxonalariga qanday bank - moliya xizmat turlarini ko'risatilmoqda?
10. Kredit uyushmalari resurslari tijorat banklaridan olinayotgan kreditlardan nimasi bilan farq qiladi?

Asosiy adabiyotlar

1. А.Бекмурадов, Р.Тожиев, Х.Курбонов, К.Солиев, С. Рузиев. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 4-қисм. Молия ва банк тизимидаги ислохатлар самараси. Т.: ТДИУ, 2005, 62
2. Денежное обращение, финансы, кредит и налоговая система: Учеб. пособие. — М.: РИОР, 2007. — 120 с.
3. Деньги. Кредит. Банки: Учебник. Под ред. проф. Е.Ф. Жукова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 703 с
4. Балтина А.М., Волохина В.А., Попова Н.В. Финансовые системы зарубежных стран: учеб. пособ. – М.: Финансы и статистика, 2007.-304с.

XIV-BOB: KICHIK BIZNESNI KREDIT BILAN TA'MINLASH

14.1. Kichik biznesni kredit bilan ta'minlash hususiyatlari

Kredit qarzga pul olishning eng keng tarqalgan shakli qisoblanadi. Milliy valyutadagi kredit mablag'larining manbai bolib tijorat banklari va byudjetdan tashqari fondlar hisoblanadi. Bular kichik biznesga yordam berish maqsadida amal qiladi va mamlakat iqtisodiyotining ustivor sohalaridagi biznesni rag'batlantiruvchi imtiyozli kreditlar beradilar.

Kichik biznesni yuritishga mablaq' jalb etishning yana bir yo'nalishi mikrokreditlar xisoblanadi. Mikrokredit -qarz oluvchiga tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun eng kam ish haqining ming baravari miqdoridan oshmaydigan summada to'lovlilik, muddatlilik va qaytarish shartlari asosida beriladigan pul mablag'laridir

Mikroqarz-Mikrokredit tashkilotlari tomonidan jismoniy shaxs bo'lgan qarz oluvchiga eng kam ish haqining yuz baravari miqdoridan oshmaydigan summada muddatlilik va qaytarish shartlari asosida, shartnomada nazarda tutilgan hollarda esa to'lovlilik sharti asosida ham beriladigan pul mablag'laridir.

Mikrolizing-Tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun lizing to'g'risidagi qonun hujjatlariga muvofiq eng kam ish haqining ikki ming baravari miqdoridan oshmaydigan summada beriladi.

Dastlabki (boshlang'ich) sarmoyani shakllantirishga kreditlar-Mikrofirmalar va dehqon xo'jaliklari (yuridik shaxs maqomiga ega) uchun eng kam ish haqining 150 baravarigacha va kichik korxonalar hamda fermer xo'jaliklari uchun eng kam ish haqining 300

baravarigacha miqdorda beriladigan pul mablag'laridir.

Oilaviy tadbirkorlik uchun kredit-Bandlik jamg'armasi kreditlari hisobidan oilaviy tadbirkorlik sub'ektlariga mikrokreditlar eng kam oylik ish haqi miqdorining 150 baravarigacha miqdorida ajratiladi.

Mikrokreditlar biznesni rivojlantirish (kengaytirish) va aylanma mablag'larni to'ldirish uchun kichik tadbirkorlik sub'ektlariga (mikrofirmalar, kichik korxonalar, dehqon va fermer xo'jaliklariga) O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining qayta moliyalashtirish stavkasidan yuqori bo'lmagan foiz stavkasi bo'yicha, 24 oy muddatgacha, eng kam oylik ish haqining 500 baravarigacha miqdorda beriladi.

Imtiyozli mikrolizing bo'yicha xizmatlar kichik biznes sub'ektlariga 3 yil muddatgacha, Markaziy bank qayta moliyalashtirish stavkasining 50 foizidan yuqori bo'lmagan stavka bo'yicha, eng kam oylik ish haqining 2000 baravarigacha miqdorda ko'rsatiladi.

Kichik biznes sub'ektlariga ajratilayotgan ushbu kreditlar respublikamizda yangi ishchi o'rinlarini tashkili etilishiga, yuqori sifatli mahsulotlarni ishlab chiqarilishiga, mamlakat yalpi ichki mahsuloti tarkibida xususiy sektorning ulushini oshib borishiga o'zining ijobiy ta'sirini ko'rsatadi.

2008 yili banklar tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash uchun ajratilgan kreditlar miqdori 2007 yilga nisbatan 68,2 foiz oshib, 1 trln. 251 mlrd. so'mni tashkil etdi

O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi tomonidan 2006 yilda "Mikromoliyalash to'g'risida"gi qonunining qabul qilinishi bilan mamlakatimizda, ayniqsa, qishloq qududlarida mikromoliyaviy

xizmatlar taklif etadigan muassasalarning tashkil etilishi va shu tariqa mazkur xizmatlar bozorining sog'lom raqobat sharoitida rivojlanib bormoqda. 2008 yilida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Yosh oilalarni moddiy va ma'naviy qo'llab-quvvatlashga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida» 2007 yil 18 maydagi Farmoni ijrosini ta'minlash maqsadida tijorat banklari tomonidan yosh oilalarga imtiyozli shartlar asosida 135,7 mlrd. so'm miqdorida ipoteka, iste'mol va mikro kreditlar ajratildi.

Mikro kreditlar bir qancha korsatkichlar boyicha qulaydir: kredit olish qoidasi bir muncha soddalashtirilgan, garov ta'minotining barcha shakllari xal etilgan, kredit pullarining bir qismi naqd shaklida olinadi, aylanma resurslar xaridi asosan kredit berish masalari nisbatan oson xal etiladi.

O'zbekiston Respublikasining milliy valyutadagi kredit mablag'lari manbai bo'lib, tijorat banklari, shuningdek byudjetdan tashqari fondlar (Mehnat vazirligi qoshidagi bandlik yuzasidan yordam ko'rsatish Fondi xamda dehqon va fermer xo'jaliklari Assotsiyasi qoshidagi dehqon va fermer xo'jaliklarining rivojlanishiga yordam berish fondi) xisoblanadi va kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlanishiga yordam beradi.

Moliyaviy ta'minlashning imkonli manbalari quyidagilardir:

- tijorat banklari;
- moliyaviy kompaniyalar;
- investitsion kompaniyalar;
- investitsion fondlar;
- kredit uyushmalari;
- haridorlar; mahsulot beruvchilar;

- do'st va tanishlar;
- xayriya tashkilotlari;
- trans kompaniyalar va banklarning trust bo'linmalari;
- davlat, xalqaro va jamiyat tashkiloti va idoralar, kichik biznesni qo'llash dasturida ishtirok etuvchilar (ularning markaziy va mahalliy idoralari);
- ishlovchilar; dastgox ishlab chiqaruvchilar;
- sug'urta kompaniyalari; nafaqa fondlar;
- xususiy investorlar; moliyaviy maslaxatchilar.

14.2. Kredit mablag'lari va ularni berilish tartibi

O'zbekiston xududida xo'jalik sub'ektlarini kreditlash tijorat banklari tomonidan qaytarib berish, to'lov, ta'minlanganlik, muddatlilik va ajratilgan mablag'lardan foydalanishning maqsadli ishlatilishi sharti asosida amalga oshiriladi. Zarar ko'rib ishlaydigan, nolikvid balansga ega bo'lgan biznes sub'ektlariga kredit berilmaydi, bundan tashqari, uzoq muddatli moliyaviy o'pirilish va zararlarni qoplash uchun kredit olib bo'lmaydi.

Kredit olish uchun potentsial qarz oluvchi o'zining qarz oluvchi moliyaviy va ishlab chiqarish imkoniyatlarini baqolash va ozi uchun quyidagilarni aniq belgilab olishi shart:

- o'z mahsuloti sotish bozorini(talab va taklifni o'rganish);
- loyihani ishlashi uchun kerak bo'ladigan tovar-moddiy boyliklarni, shuningdek, tayyor maxsulotni sotish uchun zarur bolgan shartnomalarning mavjudligi;
- kreditlanayotgan tadbirlarni samaradorligi;
- hisob raqamiga pul mablag'lari kelib tushishining davriyligi;

- kredit va uning foizlarin so'ndirish manb'alarining;
- kredit uchun to'lanadigan to'lovni hisoblash va uni davriyligi.

Shuningdek o'tgan yil uchun o'z moliyaviy va xo'jalik faoliyatini tahlilini tayyorlab qo'yish va joriy davr uchun kelgusini belgilash(biznes -reja) kerak bo'ladi.

Yuqoridagi analitik va kelgusini belgilash ma'lumotlaridan kelib chiqib, qarz oluvchi kredit olish uchun ariza va iltimosnoma tayyorlaydi. Iltimosnomada kredit olish zarurligi, uning samaradorligi, qaytarilishi, tolovligi va ta'minlanganligi, oz kapitalining tarkibi va bu kapitalning kreditlanayotgan tadbirdagi ishtiroki ta'riflanadi.

Iltimosnomaga quyidagilar ilova qilinadi:

- kredit boyicha ariza;
- pul oqimining tahlili ko'rsatilgan biznes reja;
- soliq xizmati tomonidan tasdiqlangan hamda debitorlik va kreditorlik qarzi yoyilmasi va xisobot davri uchun buxgalteriya balansi;
- foyda va zaralar bo'yicha hisobot;
- aylanma mablag'lar aylanishining xisob -kitobi;
- boshqa kreditorlardan olingan qarz mablag'larining va boshqa banklarda saqlanayotgan erkin mablag'lar mavjudligi tog'risida ma'lumotnoma
- o'z kapitali bilan boshqa korxonalarni tashkil etishda qatnashganlik tog'risidagi ma'lumotlar;
- pul mablag'lari oqimining harakati tog'risidagi hisobot.

Kredit so'ndira olmaslik tavakkalidan qutilish uchun qarz oluvchi foydalanishi mumkin bo'lgan ta'minlanganlikka ega bo'lishi kerak.

Ta'minlanganlikning asosiy turi bo'lib mulk va qimmatbaho qog'ozlar garovi, uchinchi shaxslarning kafilligi, shuningdek qarz oluvchi kreditning so'ndirmasligi tavakkalini sug'urtasi hisoblanadi.

14.3. Kichik biznesni kredit bilan ta'minlash shakllari

Kreditning asosiy vazifasi pul vositalarini qaytarib berish sharti bilan korxonalar, tashkilotlar, tarmoqlar va noxiyalar orasida taqsimlash va vaqtincha bo'sh pul mablag'larini samarali ishlatishdan iboratdir. Kreditni boshqa vazifasi bu haqiqiy pullarni kredit pullariga (banknotlar) va kredit operatsiyalariga (naqd pulsiz xisob-kitobga) almashtirishdan iborat. Yuridik yoki jismoniy shaxslar qarzga vosita beruvchilar - kreditorlar, oluvchilar - zayomchilar deb ataladi .

Ajratilish muddatiga ko'ra kredtlar qisqa muddatli, o'rta muddatli va uzoq muddatliga bo'linadi.

Qisqa muddatli kreditlar-12 oygacha muddatda beriladigan ssuda bolib, uning muddati kreditlanadigan tadbirlar muddatidan, qoplanish muddatidan va boshqa shartlardan kelib chiqadi.

O'rta muddatli kreditlar - bu bir yildan ko'proq muddatdan 5 yilgacha muddatga beriladigan ssuda xisoblanadi.

Uzoq muddatli kredit-5 yildan ko'p muddatga, ishlab chiqarish va ijtimoiy yo'nalishdagi ob'ektlarni qurish, qayta qurish, texnik jixatdan jixozlash bilan bog'liq bo'lgan sarmoyali mahsadlar uchun ishlatiladi.

Birinchiidan, kredit to'lash va foiz to'lash sharti bilan ssuda ko'rinishida pul yoki tovar shaklida bo'lishi mumkin.

Ikkinchiidan, kredit o'zini ssuda kapitali harakati shaklida namoyon etadi.

Pul ssudalarini yoki tovarni kapital o'rnida to'g'ridan-to'g'ri berish shakli.

Kichik biznesni kredit bilan ta'minlashni quyidagi **shakllari** mavjud: tijorat, notijorat tashkilotlar orqali beriladigan, bank, davlat, iste'molchi, halqaro.

Tijorat krediti - tovar shaklida (beriluvchi) sotuvchilar tomonidan haridorlarga beriluvchi kredit bo'lib sotilgan tovarni qiymatini orqaroq surishdan iboratdir. Natijada xisob-kitoblar veksel yoki ochiq xisob bilan amalga oshiriladi. Birinchi holatda haridor tovar xujjatlarini olganidan so'ng o'tkazilish sotuvchi tomonidan qo'yilgan vekselni (grattani) talaffuz etadi yoki oddiy veksel rasmiylashtiradi. Ikkinchi holatda sotuvchi haridorning qarz majburiyatlarini olmaydi va qarz bo'yicha xisob ochadi. Qarzni uzish davriy to'lovlar sifatida qisqa muddatlarda (12 oy) amalga oshiriladi.

Tijorat kreditiga bo'lgan zarurat kapitalni ishlatish va muomila vaqtini bir-biriga to'g'ri kelmasligi natijasida kelib chiqadi. Bu yerda tovarni kreditga sotish ishlab chiqarish jarayonining uzluksizligiga yordamlashadi, kapitalni aylanishini tezlashishini va foydani ko'payishini ta'minlaydi. Ushbu shakldagi kredit odatda qisqa muddatli bo'ladi.

Bank krediti ishbilarmon va korxonalariga pul ssudasi ko'rinishida beriladi. Bank ssudasi - bu korxonalar, tashkilotlarning alohida fuqarolarning vaqtincha bo'sh vositalari bo'lib bank tomonidan shartnoma asosida, ularning roziligi bilan jalb qilinadi va ssuda fondi tashkil bo'ladi.

Kredit olish uchun kredit oluvchi va zayomchi tomonidan kredit shartnomasi tuziladi, u o'z ichiga quyidagilarni oladi: kredit turi, miqdori, uning berilish tartibi va muddati, kredit berish sharti, foiz

to'lovining miqdori, har ikkala tomon javobgarligi, kreditor va zayomchilar to'g'risidagi ma'lumotlar.

Kichik biznes taraqqiyoti uchun davlat krediti davlat budjetidan eng muhimi zamonaviy ishbilarmonlik loyihalarini amalga oshirish bo'yicha tasdiqlangan dasturlar asosida beriladi.

Iste'molchi krediti - bu kredit shaklida qarz oluvchi sifatida yuridik shaxs, qarz beruvchi sifatida kredit idorasi, korxonalar va tashkilot chiqishi mumkin. Bu kredit shakli xalqning iste'mol talabini qondirish vositasi sifatida xizmat qiladi va pul yoki tovar shaklida bo'lishi mumkin.

Xalqaro kredit - bu xalqaro iqtisodiy munosabatlar sohasi bo'lib, u turli davlatlar kreditorlar va qarz oluvchilari o'rasida ssuda berish, ishlatish va uni o'zish bo'yicha foiz to'lash bilan amalga oshiriladi. Bu turdagi kredit kichik biznesni taraqqiyot toptirish uchun davlatlararo banklar va firmalar tomonidan xalqaro yordam shaklida beriladi. Halkaro kredit o'lchami va uni berish sharti kredit beruvchi va oluvchilar o'rtasidagi kredit shartnomasida o'z aksini topadi. Firmaning nuqtai nazarida berish va ta'minlashda quyidagi kreditlar bo'lishi mumkin: Tovar, valuta, ta'minlangan (tovar, tijorat xujjatlari bilan va boshqa qiymatlar bilan) va ta'min etilmagan (bank) kreditlar. Qarz oluvchilari bo'yicha kreditlar shaxsiy, davlat va moliyaviy bo'lishi mumkin. Kreditning asosiy shartli xisob-kitob turi bo'lib (to'lash muddati uzaytirilgan xisob) firma krediti, veksel (xisobli) va faktoring hisoblanadi.

Firma krediti - bu kredit berish shaklida mol beruvchi va sotuvchi to'lash muddati uzaytirilgan kreditni haridorga beradi. Bu kabi kredit shaklining birdan-bir misoli mahsulotni iste'molchiga avans berishdir, avans beruvchiga shartnomaga ko'l qo'yilgandan

so'ng o'tkaziladi.

Veksel krediti - bu vekselni bank tomonidan sotib olish, (xisobli) veksel egasidan to'lash muddati kelmasdan sotib olishdir, ya'ni veksel egasi bankdan muddatidan ilgari vekselda ko'rsatilgan pul miqdorini, tijorat to'lovlarini, xisob to'lovini va boshqa harajatlarni ayirgandan keyingisini oladi.

Faktoring - bu aylanuvchi vositalarni kredit bilan ta'minlashda o'rtada turuvchining faoliyati turidir. O'rtada turuvchi kompaniya (bank) ma'lum to'lov evaziga ishbiarmonlar tarkibidan haridorlardan uning xisobiga olinadigan pul mablag'ini olish huquqiga ega bo'ladi (debitorlik qarzini inkassaga ko'shish huquqi). Shu bilan birga o'rtada turuvchi mijozni aylanuvchi vositasini kredit bilan ta'minlaydi va uning kredit va valuta tavakkalchiligini o'z zimmasiga oladi. O'rtada turuvchi tovar sotuvchining o'zaro munosabatlari faktoring bo'yicha shartnoma bilan tartibga solinadi.

Ochiq, xisob bo'yicha kredit bilan ta'minlash - bu sotuvchini doimiy haridoriga ta'min etmasdan va tez foiz to'lamasdan to'lov muddati uzaytirilgan shakldagi kreditidir. Sotuvchi haridorga tovarni uning manzilgoxiga tovar taqsimlash xujjatlari bilan qarz miqdorini haridor nomiga ochilgan debet xisobiga o'tkazadi. Haridor shartnomada ko'rilgan mudadtlarda o'z qarzini ochiq xisob bo'yicha o'zib boradi.

Overdraft - qisqa muddatli kreditlash shakli bo'lib banklar amaliyotida ishlatiladi. U Angliyada paydo bo'ldi. Overdraftning mazmuni shundan iboratki, odatda bankning ishonchli mijoziga ma'lum chegarada cheklar bilan qarz to'lash huquqi beriladi. Bu kabi operatsiya natijasida manfiy balans bunyod bo'ladi, ya'ni debitorlik saldosi - (mijozni bankka qarzi). Bank va mijoz o'zaro shartnoma

tuzib unda overdraftning eng katta miqdori, kredit berish sharti, uni qaytarish tartibi va overdraft uchun foiz miqdori belgilanadi.

Qisqacha xulosa

Ishbilarmonlik tizimlarini kredit bilan ta'minlash - bu ularga moliyaviy pul yoki tovar shaklidagi vositalarni ma'lum muddatga xo'jalik faoliyatini amalga oshirish uchun berishdir. Kredit qarzga pul olishning eng keng tarqalgan shakli hisoblanadi. Milliy valyutadagi kredit mablag'larining manbai bolib tijorat banklariva byudjetdan tashqari fondlar qisoblanadi. Bular kichik biznesga yordam berish maqsadida amal qiladi va mamlakat iqtisodiyotining ustivor soqalaridagi biznesni raqbatlantiruvchi imtiyozli kreditlar beradilar. Kichik biznesni yuritishga mablag' jalb etishning yana bir yonalishi mikrokreditlar xisoblanadi.Kichik biznesni moliyalash va kredit bilan o'z vaqtida ta'minlash uning rivojlanishini asosiy omilidir. Kichik biznesni kredit bilan ta'minlashni quyidagi shakllari mavjud: tijorat, notijorat tashkilotlar orqali beriladigan, bank, davlat, iste'molchi, halqaro. Kredit olish uchun kredit oluvchi va zayomchi tomonidan kredit shartnomasi tuziladi, u o'z ichiga quyidagilarni oladi: kredit turi, miqdori, uning berilish tartibi va muddati, kredit berish sharti, foiz to'lovining miqdori, har ikkala tomon javobgarligi, kreditor va zayomchilar to'g'risidagi ma'lumotlar.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

- 1.Moliyaviy resurslarning mohiyatini tushintirib bering
2. Moliyaviy kapitalning mohiyatini tushintirib bering
3. Kichik biznesning moliyaviy resurs manbalarini ko'rsatib bering
- 4.Kapital investitsiyasi nima?
- 5.Kapital investitsiyasining turlari nimalardan iborat?
- 6 .Kichik biznesni kredit bilan ta'minlash shakllarini izohlang.

7. Kichik biznesni moliya bilan ta'minlashda bankning roli qanday ?
8. Kichik biznesda moliyaviy menejerni orni qanday ?
9. Kichik biznesda moliyaviy quvvatlash tadbirlari nimalardan iborat ?
10. Kichik biznesda moliyaviy resurslarni qanday ko'paytirish mumkin ?

Asosiy adabiyotlar.

1. Денежное обращение, финансы, кредит и налоговая система: Учеб. пособие. — М.: РИОР, 2007. — 120 с.
2. Балтина А.М., Волохина В.А., Попова Н.В. Финансовые системы зарубежных стран: учеб. пособ. – М.: Финансы и статистика, 2007.-304с.
3. Деньги. Кредит. Банки: Учебник. Под ред. проф. Е.Ф. Жукова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 703 с.

XV-BOB: KICHIK BIZNES KORXONALARINI SOLIQQA TORTISH

15.1. Kichik biznes xo'jalik sub'ektlarini soliqqa tortish

Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida mamlakat miqyosida kichik biznes faoliyatining ahvoli va uning rivojlanish darajasi boshqa ko'pgina omillar bilan bir qatorda soliq siyosatiga ham bevosita bog'liqdir.

Kichik biznes xo'jalik sub'ektlarining soliqqa tortishning soddalashtirilgan tizimining qo'llanishi - davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning asosiy yo'nalishlaridan biridir.

Soliq - kichik korxonalar faoliyati jarayonida majburiy tartibda amalga oshiriladigan davlat tomonidan belgilangan to'lovdir. Respublikamizda kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirish maqsadida soliq tizimida tub islohotlar amalga oshirilib, soddalashtirilgan soliq tizimi ishlab chiqildi. Soliqqa tortishning soddalashtirilgan tizimi- yoki yagona soliq mikrofirmalar va kichik korxonalariga bir qator soliqlar o'rniga qo'llaniladi. Bunda kichik korxonalar yoki mikrofirmalar qaysi soliq tizimi bo'yicha soliq to'lashlarini o'zlari qabul qilishlari mumkin. Yagona soliq tadbirkorlikni rivojlantirishni yanada raq'batlantirish maqsadida 1998 yilda joriy qilingan. Unga muvofiq mikrofirmalar va kichik korxonalarining umumdavlat soliqlari, shuningdek maxalliy soliqlar va yiq'implar majmuasi o'rniga yagona soliq to'lashni ko'zda tutadi. Kichik korxonalar yoki mikrofirmalar turli soliq va yig'implarni hisobga olish va to'lash majburiyatidan ozod etilib, korxonalar faoliyati turiga boq'liq xolda, aniq belgilab qo'yilgan bitta soliqning o'zini to'laydi. Bunda buxgalteriya xisobotining datslabki xujjatlarni shakli xamda daromadlar va xarajatlar xisobini yuritish kitobi xam muayyan

tarzda soddalashtiriladi.

Amaldagi qonunchilikka asosan xo'jalik yurituvchi sub'ektlar uchun umumbelgilangan soliqqa tortish tizimi bilan bir qatorda soddalashtirilgan soliq tizimi ham amal qiladi. Soliqqa tortishning u yoki bu tartibini tanlash soliq to'lovchilar tomonidan mutsaqil ravishda amalga oshiriladi. Tashkilotlar tomonidan soddalashtirilgan soliqqa tortish tizimini qo'llash, soliq solish davrida tashkilotlarni moliyaviy-xo'jalik faoliyati bo'yicha umumbelgilangan tartibda o'rnatilgan soliqlarni to'lash o'rniga joriy qilingan.

Ta'kidlash joizki, alohida toifadagi soliq to'lovchilarga nisbatan soddalashtirilgan soliqqa tortish tartibini qo'llash amaliyoti dunyoning ko'pgina mamlakatlarida keng tarqalgan bo'lib, bizning respublikada ham o'zining ijobiy natijalarini bermoqda. Masalan, kichik korxonalar va mikrofirmalar uchun soddalashtirilgan yagona soliqning joriy etilishi kichik biznesni rivojlantirishni rag'batlantirishga, YaIMda xususiy sektor ulushini ko'paytirishga hamda aholi o'rtasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishga qaratilgandir.

Soliq solishning soddalashtirilgan tartibi soliq to'lovchilarning ayrim toifalari uchun qo'llaniladi va yagona soliq to'lovini, yagona er solig'ini hamda tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari bo'yicha qat'iy belgilangan soliqni qisoblab chiqarish hamda to'lashning maxsus qoidalari qo'llanilishini, shuningdek mazkur soliqlar bo'yicha soliq hisoboti taqdim etilishini nazarda tutadi.

Umumbelgilangan tartibdagi soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni to'lash tartibidagi kichik biznes sub'ektlari soliqlar, yig'imlar, ajratmalar hamda boshqa majburiy to'lovlar bo'yicha barcha hisob-kitoblarni davlat soliq xizmati organlariga har chorakda

hisobot choragidan keyingi oyning 25-kunidan kechikmay taqdim etadilar.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005 yil 20 iyundagi «Mikrofirmalar va kichik korxonalarni rivojlantirishni rag'batlantirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi PF-3620-sonli Farmoniga asosan, 2005 yilning 1 iyulidan boshlab mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun yagona soliq, byudjetdan tashqari Pensiya jamg'armasi, Respublika yo'l jamg'armasi va Maktab ta'limi jamg'armasiga majburiy ajratmalar to'lash o'rniga yagona soliq to'lovi joriy etilgan.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maqkamasining 2002 yil 13 noyabrdagi 390-sonli «Bozorni its'emol tovarlari bilan to'ldirishni rag'batlantirish hamda ishlab chiqaruvchilar va savdo tashkilotlarining o'zaro munosabatlarini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi qaroriga asosan, 2003 yil 1 yanvardan 2007 yil 31 dekabrgacha:

mikrofirmalar va kichik korxonalar itse'mol tovarlari ishlab chiqarishdan olingan tushumdan yagona soliq to'lovini amaldagi stavkadan 25 foizga kamaytirilgan stavka bo'yicha to'laydilar;

ishlab chiqarish korxonalarining itse'mol tovarlari ishlab chiqarish fizik hajmlarni ko'paytirish hisobiga olingan daromadlari (foydas) yagona soliq to'lovi to'lashdan ozod qilinadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2000 yil 5 iyundagi PF-2613-sonli «Eksport mahsuloti ishlab chiqaruvchilarni rag'batlantirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida» Farmoniga asosan, eksport qiluvchi korxonalar uchun umumiy savdo-sotiq hajmida o'zi ishlab chiqargan va erkin almashtiriladigan valyutaga eksport qilingan tovarlar (ishlar, xizmatlar) eksporti ulushiga qarab yagona soliq to'lovi to'lashning quyidagi tartibi

belgilangan:

-eksport ulushi 15 foizdan 30 foizgacha miqdorda bo'lganida - belgilangan stavka 30 foizga kamaytiriladi;

-eksport ulushi 30 va undan ko'proq foiz bo'lganida - belgilangan stavka 2 baravar kamaytiriladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 22 iyundagi Pq-386-sonli "2006-2008 yillarda mahaliy xomashyo negizida tayyor mahsulot, butlovchi buyumlar va materiallar ishlab chiqarishni mahaliylashtirish datsuri to'g'risida»gi qaroriga asosan, mahaliylashtirish datsuriga kiritilgan mikrofirma va kichik korxonalar, mahaliylashtirish loyihalari bo'yicha ishlab chiqarilgan mahsulotdan olingan daromad yagona soliq to'lovi to'lashdan ozod qilingan.

Amaldagi soliq qonunchiligiga muvofiq xususiy korxonalarga soliq imtiyozlari Soliq kodeksi va O'zbekiston Respublikasi hukumatining alohida qarorlari asosida tadbiiq qilinadi.

Shu bilan bir qatorda, O'zbekiston Respublikasining 2003 yil 11 dekabrdaqi 558-II-sonli "Xususiy korxonona to'g'risida»gi qonuniga asosan, xususiy korxonaning foydasi soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar to'langanidan so'ng korxonona mulkdorining tasarrufiga o'tadi hamda unga soliq solinmaydi.

Soliqqa tortishning soddalashtirilgan tartibning amal qilish qamrovi 2007 yilda yanada kengaytirildi. Bunda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 18 dekabrdaqi "O'zbekiston Respublikasining 2007 yilgi asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlari prognozi va davlat byudjeti parametrlari to'g'risidaqi Pq-532 sonli qaroriga muvofiq, 2007 yilning 1 yanvaridan boshlab ilgari to'lanadigan soliqlar va davlat maqsadli jamg'armalariga hamda

O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi huzuridagi byudjetdan tashqari Maktab ta'limi jamg'armasiga majburiy to'lovlar o'rniga:

savdo va umumiy ovqatlanish korxonalari;

lotereyalar va tavakkalchilikka asoslangan boshqa o'yinlarni tashkil etish bo'yicha faoliyatni amalga oshiruvchi yuridik shaxslar;

tayyorlov, ta'minot-sotish, brokerlik faoliyati, shuningdek komission shartnomalar (topshiriqlar) bo'yicha vositachilik xizmatlari ko'rsatuvchi mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun yagona soliq to'lovi joriy etilishi belgilangan.

Ozbekiston Respublikasi Prezidentining 2005 yil 20 iyundagi "Mikrofirmalar va kichik korxonalarni rivojlantirishni rag'batlantirish borasidagi qoshimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi farmonida kichik biznesning mamlakat iqtisodiyotidagi ahamiyati va ulushini tubdan o'shinish maqsadida:

2005 yilning 1 iyulidan boshlab mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun yagona soliq, budjetdan tashqari Pensiya jamg'armasi, Respublika yo'l jamg'armasi va Maktab ta'limi jamg'armasiga majburiy ajratmalar to'lash o'rniga yagona soliq, to'lovi joriy etildi.

Mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun yagona soliq to'lovi stavkalari quyidagicha belgilandi: qishloq xo'jalik korxonalari - yagona soliq to'laydiganlar bundan mutsasno- sotilgan tovarlar(bajarilgan ishlar, xizmatlar) hajmidagi nisbatan 6% xisobida, yuridik va jismoniy shaxslarni jalb etish yo'li bilan ommaviy tadbirlarni tashkil etishdan daromad oladigan, gastrol-kontsert faoliyati bilan shug'ullanish litsenziyasiga ega bo'lgan korxonalar - 30%, xususiy amaliyot bilan shug'ullanuvchi notariuslar- 50 %, iqtisodiyotning barcha tarmoqlari -13 % xisobida belgilandi (15.1.-

jadvalda ko'rsatib o'tilgan bandlari bundan mustasno).

Yangi tashkil etilayotgan mikrofirmalar va kichik korxonalar yagona soliq, to'lovini to'lash muddatini bir yilga kechiktirish, kechiktirilgan summani imtiyozli davr tugagandan keyin teng ulushlarda 12 oy davomida to'lash hug'uqi berildi. Yagona soliq to'lovini to'laydigan mikrofirma va kichik korxonalar qonun hujjatlariga muvofiq ijaraga olingan er maydonlari uchun byudjetga ijara haqi to'lashdan ozod qilindi.

Yaratilayotgan imkoniyatlar, tadbirkorlarning huquq va manfaatlarini himoya qilish borasida samarali mexanizmning amalda joriy etilgani iqtisodiyotimizda muhim o'rin tutuvchi xususiy tarmoqning izchil rivojlanishiga yo'l ochdi. Zero, tadbirkorlik rivoji mamlakatimiz ishlab chiqarish salohiyatining yanada ortishiga, xalqimiz turmush darajasining yuksalishiga xizmat qiladi.

15.2. Kichik biznes va tadbirkorlik sub'ektlarida soliqlarning soddalashtirilgan tizimini qo'llash tartibi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 12.12.2007 yildagi № Pq-744 son qaroriga asosan 2008 yilda Yagona soliq to'lovi quyidagi stavkalar bo'yicha undiriladi :

15.1.-jadval

Mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun(savdo va umumiy
ovqatlanish korxonalaridan tashqari)

№	Soliq to'lovchilar	Soliq stavkasi soliq solinadigan zaganisbatan %da
1	Iqtisodiyotning barcha tarmoqlari korxonalari, 2-6-bandlarda ko'rsatib o'tilganlari bundan mustasno	8
2	Kompyuter dasturiy mahsulotlarini ishlab chiqish va joriy etish tovarlar (ishlar, xizmatlar) realizatsiyasi umumiy qajmining kamida 80 foizini tashkil etadigan korxonalar	5
3	qishloq xo'jaligi korxonalari asosiy faoliyati bo'yicha, yagona er solig'i to'lovchilari qisoblanadigan qishloq xo'jaligi tovar ishlab chiqaruvchilari bundan mustasno	6
4	Gastrol-kontsert faoliyati bilan shuqullanish uchun litsenziyaga ega bo'lgan yuridik va jismoniy shaxslarni (shu jumladan norezidentlarni) jalb etish yo'li bilan ommaviy tomosha tadbirlarini tashkil etishdan daromad oladigan korxonalar	30
5	Tayyorlov va ta'minot-sotish tashkilotlari, brokerlik idoralari (6-bandda ko'rsatilganlaridan tashqari), shuningdek vositachilik, topshiriq va boshqa shartnomalar bo'yicha vositachilik xizmatlari ko'rsatadigan korxonalar	33
6	qimmatli qoqozlar bozorida brokerlik faoliyatini amalga oshiradigan korxonalar	13
7	O'zi ishlab chiqargan tovarlar, ishlar, xizmatlar (O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1997 yil 10 oktyabrdagi PF-1871-son Farmoni bilan tasdiqlangan ro'yxatda keltirilgan xom ashyo mahsulotlaridan tashqari) eksportining (ishlarni bajarish, xizmatlarni ko'rsatish joyidan qat'i nazar) erkin almashtiriladigan valyutadagi qissasi quyidagi miqdorlarni tashkil etadigan korxonalar uchun:	
	sotishning umumiy hajmida 15 foizdan 30 foizgachani	belgilangan stavka 30%ga pasaytiriladi
	sotishning umumiy hajmida 30 foiz va undan ortiq foizni	belgilangan stavka 50%ga pasaytiriladi

8	Maishiy xizmatlar sohasi korxonalarini uchun plastik kartalarni qo'llagan holda haqi to'langan ko'rsatilgan xizmatlar hajmi bo'yicha	Belgilangan stavka 10%ga pasaytiriladi
---	--	--

5.2.-jadval

Savdo va umumiy ovqatlanish korxonalarini, shu jumladan mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun

N	Soliq to'lovchilar	Soliq solinadigan bazaga nisbatan soliq stavkasi, % da
	Umumiy ovqatlanish korxonalarini	10
1.	ulardan: umumiy ta'lim maktablari, maktab-internatlar, o'rta maxsus, kasb-qunar va oliy o'quv yurtlariga xizmat ko'rsatuvchi ixtisoslashgan umumiy ovqatlanish korxonalarini	8
2.	Chakana savdo korxonalarini (4-bandda ko'rsatilganlaridan tashqari):	
	aholisi soni 100 ming va undan ko'p kishidan iborat shaqarlarda	4
	boshqa aholi punktlarida	2
	borish qiyin bo'lgan va toqlik tumanlarda joylashgan	1
3.	Ulgurji savdo korxonalarini (4-bandda ko'rsatilganlaridan tashqari)	5
4.	Ulgurji va chakana dorixona tashkilotlari:	
	aholisi soni 100 ming va undan ko'p kishidan iborat shaqarlarda	3
	boshqa aholi punktlarida	2
	Boorish qiyin bo'lgan va tog'lik tumanlarda joylashgan	1
5.	1, 2 va 4-bandlarda ko'rsatilgan korxonalar uchun (ulgurji dorixona tashkilotlaridan tashqari), plastik kartalarni qo'llagan holda haqi to'langan ko'rsatilgan xizmatlar hajmi bo'yicha	belgilangan stavka 10%ga pasaytiriladi

15.3.-jadval

Ayrim turdagi korxonalar uchun

N	To'lovchilar	Soliq solinadigan bazaga
---	--------------	--------------------------

		nisbatan %da
1.	Lotereyalar tashkil etish bo'yicha faoliyatni amalga oshiruvchi korxonalar (mazkur faoliyat turi doirasida)	33
2.	Xususiy amaliyot bilan shug'ullanadigan notariuslar	50

Bugungi kunda soliq yukini kamaytirish maqsadida, soliq turlari va majburiy to'lovlar sonini qisqartirish hisobiga soliqqa tortish tizimini unifikatsiyalash yo'li bilan soliq tizimini soddalashtirish, turli mulkchilik shaklidagi kichik tadbirkorlik sub'ektlari uchun dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

Shunday qilib xulosa qiladigan bo'lsak, soliq tizimini soddalashtirish, takomillashtirish tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishga, ishlab chiqarishni rag'batlantirishga, xizmatlar ko'rsatish va ishlar bajarish segmentlarini kengaytirishga, aholi bandligini oshirish yo'li bilan real daromadlarni oshirishga yo'naltirilgan. Shuning uchun soliqqa tortish mexanizmini osonlashtirishni ta'minlash, korxonalar soliq to'lovlarini soddalashtirish va soliq majburiyatlarini bajarilishini samarali nazorat qilish hamda soliq va to'lovlarni unifikatsiyalash (birxillashtirish)ga katta e'tibor qaratilmoqda.

Yuqoridagilarni umumlashtirgan holda, turli mulkchilik shaklidagi kichik korxonalarni soliqqa tortishning ushbu tartibda soliqqa tortish strategiyasi aholi daromadlarni oshirishga yo'naltirilgan bo'lib, tadbirkorlik faoliyatini rag'batlantirish vositasi bo'lib xizmat qiladi. Bunday yondashuv kichik biznes sub'ektlari sonining o'sishiga, ular faoliyatini barqarorlashtirishga hamda byudjet daromadlarini shakllantirishda soliq tushumlari ulushining oshishiga imkon beradi.

15.3. Iqtisodiyotga soliq yukini kamaytirish bo'yicha

ko'rilgan chora-tadbirlar

Mamlakatimizda soliq yukini kamaytirish bo'yicha quyidagi chora-tadbirlar ko'rildi: Birinchidan, korxonalaridan olinadigan foyda solig'i stavkasi 1996 yildagi 37%dan 8%gacha pasaytirildi. Bundan tashqari, korxonalarining investitsion faoliyati bilan bog'liq xarajatlari foyda solig'ining soliqqa tortish bazasidan chiqarib tashlandi. Ushbu chora-tadbirlarni amalga oshirishdan ko'zlangan asosiy maqsad korxonalar ixtiyorida aylanma va investitsiya mablag'larini saqlab qolish hisobiga ishlab chiqarishni kengaytirish va ular tomonidan ishlab chiqarishga yangi texnologiyalarning joriy qilinishi uchun zarur shart-sharoit yaratishdir.

Ikkinchidan, amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotarning ustuvor yo'nalishlaridan biri bo'lgan kichik biznesni yanada rivojlanishini va uning mamlakat iqtisodiyotidagi o'rnining yanada oshishini ta'minlash maqsadida, kichik korxonalar va mikrofirmalar uchun yagona soliq to'lovi stavkasi 2004 yildagi 13%dan 2010 йилда 7%gacha pasaytirildi.

Uchinchidan, jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'ining quyi stavkasi 1996 yildagi 15 foizdan 13 foizgacha eng yuqori stavkasi esa 40 foizdan 25 foizgacha pasaytirildi hamda soliqqa tortish tartibi 4 pog'onali soliqqa tortishdan 3 pog'onali soliqqa tortishga o'tish hisobiga soddalashtirildi. Shu bilan birga, mehnatga haq to'lash jamg'armasidan olinadigan majburiy ajratmalar jamlanma stavkasi 40 foizdan 24 foizgacha pasaytirildi va soliqqa tortish tartibini soddalashtirish maqsadida bir nechta majburiy ajratmalar o'rniga Yagona ijtimoiy to'lov joriy qilindi.

Bunday chora-tadbirlarni amalga oshirilishi hisobiga aholining real daromadlarining o'shishiga erishildi hamda ish haqi fondini

soliqqa tortish stavkasining pasaytirilishi hisobiga iqtisodiyotga soliq yuki sezilarli ravishda kamaytirildi.

To'rtinchidan, xo'jalik yurituvchi sub'ektlar tomonidan mamlakatimizning tabiiy resurslaridan samarali va oqilona foydalanishni rag'batlantirish maqsadida, resurs soliqlari stavkalari muntazam ravishda deflyator bilan barobar miqdorda indeksatsiya qilib kelinmoqda. Buning natijasida na faqat mamlakatimizning tabiiy resurslaridan samarali foydalanilishiga, balki Davlat byudjeti daromadlari tarkibida resurs soliqlarining ahamiyatini oshirishga erishilmoqda. Xususan, resurs soliqlarining Davlat byudjeti jami daromadlaridagi ulushining 1996 yildagi 5,9 foizdan 17,4 foizgacha o'sishi ta'minlandi.

Beshinchidan, mahalliy byudjetlarning daromadlar bazasini mustahkamlash hamda avtotransport vositalari bo'yicha jismoniy shaxslarni mol-mulk solig'iga tortish tartibini takomillashtirish maqsadida ushbu turdagi mol-mulk solig'i o'rniga jismoniy shaxslardan transport vositalariga benzin, dizel yoqilqisi va gaz ishlatganlik uchun olinadigan soliq joriy qilindi.

Oltinchidan, soliqlar sonini kamaytirish va xo'jalik yurituvchi sub'ektlarga soliq yukini kamaytirish maqsadida ekologiya solig'i bekor qilindi. Shu bilan birga, mahalliy ishlab chiqaruvchilarning mahsulotlarining raqobatbardoshligini ta'minlash maqsadida, guruch yormasi, xo'jalik va atir sovuni bo'yicha aktsiz solig'i bekor qilindi.

Yuqorida aytib o'tilgan iqtisodiyotga soliq yukini kamaytirish va soliqqa tortish tizimini takomillashtirish bo'yicha amalga oshirilgan chora-tadbirlar mamlakat iqtisodiyotining barqaror va yuqori sur'atlarda rivojlanishida muhim rol o'ynamoqda. Shuningdek, ushbu

islohotar iqtisodiyot tarkibida tadbirkorlikning, ayniqsa, kichik tadbirkorlik salmog'ining ortishiga, yangi ish joylarining tashkil qilinishiga va nihoyat aholi farovonligining yuksalishiga xizmat qilmoqda.

Qisqacha xulosalar

“Xususiy korxonalar to'g'risida»gi qonunga asosan, xususiy korxonaning foydasi soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar to'langanidan so'ng korxonalar mulkdorining tasarrufiga o'tadi hamda unga soliq solinmaydi. Amaldagi soliq qonunchiligiga muvofiq xususiy korxonalar soliq imtiyozlari Soliq kodeksi va O'zbekiston Respublikasi hukumatining alohida qarorlari asosida tadbiriq qilinadi. Turli mulkchilik shaklidagi kichik korxonalar soliqqa tortishning ushbu tartibda soliqqa tortish strategiyasi aholi daromadlarni oshirishga yo'naltirilgan bo'lib, tadbirkorlik faoliyatini rag'batlantirish vositasi bo'lib xizmat qiladi. Bunday yondashuv kichik biznes sub'ektlari sonining o'sishiga, ular faoliyatini barqarorlashtirishga hamda byudjet daromadlarini shakllantirishda soliq tushumlari ulushining oshishiga imkon beradi.

Nazorat uchun savollar

1. Kichik biznes xo'jalik sub'ektlarining soliqqa tortishning soddalashtirilgan tizimining mohiyatini tushintiring
2. Kichik biznes xo'jalik sub'ektlarining soliqqa tortishning soddalashtirilgan tizimining kichik biznesni rivojlantirishdagi o'rni nimadan iborat?
3. Yagona soliq tadbirkorlikni rivojlantirishni yanada rag'batlantirish maqsadida qachon joriy qilingan?
4. 2005yilning 1 iyulidan boshlab mikrofirmalar va kichik

- korxonalar uchun qanday soliq to'lovi joriy etildi?
5. Mamlakatimizda soliq yukini kamaytirish bo'yicha qanday chora-tadbirlar ko'rildi?
 6. Mahaliy byudjetlarning daromadlar bazasini mustahkamlash hamda avtotransport vositalari bo'yicha jismoniy shaxslarni mol-mulk solig'iga tortish tartibini takomillashtirish maqsadida qanday chora-tadbirlar ko'rildi?
 7. Xo'jalik yurituvchi sub'ektlar tomonidan mamlakatimizning tabiiy resurslaridan samarali va oqilona foydalanishni rag'batlantirish maqsadida qanday chora-tadbirlar ko'rildi?
 8. Nima uchun korxonalarning investitsion faoliyati bilan bog'liq xarajatlari foyda solig'ining soliqqa tortish bazasidan chiqarib tashlandi ?
 9. Eksport mahsuloti ishlab chiqaruvchilarni rag'batlantirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar qanday?
 10. Ish haqi fondini soliqqa tortish stavkasining pasaytirilishi qachon joriy qilingan?

Asosiy adabiyotlar

1. А.Бекмурадов, Р.Тожиев, Х.Курбонов, К.Солиев, С. Рузиев. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 4-қисм. Молия ва банк тизимидаги ислохатлар самараси. Т.: ТДИУ, 2005, 62
2. Денежное обращение, финансы, кредит и налоговая система: Учеб. пособие. — М.: РИОР, 2007. — 120 с.
3. Деньги. Кредит. Банки: Учебник. Под ред. проф. Е.Ф. Жукова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 703 с.

4. Балтина А.М., Волохина В.А., Попова Н.В. Финансовые системы зарубежных стран: учеб. пособ. – М.: Финансы и статистика, 2007.-304с.

XVI BOB. KICHIK BIZNES XO'JALIK SUBYEKTLARINI TASHQI IQTISODIY FAOLIYATI

16.1. Kichik biznes korxonalarini samaradorligini oshirishda tashqi iqtisodiy faoliyatni o'rnini

O'zbekistonda amalga oshirilayotgan ijtimoiy iqtisodiy islohotlarda tashqi iqtisodiy munosabatlar va omillar g'oyat muhim o'rin tutadi. Kichik biznes korxonalarini samaradorligini oshirishda tashqi iqtisodiy faoliyatni o'rnini ham juda kattadir.

Hozirgi sharoitda tashqi iqtisodiy munosabatlar iqtisodiy va ilmiy texnikaviy rivojlanishining qudratli jadallashtiruvchisi bo'lib qoldi. Hozirgi kunda jahon amaliyotining eng yangi yutuqlarini egallash, xalqaro mehnat taqsimotida ishtirok etish mamlakatni asosiy iqtisodiy vazifalarini hal etishda qo'shimcha imkoniyatlar yaratadi. Eng avvalo, tashqi aloqalarda ishlab chiqarishning eng samarali tarmoqlarini jamlash, ayni chog'da xorijdan keltirish foydaliroq bo'lgan tovarlarni ishlab chiqaruvchi quvvatlarni kengaytirishdan voz kechish imkonini beradi. Ana shu asosda butun iqtisodiyotning, uning ayrim tarmoqlarining yoki ayrim firma va korxonalarining tuzilishini tashkil etish va takomillashtirish uchun imkoniyat paydo bo'ladi.

Shuni aytib o'tish muhimki, tashqi iqtisodiy faoliyat birgalikdagi tadqiqotlar va yechimlarni tashkil etish yoli bilan ham, butun tarmoqlar va ishlab chiqarishni zamonaviy texnika bilan juda tez qayta jihozlash yo'li bilan ham va nihoyat jahon tajribasida sinovdan o'tgan va samarali qo'llanilayotgan o'rta va kichik biznes korxonalarida ishlab chiqarishni boshqarish hamda uni tashkil etishni o'rganish va tadbiq etish bilan ham milliy iqtisodiyot taraqqiyotini tezlashtirish imkonini beradi. Shuningdek o'rta va

kichik biznes korxonalarining tashqi iqtisodiy aloqalarini rivojlantirish ijtimoiy vazifalarni ham yanada muvaffaqiyatliroq hal etishga zamin yaratadi.

O'zbekistonda hozirgi kunda bevosita kichik ishlab chiqarishni va xizmat ko'rsatishni - kichik biznes korxonalarini tashqi iqtisodiy munosabatlarga jalb qilish, ya'ni eksport uchun mahsulot ishlab chiqaruvchilarning tashqi bozorga mustaqil ravishda chiqishlarini ta'minlash, jahon amaliyoti tajribalarining eng yangi shakl va uslublarini joriy etishni jadallashtirish, iqtisodiy manfaatdorlikni vujudga keltirish hamda tashqi iqtisodiy aloqalar samaradorligini oshirish tashqi iqtisodiy jabhadagi tub o'zgarishlarning asosiy maqsadlaridan biridir.

Respublika korxonalarini tomonidan eksport qilinadigan bir qator mahsulot turlari bo'yicha jahon tovar bozorlaridagi joriy konyunkturaning keskin yomonlashuvi - bugungi kunda g'oyat dolzarb bo'lib turgan masalalardan biridir.

Qayd etilgan qiyinchiliklarni bartaraf etish maqsadida, eksport qiluvchi korxonalarining tashqi bozorlardagi raqobatbardoshligini ta'minlash va eksport uchun qo'shimcha omillarni yaratishda ularni qo'llab-quvvatlash bo'yicha Hukumat tomonidan aniq choralar ko'rish nazarda tutilgan. Shu maqsadda eksport qiluvchi korxonalariga aylanma mablag'larini to'ldirish uchun imtiyozli kreditlar ajratish, ularga vaqtinchalik soliq imtiyozlari va mavjud kreditorlik qarzini restrukturizatsiya qilish imkoniyatini berish mo'ljallanmoqda.

Ko'rilgan aniq choralar natijasida tashqi savdo tarkibida chuqur ijobiy o'zgarishlar ro'y bermoqda. Keyingi yillar mobaynida eksport

tarkibida raqobatdosh tayyor mahsulot salmog'ining barqaror o'sish tendensiyasi va xom ashyo etkazib beruvchi tarmoqlar mahsulotlari ulushining kamayib borayotgani yaqqol ko'zga tashlanmoqda.

Tashqi bozorlar uchun kurashdagi muvaffaqiyatlar ko'p jixatdan tashqi iqtisodiy faoliyatning qay darajada tashkil qilinganligi va uni boshqarish sifatiga bog'liq bo'ladi.

16.2. Kichik biznes korxonalariga tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish omillari, muommolari.

Kichik biznes korxonasi tashqi iqtisodiy faoliyatni boshqarishning tashkiliy tuzilmasi avvalo shu faoliyatning xarakteri, xajmi xamda ishlab chiqariladigan maxsulot xususiyatlari, korxonaning moliyaviy imkoniyatlari va ko'pgina boshqa omillarga bog'liqdir.

Ayni vaqtda, eng avvalo, jahon tovar bozorlari konyunkturasining yomonlashuvi, raqobatning keskinlashuvi kabi bir qator tashqi omillar mavjudki, bular O'zbekiston korxonalari tomonidan eksport qilinadigan ayrim mahsulot turlarining narxi va hajmlari pasayishi orqali iqtisodiyotimizga salbiy ta'sir o'tkazmoqda.

Tashqi bozorlarni o'zlashtirishgda eksportchi korxonalar tomonidan agentlik kompaniyasi shaklidagi strategik bo'linmani tashkil qilish maqsadga muvofiqdir. Bunday ishlar xalqaro amaliyotda keng tarqalgan. Bu yerda **agent** deganda eksport operatsiyalarini masalalarini hal qilishga safarbar qilingan rezident

nazarda tutilib, u bir tomondan tashqi bozorning holati, mavjud o'zaro hamkorlik mexanizmlari, turli eksport bozorlarining milliy xususiyatlari, harakatlarini qaratish lozim bo'lgan potensial nuqtalar hakida qushimcha malumot oladi. Ikkinchi tomondan esa, bu yerda kompaniyaning global strategik miqyosda xatoga yo'l qo'yish ehtimoli juda kichikdir, chunki tashqi bozorga kirib borish darajasi va tarmoqni rivojlantirishga sarflangan xarajatlar ko'lami hali u darajada yuqori emas. Agent deyarli eksport maxsulot ishlab chiqaruvchi kompaniyalarning bo'linmasi kabi ish tutadi, ammo uning daromadi sotilgan maxsulot uchun komission mukofotdan yoki tovarni o'z hisobiga sotib olib, o'z nomidan sotganda qo'shiladigan ustamadan iborat bo'ladi.

O'zbekiston respublikasi tashqi iqtisodiy aloqalar agentligi kichik biznes korxonalariga tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirishda, eng avvalo eksport faoliyatida, shuningdek investitsiyalarni jalb etishda va boshqa faoliyatda ko'maklashadi. Kichik biznes korxonalarini, shuningdek tashqi iqtisodiy faoliyat boshqa sub'ektlarni huquq, narh volyuta, moliya, kredit masalalari bo'yicha tashqi bozorning eksportga yetkazib berilayotgan mahsulotlar sifatiga, texnik tavsifnomalarga talablar bo'yicha metodik axborot va konsultativ taminlashni amalga oshiradi. Korxonalarga tashqi iqtisodiy aloqalarni amalga oshirishda keng huquqlar berilgan bo'lib, bu butun ijtimoiy iqtisodiy xayotni demokratiyalash jarayonining ko'rinishlaridan biridir. Hukumatimiz tomondan shu narsa belgilab qo'yildiki, mamlakat eksport bazasini rivojlantirish, tashqi bozorda raqobatga muqobil bo'lgan mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirish, xalqaro iqtisodiy integratsiyani rivojlantirish, shu jumladan ilg'or mamlakatlarning texnologiya

taraqqiyoti natijalarini o'rganish va tadbiriq etish hamda sherikchilik korxonalarining faoliyatini ta'minlash borasida masalalarini hal etish yuzasidan tadbirlar izchil hamda o'z vaqtida olib borilmog'i shart .

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi korxonalar o'z maxsulotlari bilan tashqi bozorga chiqish faoliyatlari bo'yicha qator muammolarga duch kelyaptilar.

Taxlillar va o'tkazilgan so'rovlardan ma'lum bo'ldiki - kichik va xususiy korxonalar ishlab chiqargan mahsulotlar asosan - ichki bozorga mo'ljallangan. Tashqi bozorga bop, raqobatbardosh mahsulotlar turi va hajmi juda kam miqdorda ishlab chiqiladi. Mahsulotini eksportga chiqarayotgan kichik biznes sub'ektlari - eksport protseduralarini o'tkazish murakkabligi, bojxona talablariga javob berish qiyinchiliklari, tashqi bozorlar b'yicha ahborotlar va ma'lumotlar kamligi va turli xil ma'muriy to'siqlar mavjudligini ta'kidlashgan.

Shuni ta'kidlash lozimki tashqi savdo faoliyatini tartibga solish bo'yicha bir qancha yangi qonunlar va me'yoriy xujjatlar qabul qilindi. Jahon moliya-iqtisodiy krizisining salbiy oqibatlarini bartaraf etish, iqtisodiy o'sishning makroiqtisodiy mutanosibligi va barqaror sur'atlarini, iqtisodiyot tarmoqlarining barqaror ishlashini ta'minlash, aholi bandligiga ko'maklashish, eksport qiluvchilar, sanoatning yetakchi tarmoqlari korxonalarini hamda kichik biznesni aniq manzilli qo'llab-quvvatlash maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008 yil 28 noyabrdagi "Iqtisodiyotning real sektori korxonalarini qo'llab-quvvatlash, ularning barqaror ishlashini ta'minlash va eksport salohiyatini oshirish chora-tadbirlari dasturi to'g'risida"gi PF-4058-sonli Farmoni qabul qilindi. Shu bilan birga, chora-tadbirlar Dasturida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik

sub'ektlari faoliyatini yanada rivojlantirish hamda rag'batlantirishga katta e'tibor qaratilgan. Buning uchun kichik va xususiy biznesga tijorat banklarining, shu jumladan, Imtiyozli kreditlash jamg'armasidan kreditlar berishni kengaytirish, zamonaviy import uskunalari va minitexnologiyalar xarid qilish uchun kredit liniyalari ochish, shuningdek, bir qator qo'shimcha soliq imtiyozlari berish nazarda tutilgan. Korxonalarini modernizatsiya qilishda, eksport qiluvchi korxonalar va kichik biznes sub'ektlarini qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlarini amalga oshirishda tijorat banklarining muhim rolini inobatga olgan holda, Farmonda banklarning real sektor korxonalarini o'z vaqtida moliyaviy qo'llab-quvvatlashdagi javobgarligini oshirishga alohida e'tibor qaratilgan

Eksport kontraktlarni amalga oshirishning bosqichlari bu xujjatlarda aniq belgilab olingan edi. Davlat organlari tarafidan qo'llabquvvatlanayotgan kichik biznes sub'ektlari talaygina imtiyozlarga egalar. Lekin baribir belgilangan 10dan ortiq protseduralardan o'tish barcha xo'jalik sub'ektlarini qiyin ahvolga tushishiga sabab bo'lyapti.

Jumladan, valyuta operatsiyalarida konvertatsiyalarni o'tkazish kichik biznes va tadbirkorlik sub'ektlarining masalasi xanuzgacha to'liq echimini topmaganligi tashqi iqtisodiy faoliyatining rivojlanishiga to'sqinlik qilmoqda.

Shunga qaramasdan tashqi savdo operatsiyalarida qatnashish ishtiyoqini bildirgan kichik korxonalar soni yildan yilga o'sib boryapti va umumiy eksport ko'rsatkichlariga kichik biznes sub'ektlari munosib hissa qo'shib kelmoqdalar.

Agar kichik korxonalarining rivojlanishi yuqori davlat idoralari tomonidan rag'batlantirib, tartibga solib turilsada ma'lum darajadagi

shart-sharoitlar yaratilmasa ijobiy tasir etuvchi mexanizmlar, ishlashni amalga oshirish mahalliy xududiy boshqaruv idoralari tomonidan qo'llab - quvvatlanmasa, ko'zlangan maqsadga erishish qiyin kechadi. Chunki o'z iqtisodiy tabiyatiga ko'ra kichik biznes asosan mahalliy iqtisodiyotni o'zviy qismi bo'lib, ana shu xududdagi muayyan shart-sharoitlar zamirida faoliyat ko'rsatishga moslashgan bo'ladi .

Respublikada kichik biznesning takomillanishi va rivojlanishida tashqi, ichki omil va sharoitlar, ya'ni chet el mamlakatlari bilan iqtisodiy integratsiyaning yuqori saviyasi, chet el kreditlarini, chet el investitsiyalarini, zayomlarini jalb qilish, bozor munosabatlari rivojlanish darajasi infrastruktura ahvoli, tashkil qilingan iqtisodiy ishlab chiqarish imkoniyatlaridan foy-dalanish saviyasi, mehnat va tabiiy manbalar muhim ahamiyatga ega.

Yaqin orada eksport va importni birdaniga boshqa yo'nalishga burish mumkin emas. Yangi bozorlarda mahsulot va xom-ashyo sotib olish uchun valuta kerak U esa hozir yetarli darajada emas. Shuning uchun Respublika MDX va Rossiya bozorlarida o'z mahsulotlarini sotishni rivojlantirishi va kengaytirishi kerak. 2006 yildan boshlab O'zbekiston Rossiya bilan xalqaro iqtisodiy aloqalarni kengaytirib bormoqda. Jumladan, Respublikada Rossiya Savdo Uyi ochildi, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini Rossiyaga doimiy ravishda yetkazib beruvchi tuzilmalarni vujudga kelgan. Bularning hammasi respublikamizda faoliyat ko'rsatayotgan kichik biznes korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirish uchun katta imkoniyatlar yaratmoqda. Kelajakda iqtisodiy tizimni qayta qurish munosabati bilan Markaziy va g'arbiy Yevropa mamlakatlari bilan asta-sekin integratsiya bo'lishi uchun obektiv asoslar tug'iladi.

Kichik biznes shakllarini tashkil etishda ishlab chiqarishni zamonaviylashtirish, eksport imkoniyatlarini kengaytirish uchun valutaga sarf qilingan harajatlarni qoplay olish negizida, shuningdek bevosita chet el investitsiya negizida chet el kredit, zayomlarini jalb qilish muhim ahamiyatga ega. Respublika shunday vaziyatda qolganki, u mablag' bilan ta'minlashning noan'anaviy usullarini jalb etmay turib, iqtisodiy vaziyatga ta'sir ko'rsata olmaydi.

Respublikaning xalqaro tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash fondlari, xalqaro valuta fondi, Yevropa tiklanish va rivojlanish Banki, Jahon Banki va uning filiali bo'lgan xalqaro moliyaviy korporatsiya, investitsiya va kafolat xalqaro agentligi bilan hamkorligi ijtimoiy iqtisodiy dasturni amalga oshirish uchun imtiyozli ravishda kredit olish imkoniyatini tug'diradi.

Biroq respublikaning yaqin va uzoq xorijiy mamlakatlar bilan turli aloqasi qanchalik yaxshi bo'lmasin, kichik biznes rivojlanishida ichki sharoit va omillar hal qiluvchi rol o'ynaydi. Bu omillar ichida eng muhimi - bozor aloqalarining rivojlanish darajasini o'ta pastligi. Buning sababi bir tomondan bu islohotlarni amalga oshirish boshlangandan beri qisqa vaqt o'tganligida bo'lsa, asosiysi - mutanosib kuchlarning islohotlarga qarshiligi, kerakli bozor infrastruktura tuzilishining yo'qligi, boshqaruv huquqlari va uning normalarini amalga oshirish mexanizmining takomillashmaganligidir.

Respublikaning iqtisodiy ishlab chiqarish imkoniyatlaridan (sobiq SSSR davrida respublikada 1990 yilda xududning bir foiz, aholining 3,7 foizini tashkil qilishiga qaramay, umumiy mahsulot va milliy daromad 4,3 foiz, sanoat mahsulotlari 4,5 foizdan oshiq, qishloq xo'jalik mahsulotlari 5,6 foiz ishlab chiqarilar edi) to'liq

foydalanilmayapti. MDH va jahon bozorlari axvolini hisobga olgan holda, mavjud mahalliy manbalar, xalq xo'jaligi va aholi ehtiyojlarini hisobga olgan holda iste'molchilar komissiyasi, ilmiy va eksport va ishlab chiqarish tarmoqlarining rivojlanishi yordamida iqtisodiy ishlab chiqarish imkoniyatlarining tizimlarini qayta qurishni amalga oshirish lozim.

16.3. Kichik biznes korxonalarini tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari

Kichik biznes korxonalarining tashqi bozorga chiqishida bir qancha muammolar mavjud. Xususan, eksport shartnomalarini tashqi iqtisodiy aloqalar agentligida ro'yxatdan o'tkazish va bojxona organlarida hisobga olish jarayonlarining murakkabligidir. Shuningdek, kichik biznes subyektlariga ishlab chiqarishni rejalashtirish hamda tovarlar va xizmatlarni chet elga sotishda yordam ko'rsatish borasida samarali tizim ishlab chiqilmagan. Agar rivojlangan davlatlar tajribasiga nazar solsak, buyuk tadbirkorlarning hammasi tovar ishlab chiqarish bilan shug'ullangan.

Xorijiy iqtisodchilarning fikricha, ishlab chiqarishni qayta jihozlash va yangi texnologiyalarni o'zlashtirish, buning hisobiga eng kam chiqim bilan sifatli raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarishni ta'minlash chora-tadbirlarini o'z vaqtida ko'rgan mamlakatlar vujudga kelgan krizisdan nisbatan kamroq zarar bilan chiqadilar.

Kichik biznes rivojlanishini tezlashtirishda, tashqi bozorga chiqishda birinchi navbatda, korxonalarda modernizatsiya, texnik va texnologik qayta jihozlash ishlarini amalga oshirish katta ahamiyat kasb etadi. Eng avvalo, bu iqtisodiyotning bazaviy tarmoqlariga, eksportga yo'naltirilgan va import o'rnini bosadigan mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalariga taalluqlidir. Korxonalar, birlashmalar va xo'jalik yurituvchi sub'ektlar rahbarlarining diqqat-e'tibori ishlab chiqarishni modernizatsiyalash, texnik va texnologik qayta jihozlash borasida qabul qilingan dasturlarni amalga oshirishni jadallashtirish, eng ilg'or texnologiyalarni jalb etish, xalqaro sifat standartlariga o'tish zarurligiga qaratilganki, bular tashqi bozorlarda ham, ichki bozorlarda ham barqaror o'rin egallash imkonini beradi.

Kichik biznes rivojlanishini tezlashtirishda, tashqi bozorda o'z o'rniga ega

bo'lishda va uning **samaradorligini oshirishda asosiy yo'nalishlar** bo'lib quyidagilar xizmat qiladi:

solliqlar, valuta va tashqi savdoni boshqarish borasida chet el investitsiyalari uchun mustaxkam rejim o'rnatish, chet el kapitali yordamida xususiylashtirish uchun kerakli sharoitlar yaratish, investitsion loyihalar haqida ma'lumotlar tizimini tashkil etish;

moliyaviy-kredit muomalasi tarmog'ida — kichik biznes uchun kredit muassasalari (masalan, kredit omonat muassasalar) tashkil etishga kerakli sharoitlar yaratish va kreditlar olish imkoniyatlarini kengaytirish;

chuqur qayta ishlangan mahsulot eksporti bilan shug'ullanadigan tadbirkorlar uchun valuta tushumini sotishni majburiy normalarini yaxshilash, banklararo hisoblash tizimini

rivojlantirish, kichik korxonalar uchun asosiy fondlarning amortizatsiyasi;

markazlashgan resurslar manbaalari, axborot ma'lumotlar bazasiga kirishni ta'minlash, tadbirkorlar va haridorlar ijtimoiy himoya kafolatini, ta'minlash;

mahalliy o'z-o'zini boshqarish organlari tomonidan qo'llab quvvatlashni aktivlashtirish, shu jumladan mahalliy miqyosda soliq imtiyozlari ishlab chiqish;

kichik korxonalar mahsulotlariga extiyojni va talab konyunkturasini o'rganish uchun respublika axborot tizimini tashkil etish;

kichik venchur korxonalarga mablag' sarflayotgan xususiy investorlarning davlat sug'urtasi;

lizing xizmatlarini rivojlantirish. Ushbu chora-tadbirlarni amalga oshirish jahon moliyaviy-iqtisodiy krizisi sharoitlarida ham real sektor korxonalarining barqaror ishlashini, iqtisodiyotning muttasil va mutanosib o'sishini ta'minlash hamda shu asosda mamlakatimizni yanada barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish va aholi turmush darajasini oshirish vazifalarini tizimli, izchil hal etish imkonini beradi.

Qisqacha xulosa

Respublikada kichik biznesni takomillanishi va rivojlanishida chet el bozorlarini har tomonlama o'rganish, yaxshi ko'zatish va xulosa chiqarib, to'g'ri qarorga kelish va xususiy tadbirkorlar tomonidan eksport faoliyatini tashkil etish lozim. Kichik biznes shakllarini tashkil etishda ishlab chiqarishni zamonaviylashtirish, eksport imkoniyatlarini kengaytirish uchun valutaga sarf qilingan

harajatlarni qoplay olish negizida, shuningdek bevosita chet el investitsiya negizida chet el kredit, zayomlarini jalb qilish muhim ahamiyatga ega. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan qabul qilingan chora tadbirlar, qarorlar va Farmonlar qabul qilmoqda Ularda nazarda tutilgan chora-tadbirlarni amalga oshirish jahon moliya-iqtisodiy krizisi sharoitlarida ham real sektor korxonalarining barqaror ishlashini, iqtisodiyotning muttasil va mutanosib o'sishini ta'minlash hamda shu asosda mamlakatimizni yanada barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish, tashqi bozorda o'z o'rniga ega bo'lish va aholi turmush darajasini oshirish vazifalarini tizimli, izchil hal etish imkonini beradi.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirish respublika iqtisodi uchun ahamiyati qanday?
2. Kichik biznes korxonalarini samaradorligini oshirishda tashqi iqtisodiy faoliyatni ahamiyat qanday?"
3. Kichik biznesni tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirish omillarini keltiring.
4. Kichik biznes samaradorligini oshirishning asosiy yo'nalishlari qanday?
5. Nima uchun kichik biznes korxonalarini tashqi iqtisodiy faoliyati samaradorligi past?
6. Markaziy va g'arbiy Yevropa mamlakatlari bilan integratsiya bo'lishi uchun respublikada qanday tadbirlar amalga oshirilmoqda?
7. Tashqi iqtisodiy faoliyat bilan shugullanuvchi qanday kichik biznes korxonalarini bilasiz?

8. Tashqi iqtisodiy faoliyatda kichik tadbirkorlik sub'ektlarining ulushi qanday?
9. O'zbekiston KBXT korxonalarining eksportdagi ulushi qanday?
10. O'zbekiston KBXT korxonalarining importdagi ulushi qanday?

Asosiy adabiyotlar

1. А.Бекмурадов, Б.Гоипназаров, М.Аманов, М.Тошхуджаев. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 1-қисм. Макроиқтисобиёт ва иқтисодий ислохатлар, савдо ва инвестициялар оқимлари.Т.: ТДИУ, 2005й., 59 б.
2. Воронкова О.Н., Пузакова Е.П. Внешнеэкономическая деятельность: организация и управления: учеб. пособ. – М.: Экономистъ, 2007. – 495 с.
3. Мировая экономика: прогноз до 2020 года / под ред. акад. А.А. Дынкина / ИМЭМО РАН. – М.: Магистр, 2007. – 429 с.

XVII-BOB. KICHIK BIZNES KORXONALARINI JOYLASHISHIGA TO'G'RI JOY TANLASH

17.1. Kichik biznes korxonalarining joylashishga to'g'ri joy tanlashning muhimligi

Aytishlaricha, Ms Donald hamburger korxonasi zanjirining asoschisi Rey Krok biznes muvaffaqiyati uchun uch asosiy omil juda muhimligini aytgan:

joylashuv joyi

joylashuv joyi va

joylashuv joyi

Eng bilimdon tadbirkorlar joylashuv joyning muhimligini tan oladilar. Chunki biznesda joy muhim rol o'ynaydi, ayniqsa chakana savdoni rejalashtirayotganlar u yangi korxonaga bo'ladimi, mavjud korxonami yoki butunlay yangi boshlanmami joyga katta ahamiyat berishlari lozim. Joy tanlash juda ko'p vaqt, kuch va hattoki pul talab qilishi mumkin. Lekin agar firmaning muvaffaqiyat imkoniyatlari oshsa, demak, vaqt va pul bekorga sarf qilinmagan bo'ladi.

Juda mashaqqat bilan faoliyat yuritayotgan korxonalar yoki ahamiyatsiz daromad bilan ishlayotgan ayrim korxonalar ajoyib joyga ega bo'lganliklari sababli gullab-yashnaydilar. Va aksincha, noqulay joy yaxshi ishga ham ziyon keltirishi mumkin. Oxir-oqibatda joy va binoga nafaqat ish boshlashning dastlabki vaqtlaridagina emas, korxonaga rivojlanayotgan vaqtda ham e'tibor berish kerak.

Joylashuv joyi va bino. Joylashgan joy - firma uchun asosiy bozor hisoblangan rayon, mamlakat yoki shahardir. Bino esa, aniq

ko'chaning aniq burchagidagi aniq imoratni nazarda tutadi. Ko'pgina tadbirkorlar yaxshi joylashgan joydan foyda, yomon bino tufayli yo'qqa chiqishi mumkin.

Aholi soni o'sishi va xaridorlik daromadlari kutilayotgan ayrim rayonlarda bozorlarning kengayishi ehtimoli bor Kichik biznesning muvaffaqiyatsizligi firma joylashgan joyining maxsus tomonlariga butunlay e'tibor bermaslikda aks etadi. Juda ko'p kichik firmalar qaer yaxshi bo'lsa o'sha erni nazarda tutadilar, chunki ularning egalariga aynan shu joy yoqadi. Joylashuv joyi qandaydir binoning qulayligi bo'yicha aniqlanishi shart emas, balki bino tanlashni boshlashdan oldin keng ko'lamlı doiraning bozor salohiyatini hisobga olgan holda aniqlanishi lozim. Ko'pgina shaharlar «savdo mozoriga» ega bo'lib, ularda do'konlar bir yildan ortiq vaqtda ham yopiq turadilar, yangi firmalar esa bu erga keladilar, ketadilar. Xattoki, salohiyatli firmalar ham bunday joylarda zarar ko'radilar.

Joylashuv joyi va binoni aniqlash uchun axborotlar manbasi. Bugun kichik biznesni rejalashtirishda oldingiga qaraganda qaer qulayligi haqidagi axborotlar ancha ko'p. Mamlakatning deyarli barcha shaharlarining har bir savdo palatasi va tijorat uyushmasi faoliyat holati, aholi soni, o'z doirasidagi raqobat va savdoning umumiy hajmi haqida axborotlar berib boradi. Viloyatlar xokimiyatlari hududlar bo'yicha qo'shimcha axborotlarni taqdim etishlari mumkin. Moliyaviy muassasalar ham to'liq ma'lumot bera oladilar. Nihoyat, milliy va mahalliy sanoat uyushmalari tadbirkorni qiziqtiradigan joylar haqida statistika va boshqa ma'lumotlarni taqdim etishlari mumkin.

17.2.Chakana savdo uchun joylashuv joyi omillari

Savdo firmalari joylashuv joyining bir qancha omillarini hisobga olishlari lozim, ulardan eng zarur to'rttasini quyida ko'rib chiqamiz: aholi bozori, raqobat, qu laylik va xizmat, sanoat prognozi.

Aholi bozori. Chakana savdoni rejalashtirishda hududdagi aholi sonining o'zgarishi tendentsiyalarini tahlil va tadqiq qilish lozim. Eng qulay omil aholining xuddiy daromadining salohiyatli o'sishi kabi miqdor ko'rsatkich, shuningdek, sotuvchi taklif qilishni xohlagan tovar va xizmatlarni sotib olishga didi va istagi bo'lgan jamiyat hisoblanadi. Hayot tarzi, kishilarning yoshi va boshqa omillar xarid miqdoriga ta'sir ko'rsatadi. Masalan, yoshi o'tgan kishilar xo'jalik tovarlarini yosh, birinchi marta uy sotib olgan va o'zi uyni ta'mirlayotganlarga nisbatan kam sotib oladilar.

Daromad chakana savdoning boshqa ko'rinishlari uchun ham tayanch omil hisoblanadi. Jamiyatning umumiy xarakteri qandayq U asosan, keksa kishilardan, yoki aniq diniy yoki etnik guruhlardan iboratmiq Bu kishilar tub aholimi yoki chet eldan kelganmi yoki qo'shilgan guruhmiq

Raqobat. Raqobat haqida oldindan bilish juda foydali. Erkin tadbirkorlik tizimi raqobatga asoslangan va sog'lom raqobatga ega bo'lgandagina iste'molchilarga namunali xizmat ko'rsatish mumkinligini isbotlagan. Raqobatdan qo'rqish kerak emas, uni tushunish va ayrim sharoitlarda unda ishtirok etish lozim.

Kengayayotgan bozorlar deyarli har doim aholi o'sishining natijasi hisoblanadi. Keyingi 30-40 yil ichida shahar tashqarisidagi yirik shaharlarda tadbirkorlar uchun katta imkoniyatlar yuzaga keldi.

Yuqorida aytilganidek, aholining o'sishi va mavjud raqobat haqida mahalliy savdo palatalaridan, savdoni rivojlantirish uyushmalaridan, mamlakat sanoatini rejalashtirish bo'yicha

kengashlardan va boshqa shunga o'xshash tashkilotlardan bilish mumkin.

Aholi miqdorini rayondagi raqobatchi firmalar soni bilan qiyoslab, bu rayon qo'shimcha raqobatga yordam beradi, degan birinchi xulosaga kelish mumkin. Raqobatchilar o'zlarining miqdorlari, boshqaruv uslublari, bozor tartibi nuqtai nazaridan tovarlar xarakteri, tugallanganligi, atrof-muhiti, jozibadorligini o'rganishlari lozim. Bu erda yana bir narsa muhim, firma mustaqilmi yoki u zanjirning bir qismimiq Agar xaridorni xizmat ko'rsatish, tovarlar ko'rinishlari, narxlar, jozibadorlik, do'kon sharoiti yoki boshqa nimadir qoniqtirmagan bo'lsa, bunda sotuvchida bu rayonda muvaffaqiyatli raqobat uchun boshqa asos bo'lishi mumkin.

Sharoit va xizmatlar. Tadbirkor o'rganilayotgan shaharda taklif etilgan sharoit(infrastruktura) va xizmatlarni yaxshi o'rganishi lozim. Rejalashtirilayotgan korxonaga uchun umumiy transport zarurmi va u yaxshi xizmat ko'rsatadimi. Ko'chalar va yorug'liklar talablarga javob beradimi. Mashina qo'yish joylari rayondagi aholining talab darajasiga mos keladimi. Chiqindilar olib ketish va axlatni qayta ishlash xizmatlari bo'yicha qulaymi Elektr vositalari etarli bo'ladimiq Jamoat joylari yaxshi holatdami.

Ta'minotning oddiy kanali orqali tovarlarni olish va ta'minlash bilan bog'liq ayrim alohida muammolar bormi. Rayonda muvofiq bank tizimi va kichik biznesga ijobiy munosabat bormi. Jamoat uyushmalari, maktablar machitlar va xavfsizlik xizmatlari aholi xotirjamligi va biznes uchun sog'lom raqobot sharoitga yordam ko'rsatadimi. Mahalliy xukumat biznesni qo'llab quvvatlovchi yoki cheklovchi munosabatda bo'ladimiq Yangi biznes uchun ishchi kuchi ta'minoti muhimmi. Muvofiqlashtiruvchi takliflar kerakmi. Boshqa

omillarni ham hisobga olish lozim.

Sanoat prognozi. Prognozlar biznes uchun xaridorlarning imkoniyatlarini va salohiyatli xaridorlarni oldindan aytib beradi. Agar rayondagi sanoat tarmog'i beqaror bo'lsa, o'sish ehtimoli bo'lmasa, katta qo'yilmalar qo'yish befoyda bo'lishi mumkin.

Maxsus tadqiqot markazlaridan aholi, daromadlar va savdo munosabatlari bo'yicha prognozlarni olish mumkin. Mavsumiy firmalar katta muvaffaqiyatlarga erishishi mumkin bo'lsa ham, yangi ish boshlashdan oldin mavsumiy o'zgarishlar haqida ma'lumotlar olish juda muhim.

17.3.Chakana savdo uchun bino tanlash imkoniyati

Joylashuv joyi xususiyatlarini va mos keluvchi shahar yoki uning qismini tanlashni tahlil qilib tadbirkor istalgan rayon hududida tanlanishi lozim bo'lgan aniq binoga to'xtalishi lozim. Quyida bino tanlash va uning ma'nosi haqidagi ayrim tayanch omillar ko'rsatilgan.

Qulay va talablarga javob beruvchi parkovka. Mazkur uchastkada xaridorlar uchun juda qulay parkovka va boshqa qulayliklar ta'minlanganmi.

Xarid katta yoki kichik shaharlarda bo'lishidan qat'i nazar xaridorlar uchun vaqt juda muhim hisoblanadi. Menejerlar rejalashtirish jarayonida parkovka qiymatiga chegirmalar qilishlari lozim. Shaharning ish uchun gavjum joyidagi sotuvchilar xaridorlar uchun tekin yoki arzon mashina qo'yish joylarini «subsidiyalaydilar».Shu tarzda parkirovka uchun zarur joylarni taklif etuvchi savdo markazlari ko'pgina kichik korxonalar uchun yaxshi joy bo'lishi mumkin.

Atrofdagi firmalar. Bino tanlashda atrofda qanday qo'shni

firmalar borligini bilish ham juda muhim. Ayrim firmalar bir turdagi xaridorlarni, boshqalari esa yana bir boshqalarini jalb qiladilar. ko'rib chiqilayotgan uchastkani qanday firmalar o'rab olgan. Ularning mijozlari tadbirkor mahsuloti va xizmati uchun yaxshi xaridor hisoblanadilarmi. Kichik firmalar bir yoki ikki «katta» firmalarning o'zlari bilan yonma-yon bo'lishidan yutadilar, chunki ularning salohiyatli xaridorlaridan ular ham manfaatdor bo'lishlari mumkin.

Bozor tadqiqoti shuni ko'rsatadiki, masalan, erkaklar uchun tovarlarni sotadigan do'konlar bezaklar do'koni qatorida joylashgan bo'lsa hech qanday foyda ko'rmasligi mumkin. Bar yoki qahvaxonalar o'yinchoq yoki bolalar kiyimlari do'konlari bilan mos kelmaydi. Agar barlar ma'lum bir restoranlar bilan yonma-yon bo'lsalar gullab-yashnashlari mumkin. Bino tanlash so'ngida tadbirkor biznes bo'yicha barcha qo'shnilarni o'rganib chiqishi lozim.

Ko'cha harakatining intensivligi. Taklif etilayotgan uchastkadagi ko'cha harakatining ko'rinishi va uning intensivligi yana bir muhim lahza hisoblanadi. Biznes uchun avtomobil va o'tish yo'li harakati foydalimiq Agar faqatgina avtomobil harakati muhim bo'lganda edi, ko'pgina korxonalar asosiy shosselar yoqasida joylashgan bo'lar edi, modomiki, bunday hollarda juda katta yo'l harakati muammolarni yuzaga keltirishi mumkin. Aynan salohiyatli xaridorlarning o'tish yo'lidagi intensiv harakati muvaffaqiyatning qisman hal qiluvchi omili hisoblanadi.

Ko'chadan o'tib ketayotgan bu kishilar tadbirkorlar tovarlaridan manfaatdormilarq Nima uchun ular bu vaqtda shu ko'chada yoki savdo markazida edilar va ular tadbirkor taklif etayotgan narsani xarid qiladilarmi

Bozorni o'rganuvchilar o'tish yo'li harakati tuzilmasini

kuzatadilar va o'rganilayotgan uchastkadan o'tayotganlar bilan so'rov o'tkazadilar. O'tuvchilarning jinsi, yoshi, faoliyatining turi, daromadlarining darajasi o'rganiladi. Ulardan bu uchastkadan nima uchun o'tayotganlari, xaridlarga munosabat bo'yicha ularning odatlari qanday, taklif qilayotgan do'kondan ularning manfaatdorligi qanday va boshqalar haqida so'raydilar. Chakana do'konlar uchun, umuman, salohiyatli xaridorlar miqdori ko'p bo'lgan uchastkalar juda afzal.

Ko'chadagi joylashgan joy. Bozor tadqiqoti shuni ko'rsatadiki, ishdan uyga qaytayotgan kishilar ishga ketayotgan kishilarga nisbatan ko'proq narsa xarid qiladilar. Shuning uchun agar xaridorlar ishga shaharning ishbilarmon qismi yoki sanoat zonasidan borsalar, do'konni yo'lning ular uyga qaytadigan tomonga joylashtirish lozim.

Eng afzal binoni tanlash. Sotuvchilar uchun eng afzal bino - har doim ham yuqori ijara to'lovili birinchi darajali rayon bo'lavermaydi. Ta'mirlash markazlari, bog' uchun kerakli narsalarni sotuvchi do'konlar, tutilgan (eski) narsalarni sotuvchi do'konlar va sartaroshxonalar katta muvaffaqiyatga erishish uchun arzon binoga muhtoj bo'ladilar. Tovar sotib olishni, narxni va sifatni taklif qiluvchi firmalar xaridor boshqalari bilan qiyoslay olishi uchun o'z raqobatchilari bilan yonma-yon bo'lishi lozim, Alohida tovarlar bilan shug'ullanuvchi firmalar atrofdagi sharoitga muvaffaqiyatli moslashadigan va xaridorlar uchun qulaylikni ta'minlovchi binolarga muhtoj bo'ladilar. Tovarlarini pochta va tashqi sotuvchilar orqali yuboradigan korxonalar, shubhasizki, bino haqidagi tashvishlardan ozoddirilar.

Ko'pgina shahar markazlarida shaharning ishbilarmon qismidagi

xaridlar do'konlarning keng tanlovi va madaniy hamda ko'ngilochar xodisalarning qo'shimcha jozibadorligi tufayli juda ommaviylashib ketgan. Jamoat transporti parkovka bo'yicha muammolarni yuzaga keltiradi.

Binoga va tovar yoki xizmatlarga xarajatlarning qo'shilishi

Firmalar quyidagi sharoitlarni hisobga olgan xoldada arzon binoni qidirishlari lozim:

- 1 Ularda daromad yuqori va tovar aylanmasi past.
- 2 Ularga ichki vitrinalar uchun ko'p joy kerak.
- 3 Ularda ko'p miqdordagi tovarlar savdosidan ko'ra chakana savdoda kam baholanadi.
- 4 Ular rayonning ko'pchilik aholisi maqsadga muvofiq xarid deb hisoblangan tovarlarni sotadilar.
- 5 Barqaror iste'mol talabi mavjud.
- 6 Ular kuchli reklama va xarakat bilan shug'ullanadilar.
- 7 Ularda yuqori xarajatli savdo.

Yuqori ijara to'lovini ko'zlovchi alohida savdo zonalari va markazlari arzon binoning pretendentalari hisoblanadilar. Masalan, ayrim yirik savdo zonalarida muvqaffaqiyatga erishayotgan elektropriborlar, gazlamalar va gilamlar, hattoki, mebel bo'limlari do'konlari ham bor, chunki, bu erlardagi xaridorlarning katta oqimi tovar aylanmasini oshiradi. 17.1 jadvalda ko'rsatilgan xarakteristikalarni o'rganish alohida tovarlarni qanday sotish kerakligini aniqlashga yordam beradi.

Ko'pgina shaharlarda ulgurji savdogarlar ham hududiy qonunlar bilan cheklanganlar. Ularning maqsadi - rejalashtirilgan faoliyat turiga moslashgan binoda ko'pchilikni tashkil qiluvchi xaridorlarga, iloji boricha yaqinroq joylashishdan iborat. Avtomobil yoki temir yo'l

transportirovkasi uchun yaxshi sharoitlar tovarlarni oqilona qabul qilish va ortish-tushurish ishlari uchun katta ahamiyatga ega.

Xaridorlari tovarlarni telefon orqali buyuradigan va ularni tezda olishni istaydigan mahalliy ulgurji savdogarlar, ko'pincha etkazib berish uchun yuk mashinalaridan foydalanadilar. Bundan tashqari, agar xaridorlar buning o'rniga ulgurji savdogarlarning oldiga kelib xarid qilishlari uchun ularga xizmat ko'rsatish joyi jozibali va tayyorlangan bo'lishi kerak. Bunday hollarda binoda imkoni boricha tez etkazib berish imkniyatlarin amalga oshirish va muvofiq joyni xaridorlarga xizmat ko'rsatish uchun ta'minlash zarur.

17.1. jadval

Qimmat yoki arzon binoni nazarda tutuvchi firmalar va odatda, har bir kategoriyaga tegishli bo'lgan firmalar xarakteristikasi

Qimmat binoni nazarda tutuvchi xarakteristikalar	Firmalar namunasi
Vitrinalar ajratiladi	Univermag
Yuqori darajali tovar aylanmasi	Modadagi kiyimlar do'koni
Past yalpi daromad	Shaxar dorixonasi, bank
O'tib ketayotgan xaridorlarga murojaat	Erkaklar uchun tovarlar do'koni, dorixona
O'tib ketayotganlar narx va qulay tovarlarni afzal ko'radi	Chegirmalar bilan savdo qiluvchi do'konlar
Ulgurjidan ko'ra chakanada yuqori baholanadigan tovarlar sotiladi	Zargarlik bezaklar do'koni
Past ustama xarajatlarga ega	Spiritli ichimliklar

	do'koni
Reklama bilan kam shug'ullanadi	Mustaqil xo'jalik do'koni
Yuqori yalpi daromad	Mebel do'koni
Past tovar aylanmasi	Quvurlar prokladkasi uchun uskunalar savdosi bo'yicha do'konlar
Vitrinalar uchun katta joyga muhtoj	Avtomobil agentliklari
Tovar ulgurjida yuqori baholanadi	Don va oziq-ovqatlar savdosi bo'yicha do'konlar
Tovar juda muhim maqsadga yo'naltirilgan xaridlar uchun mo'ljallangan	Gilam va televizor do'konlari
Doimiy klienturaga ega	Mahalliy dorixona
Ko'p reklama qiladi	Gul, sabzavot do'konlari tarmog'i
Yuqori ustama xarajatlarga ega	Delikateslar savdosi, xizmat ko'rsatish stantsiyasi

17.4.Ulgurji sotuvchilar uchun joylashuv joyi va bino tanlash xususiyatlari

Ishlab chiqaruvchilar uchun joylashuv joyi va binoning xususiyatlar. Fabrikaning joylashgan joyi, odatda, shaharning ixtisoslashtirilgan sanoat rayonlari bilan chegaralanadi.

Ishlab chiqaruvchilar uchun xomashyo yoki bozorga yaqinlik va arzon issiqlik va suvning, malakali mehnatning borligi joylashgan joy bilan bog'liq boshqa har qanday tasavvurni yaxshilaydi. Iste'mol va sanoat tovarlari ishlab chiqaruvchilarning ko'pchiligi uchun bozorning yaqinligi, odatda, xomashyoga yaqinlikdan ustun turadi. Bundan tashqari, mayda ishlab chiqaruvchilar uchun to'rt istisno mavjud:

1. Mahsulot ishlab chiqarishda fabrika ko'pgina chiqindilarni ham ishlab chiqaradi;

2. Ishlab chiqarish jarayoni tez buziluvchi xomashyo bilan bog'liq (bunday hollarda fabrika xomashyo manbasiga yaqin joylashishi lozim);

3. Xomashyo, masalan, temir rudasi yoki tosh juda og'ir;

4. Taqsimot va xarajatlar usullari bir binoni boshqalarga nisbatan foydali qilishi mumkin.

Bunday katta miqdordagi ishlab chiqarish chiqindilarini ishlab chiqaruvchi korxonalariga misol qilib yirik taxtalardan tayyor randalangan mahsulotlar ishlab chiqaradigan lesopilka ni keltirish mumkin. Yog'ochni oxirigi iste'molchi yonida joylashgan fabrikada ishlash qimmat bo'lishi mumkin. Tez buziluvchi xomashyoga misol - yangi mevalarni qayta ishlash hisoblanadi. Shaftoli va qulupnayni konservalaydigan fabrika mevalarni o'stiradigan bog'lar yonida joylashgan bo'lishi lozim. Uzoq masofaga tashib borish natijasida mahsulotlarning haddan ziyod buzilishiga va xarajatlar ko'payishiga olib kelishi mumkin.

Yangi uzilgan lolalar har kuni Gollandiyadan dunyoning turli burchaklariga olib boriladi. Avstriliyaning yangi mevalarini Nyu-Yorkda topish mumkin, ularni muzlatish shart emas. Yuborish yoki olib kelish harajatlari ularning narxini oshirishi mumkin, lekin ularning noyobligi tufayli har doim xaridorlari topiladi.

Oxirida shuni ta'kidlash kerakki, iqtisodiy geografik rayon uchun yig'ish va ishlab chiqarish juda muhim. Rayonda ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlar mahalliy axolining turmush darajasiga ta'sir ko'rsatadi. Natijada mamlakatning ko'pgina rayonlari mahalliy hokimiyatlari ishlab chiqarish firmalari uchun jozibali yon bosishlar

qiladilar. Bular fabrikalar uchun er xarid qilishga yordam berishda, soliq imtiyozlari va chegirmalarda, ishchilarni tayyorlashga yordam berishda va boshqa yordamlarda aks etishi mumkin. Bu yon bosishlar firmaga mahsulotni kam xarajatlar bilan ishlab chiqarishga va jahon iqtisodiyotidagi ishlab chiqaruvchilar bilan raqobatlashishda yordam berishi mumkin.

Har bir ishlab chiqaruvchining asosiy maqsadi daromad olish ekan, bino uchun harajatlar rejalashtirishda hisobga olinishi lozim. Bundan tashqari, dastlabki xarajatlar fabrika faoliyati davomida ko'rib chiqiladigan boshqa omillarga qaraganda uncha ahamiyatli bo'lmasligi mumkin.

17.5. Xizmat ko'rsatuvchi firmalar uchun joylashuv joyi va bino xususiyatlari

Servis firmalarining binosi va joylashgan joyi ular taklif etayotgan boshqa xizmatlar kabi turli tumandir. Servis firmalari ko'pincha ko'rsatmalar firmalari ham deb ataladi, chunki ularni xaridorlar doimo qidirib yuradilar. Shu tarzda go'zallik salonlari, poyabzal ta'mirlash ustaxonalari va televizor tuzatish ustaxonalari qimmat binolarga ehtiyoj sezmaydilar. Ular o'z mijozlarining uylari yonlariga yoki keng mahsulot tanlovini taklif etuvchi katta univermaglarning qo'shimchasi sifatida mahalliy savdo rayonlarida yoki alohida binolarda joylashgan bo'ladilar. Savdo markaziga, bekatlarga yaqinlik, odatda, ideal hisoblanadi.

Bundan tashqari, servis korxonalarini orasida binoga talab turli tuman. Go'zallik salonlari jozibali va qulay ko'rinishi lozim. Poyabzal ustaxonalari alohida farqli tomonlariga egaki, ular uchun jozibadorlik shart emas. Savdo markazlarini rivojlantirish bilan

shug'ullanayotganlar odatda, bunday ustaxonalarni yonlariga yaqinlashtirgilar kelmaydi. Shuning uchun ham poyabzal ustaxonalari odam gavjum arzon rayonlarda joylashadilar. Televizorni ta'mirlash bo'yicha ustaxonalar, odatda ko'cha bo'ylarida joylashgan bo'ladilar va o'z ishlari uchun qulay bo'lgan binoga muhtoj bo'ladilar. Ular qimmat rayonlardan ajratilganliklarini reklama bilan kompensatsiya qiladilar.

Ko'p turistik agentliklar foliyati yo'ldan o'tib ketayotgan yo'lovchilar xarakatiga bog'liq., shuning uchun ham ularga gavjum ko'chalardagi bino zarur. Teatr chiptalarini sotuvchi firmalar o'z ishlarini telefon orqali yoki yuqori qavatdagi ofisdan turib ham bajarishlari mumkin, lekin ular uchun ham ko'cha yuzida savdo qilish foydali bo'lishi mumkin.

Barcha servis firmalari uchun joylashuvning eng muhim omili murojaat qilishni rejalashtirayotgan maqsadli mijoz xususiyatlarini bilish hisoblanadi. Shuni hisobga olgan holda ular xaridorlarning shu guruhiga mos tushadigan joylashuv joyi va binosini tanlashlari lozim.

Bino tanlashda raqobat varaqlaridan foydalanish

Mos binoni tanlashda tadbirkorlar eng ko'p foydalanadigan oddiy vosita kichik biznes ma'muriyati tomonidan tayyorlangan bino uchun raqobat varag'i hisoblanadi (17.2. jadvalga qarang). Hamma savollar ham har bir korxonaga uchun mos kelavermasligi mumkin, lekin ularning ko'pchiligi aniq bino oldida hisobga olinishi lozim.

Tadbirkor ko'rib chiqilayotgan binoning har biri uchun shaklning 15 omilidan har birini aniqlashi lozim, unga martaba (rang) va og'irlik berishi (ulushini aniqlash) lozim. To'ldirilgan shakllarni qiyoslagandan keyin eng ko'p ochko olgan bino tanlanadi. Tanlov faqat bir yoki ikki binoni o'rgangandan keyin emas, katta

guruhlarda amalga oshirilishi uchun o'tkaziladi. Katta guruhni qiyoslash ko'p vaqt olishi mumkin, lekin bu eng yaxshi tanlovni tanlashga yordam beradi.

Kelajakdagi rejalar. Nihoyat tadbirkor oldinga nazar tashlashi va firmaning 5,10, 15 yildan keyingi holatini tasavvur qilishi lozim. Tanlangan holat va bino firmani kelajakda, xususan biznesi o'sgan holatida qo'llab-quvvatlay oladimi q bozor korxonasi bilan birga o'sa oladimi Talab qilinayotgan ishchi kuchi 5,10,15 yildan keyin ham talab

17.2- jadval.

Binolar uchun raqobat varag'i. (Har bir omil martabasini aniqlang: 1 dan (eng past) 10 gacha (eng yuqori) Har bir omilni kiritish: 1dan (unchalik muhim bo'lmagan) 5 gacha (eng muhimlari))

Omilar	marta ba	og'irlik
1. mening bozorimning markazida joylashish	-	-
2. eng qulay xomashyo	-	-
3. qulay ishchi kuchi miqdori	-	-
4. транспортнинг қулайлиги ва қиймати	-	-
5. mehnat qiymati	-	-
6. kommunal xizmatlarining o'xshashligi (kanalizatsiya, suv, elektr, gaz)	-	-
7. mahalliy ishbilarmon iqlim	-	-
8. kelajakda kengaytirish prognozlari	-	-
9. soliq	-	-
10. uchastka bosmaxonasi	-	-

11. politsiya va yong'in himoyasi miqdori	-	-
12. ishchilar va menejerlar uchun turar-joyning qulayligi	-	-
13. atrof-muhit omillari (maktab, madaniy faoliyat, umumiy atmosfera)	-	-
14. bu binoning yillik sifatini baholash	-	-
15. mening bosh raqobatchimga munosabat bo'yicha bu binoni baholash	-	-

darajasida bo'ladimiq Do'kon yoki fabrika tanlangan bino doirasida kengaya oladimiq Shu va shunga o'xshash savollar binoning yakuniy tanlovidan avval ko'rib chiqilishi lozim.

Qisqacha xulosalar

Joylashuvi joyi va bino tanlash ko'pgina qayta tashkil etilayotgan korxonalar uchun hal qiluvchi lahza hisoblanadi. Savdo umumiy rayonining yoki joylashuv joyining, xattoki, bu juda ko'p vaqt va ayrim darajada mablag' talab qilsa ham binoning qulayligi bir qancha imkoniyatli aniq variantlardan tanlanishi kerak. Yaxshiyamki, boshqalarini bilish bu jarayonga kirishda zaruriy farazlar qilishdan qutqarishi mumkin. Bu bilimlar ko'chmas mulk bilan shug'ullanuvchi savdo palatalarida, davlat va mahalliy agentliklarda, muassasalarda va boshqa manbalarda xujjatlashtirilgan.

Chakana savdo uchun o'rganish zarur bo'lgan omillar - bu jamiyatning sanoat bazasi, aholining xarakteri, raqobat va qulay sharoitlarning barcha ko'rinishlaridir. Shuningdek, parkovkani, ko'cha xarakati va barcha salohiyatli qo'shnilarni ko'rib chiqish lozim.

Ulgurji savdogarlar, ishlab chiqaruvchilar va servis firmalari

ham korxonani amalga oshirish uchun joy qidirishda o'z bozorlari ehtiyojlarini hisobga olishlari lozim. Ular ham faoliyatlarini xarakatga keltiruvchi mahalliy hamda boshqa farmonlar bilan tanishishlari lozim. Nihoyat, barcha firmalar joy va bino tanlashda istiqbolni hisobga olishlari lozim. tanlangan joy 10 yil va undan keyin ham talablarga javob bera oladimi.

Muhokama qilish uchun savollar.

1. Bug'doy, don va em bilan savdo qiluvchi do'konlarni o'z shahringiz bosh ko'chasida joylashtirishga tavsiya qilarmidingiz? Nima uchun?
2. Shahringizda avtomobil savdosi bo'yicha agentlik qayerda joylashgan? Bu rayonda ijara to'lovlari yuqorimi ?
3. Yaxshi joylashuv joyi va yaxshi bino nimasi bilan farq qiladi ?
4. Umumiy joylashuv joyini tanlashda rayon sanoatining xarakterini o'rganish nima uchun zarur ?
5. O'z biznesingiz uchun yaxshi joy qidirayotganingizda raqobatga qanday munosabatda bo'lishingiz lozim ?
6. Biznesning mavjud yo'nalishida yangi firma ochish uchun ikki muhim dastlabki shart-sharoit qanday ?
7. Rayondagi aholining o'sishi, uning sanoati va umumiy qulayliklar haqidagi ma'lumotlarni qaerdan topish mumkin ?
8. Yangi kichik firmani rejalashtirishda ko'rib chiqilayotgan uchastka atrofidagi boshqa do'konlar xarakterini nima uchun o'rganish lozim ?
9. O'rganilayotgan uchastkadagi ko'cha xarakatini qanday tahlil qilish mumkin ?

10. Qanday hollarda firma bozordan ko'ra xomashyo manbasiga yaqin bo'lishi lozim ?

Asosiy adabiyotlar

1. . Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Джеффри Лайкер; Пер. с англ. — 3-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 400 с.

2. Райченко А.В. Административный менеджмент: учебник. -М.: ИНФРА-М, 2007.-416с.

3. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 735 с.

XVIII BOB: KICHIK BIZNESNI YURITISHDA FRANCHAYZING

18.1. Franchayzingning mohiyati.

Kichik biznes tadbirkori ba'zi xollarda o'ziga ishlatish uchun tayyor korxonani imtiyozli shart bilan boshqa davlat(firma)dan yoki ularning texnologiyasi, tovar markasi (belgisi)dan foydalanish huquqini, ya'ni franchayzingni oladi.

Franchayzing - bu tomonlarning o'zaro manfaatli bitimga asoslangan biznes olib borish usulidir. Bu bitim yirik kompaniya hamda mayda firma yoki alohida ishbilarmonlar o'rtasida tuziladi. Bu bitimning mohiyati kichik biznesga o'z ishini maxsus tanlangan joyda va ma'lum vaqt davomiyligida olib borish imkonini berishdan iborat.

Jahondagi ko'p davlatlarda ishbilarmonlikning franchayzing tizimi o'zining samarali faoliyat ekanini isbot qildi. Hozirda franchayzing AQSH da, Kanadada, Yaponiyada, G'arbiy Yevropada yaxshi rivojlanmoqda. "Makdonalds", "Adidas", "Koka-Kola" boshqa- lar franchayzingli kompaniyalardir. Masalan, franchayzing "Doka pitsa" dastgoh va texnologiyalarni yetkazib beradi, har xil turdagi material va jihozlar bilan ta'minlaydi (nakleykalar, reklama plakatlari, bukletlar, uslubiy tavsiyanomalar), o'qitishni tashkil qilish, original firma ko'rsatmalarini berish va boshqa o'z ishini yo'lga qo'yish uchun zarur bo'lgan narsalarini yetkazib beradi.

Franchayzing tizimi franchayzing bitimiga asoslanadi. Yirik firma bitimga asosan boshqa firma yoki ishbilarmonlarga xodimlarni tayyorlashda, dastgohlarni sozlashda, texnologiyani o'zlashtirishda, tashkiliy masalalarda, reklamada, ta'minotda, mahsulot sotishda

yordam ko'rsatish majburiyatini o'z zimmasiga oladi. Bu xizmatlar uchun kichik firma ularga vaqti-vaqti bilan to'lovlar to'lab turadi hamda o'z kapitalining bir qismini investitsiya qiladi, marketing va menejment bo'yicha xizmat ko'rsatish majburiyatini o'z zimmasiga oladi. Franchayzingning asosiy prinsiplari: franchayzingning "nou-xau" sini franchayzing kapitali bilan birlashtirish. **Franchayz** — litsenziya asosida biznes olib borish uchun ma'lum belgilangan miqdordagi badal.

Mavjud biznes yoki franchayzani xarid qilish Unchalik katta bo'lmagan firmaga ega bo'lish yoki uni boshqarishni istagan kishilar o'zlari bosib o'tadigan yo'llarini aniqlab olishlari lozim. Ular yangi firmani rejalashtirish va asoslash uchun barcha zarur ishlarni bajarishlari, o'zlarini qiziqtirgan biznes doiradagi mavjud firmani sotib olishlari yoki franchayzani sotib olishlari mumkin.

Shu bilan bog'liq holda, mavjud firmani va amaldagi franchayzani sotib olishda yuzaga keladigan savollar, odatda bir vaqtda ko'rib chiqiladi: yangi franchayzaning boshlanishi va yangi firmaning ochilishi.

Mavjud firma yoki franchayzaning sotib olinishi hollari yangi ish boshlanishiga qarama-qarshi holda, butunlay aniq hisoblanmaydi. Har bir variant individual afzalliklardan kelib chiqqan holda ko'rib chiqilishi lozim. Har birining o'z ijobiy va salbiy tomonlari bor. Biznes olamining shafqatsiz haqiqati mulkka ega bo'lish yo'lini tanlashda ehtiyotkor bo'lishni talab qiladi.

Franchayzaning ijobiy tomonlari

Amaldagi franchayza yoki mavjud biznesni xarid qilish quyidagi ijobiy tomonlarga ega:

agar biznes ko'proq dong taratgan bo'lsa, unda u yangi egasi

boshqaruvida ham muvaffaqiyatli bo'lishi ehtimoli katta;
muvaffaqiyatli ish uchun ishonchli joy mavjud;
yangi firmani rejalashtirishga ketadigan vaqt, pul va xarakat xarajatlari bo'lmaydi. Oqibatda daromad tezroq olinishi mumkin.
mavjud biznesning o'z mijozlari ham bo'ladi;
ishlab chiqarish zaxiralari ham, vositachilar ham tayyor;
biznes uchun zarur bo'lgan uskunalar va boshqa rusurslar aniq;
biznes xarid haqidagi bir bitim bilan moliyalashtirilishi mumkin;
Bu ijobiy tomon(plus)lar bir qarashda juda ahamiyatli bo'lib tuyulsada, ularning har biri alohida hollarda chuqur o'rganilishi lozim.

Franchayzaning salbiy tomonlari

Yuqorida qayd etilgan pluslar jiddiy tekshiruvga dosh berolsa ham, ular ayrim muhim minus (salbiy tomon)larga qarama-qarshi qo'yilishi lozim. Masalan,

xaridor mavjud firmaning har qanday nuqsonlarini nazorat qiladi;

biznesning tovar va xizmatlari o'rnatilgan va ular xaridor ehtiyojini qondirolmasligi mumkin;

vijdonsiz ishchilar qolgan bo'lishi mumkin;

meros qolgan mijozlar kutilgan mijozlar bo'lib chiqmasligi mumkin, firma imidjining o'zgarishi esa odatda, qiyinchiliklar bilan bog'liq bo'ladi;

firmaning eski tashkiliy shakli o'zgarishlarda qiyin kechishi mumkin;

firma binosi va uning joylashuvi zamonaviy standartlarga to'g'ri kelmasligi mumkin, modernizatsiya qilish esa juda qimmat;

er egasining munosabatlari va odatlari qulay va foydali

munosabatlar o'rnatish uchun yaxshi asos bo'lib xizmat qilmasligi mumkin, hayot sharti esa yomonroq bo'lib ko'rinishi mumkin.

xarid narxi juda baland bo'lishi va kelajakdagi daromadlarga munosabatlari bo'yicha ortiqcha tashvish bo'lishi mumkin;

inventarning e'lon qilingan hajmi o'z ichiga umuman to'g'irlab bo'lmaydigan va iste'moldan chiqarilgan predmetlarni ham olishi mumkin.

Mavjud firmani yoki amaldagi franchayzani xarid qilish har doim ham minyslarga ega bo'lavermaydi, lekin har bir firma, xarid ob'ekti sifatida qaralib, sinchiklab o'rganilishi lozim. Amaldagi franchayzani xarid qilish yuqoridagi minyslarga ega bo'lishi bilan birga savdo va franchayzing tarmog'ining dastlabki manbasidagi biznesga kirish huquqini qayta sotib olish bilan bog'liq qo'shimcha cheklovlarga ham ega bo'lishi mumkin.

18.2. Mavjud biznesni xarid qilishning maqsadga muvofiqligini baholash

Mavjud firma yoki franchayzalarning bo'lajak xaridorlari xarid haqida qaror qabul qilishdan oldin ko'pgina omillarni ko'rib chiqishlari lozim. ularning bahosi ayrim juda maxsus savollardan boshlanishi lozim. Keyin esa, moliyaviy, marketing, sotuvchi motivatsiyasi, operatsiya, shuningdek, bu savollarga javob topish uchun ayrim takliflar doirasidagi savollar ro'yhati beriladi.

Moliyalar Firma daromadi xarakatining yo'nalishlari qanday? Bu yo'nalishlarni o'rnatish uchun minimum 5 yil ichida ish rejalashtirishi lozim. Javob topish uchun tadbirkor buxgalterlik auditorlik

tekshiruvlari nusxaini so'rashi lozim, firmaning moliyaviy xujjatlari va xisobotlarini ko'rib chiqishi, zarur vaqt mobaynidagi bank depozitlari nusxasini o'rganishi, shuningdek, oxirgi besh yil ichidagi daromadga soliqlar nusxasini o'rganishlari lozim. Agar mazkur firma ofisda sotuvga qo'ygan sotuvchi yoki broker, sizni ko'rsatilgan barcha xujjatlar bilan ta'minlashni istamasalar ularning biznes daromadlari sizda shubha tug'dirishi lozim.

Daromad hajmi savdo hajmi bilan mos keladimi? standart daromadlardan pastga yoki yuqoriga har qanday jiddiy og'ish bunday turdagi biznes uchun tekshirilgan bo'lishi lozim.

Balans xisoboti mavjud moliyaviy holatni aks ettiradimi? Loyihaviy joriy og'ish qoidalarini, tezkor munosabatlar va egalik aloqalari munosabatlari qo'llangan holda moliyaviy holat haqida dastlabki yaqinroq tasavvurga ega bo'lamiz. Shundan so'ng biz aktivlar qobiliyatligini tasdiqlashimiz lozim. Mazkur vaqtda schet keraklimi? Inventar yangi, zamonaviy predmetlardan tashkil topganmi yoki u ko'pgina sotilishi qiyin bo'lgan, eski predmetlarni ham o'z ichiga oladimi? Faqatgina bosh buxgalterlik kitobini tadqiq qilish va inventar inspeksiyasigina bu savollarga javob berishi mumkin.

asosiy fondlar ularning qiymati va chegirmalari (iznos)ni hisobga olgan holda to'g'ri baholanganmi? Ular endigina mavjud bo'lgan, eng takomillashganmi yoki juda eskirganmi? Ular yaxshi holatdami? Javoblarni xaridga ustamalarda (nakladnix), keyingi yillarda mulk qadrsizlanishi hajmidan, yangi uskunalarning eskisidan farqidan va uning holatini jiddiy tekshiruvdan topish mumkin.

Firma xarajatlarini firmalarning mazkur turi uchun o'rtacha statistika bilan qiyoslash mumkinmi? Bu savolga javobni har bir aniq

holatdagi og'ish uchun sabab hisobidi qiyosiy statistikadan topishimiz mumkin.

Daromadni oshirishning istiqbollari qanday? Agar biznes o'tgan yillarda daromadli bo'lgan bo'lsa ham, kompetentli xaridor firmaning joylashgan joyini, tovarlar turlarini, bozorni, shuningdek, ko'rsatilayotgan xizmatlar doirasini savdo hajmining oshishi va daromad oshishi imkoniyatlari hisobi bilan tahlil qiladi. Bir ob'ektdan iborat firma sotib oladigan do'konlarning maqsadi – xariddan so'nggi savdo hajmini oshirishdir. Bunday firmalarining individual xaridorlari analogik (o'xshash) maqsadlarga ega bo'ladilar.

Balans hisobotidagi pul majburiyatlari to'g'ri ko'rsatilganmi? Alohida shartnomalar va boshqa majburiyatlar sinchiklab tekshirilgan bo'lishi lozim. Yangi xaridorni eng qulay himoya qilish sotuvchiga yuklangan majburiyatlar va boshqa barcha talablarning bajarilishi mas'uliyati aks ettirilgan bitimdagi tanbehlar hisoblanadi.

Investitsiyalar yangi firmaga qo'yilgan vaqtdagidek yuqori daromad keltirishi mumkinmi? Javob, odatda, xarid narxida bo'ladi, buni biz bobning oxirida o'rganamiz.

Marketing Biznes o'sib, qisqaradimi yoki u nisbatan barqarormi? Bu erda bosh o'lchovchi savdo hajmi hisoblanadi. Taklif etilgan savdoning ishonchliligi tekshirilgan bo'lishi kerak. Buning uchun auditorlik hisobotlaridan foydalaniladi. Naqd savdo va kreditga savdolar mavjudligi haqidagi yozuvlar mutlaq zarurdir.

Biznesning mazkur doirasidagi raqobat qanday? Yangi firmani tashkil qilish bilan birga firmani xarid qilishda bir raqobatchi hisobdan chiqariladi, lekin boshqa raqobat haqidagi ma'lumotlar oldingidek juda muhim. Muvaffaqiyatli raqobatning imkoniyatlari xuddi yangi firma tashkil qilinayotgandek, diqqat bilan ko'rib

chiqilishi kerak.

Xaridorning firmaga munosabati qanday? Do'kon doirasida va undan tashqarida xaridorlar bilan savol-javoblar o'tkazilishi zarur. Bu savolga javob topishning bir necha yo'llari bor. Agar ayrim muammolar topilsa, ularni bartaraf etish imkoniyatlari ham mavjud bo'ladi. Shunga ham ahamiyat berish kerakki, xaridorlar va qo'shnilar firma haqida o'ylaydilar.

mahalliy biznesmenlar orasida firmaning reputatsiya(obro'si) qanday? Qo'shni firmalarga, savdo palatalari va servis markazlarga tashriflar sizga javob topishga yordam beradi. Sizni qiziqtirayotgan firmaning sotuvchisi qarzdor, soxta ishlar sotuvchisi yoki inson sifatida umumiy ruhdan ayirilgan kishi bo'lishi mumkin. Bundan tashqari, agar salbiy reputatsiya topilsa, bu o'z-o'zidan xariddan voz kechish uchun sabab bo'lib qolmasligi kerak, chunki firma reputatsiyasini o'zgartirish yo'llari ham bor.

Xaridda salbiy ko'rinadigan qandaydir etik, diniy va siyosiy omillar ham bormi? Aholining barcha guruhleri munosabatlarini yaxshilash uchun keyingi yillarda sarflangan kuchlarga qaramasdan, fakt faktligicha qoladi: agar omma asosan, bir diniy, etik yoki siyosiy guruhga tegishli bo'lsa, bu guruhga tegishli bo'lmagan biznesmenlar mazkur jamoada muvaffaqiyatga erishish yo'lida turli qiyinchiliklarga duch keladi.

Firma xizmat ko'rsatayotgan jamoa rivojlanayaptimi? Aholining o'sishi yangi xaridorlarni yuzaga keltirishi lozim. Xuddi shu raqobatchilar yuzaga kelishiga sabab bo'ladi. Bundan tashqari, agar yaqin-atrofdan savdo markazlari rejalashtirilayotgan bo'lsa, bu yaqinda ochilgan joyda firmaning ahamiyatini kamaytirishi mumkin.

Sotuvchi motivatsiyasi Mulkdor o'z mulkini nima uchun

sotadi? To'la qonuniy sabablar bo'lishi mumkin. Masalan, sog'liq, yosh yoki Florida yoki Kanadaga ketish istagi. Lekin salohiyatli xaridor firma egasi uni narx oshganligi yoki unda biznesni boshqarish bo'yicha jiddiy sabablar yuzaga kelganligi uchun sotmayotganligiga ishonch hosil qilishi kerak.

sotuvchining savdodan keyingi rejalari qanday? Xaridorlar ko'pincha savdodan keyin sotuvchi ular bilan raqobat kurashiga kirishiyotganligiga duch keladilar. Bu turdagi xavfdan himoyalanishning eng muhim sharti kelishuvda "sotuvchining sotilayotgan biznesning joylashgan joyidan 10 mil yaqinlikdagi o'xshash biznesda besh yil davomida ishtirok etmaslikka rozi bo'lishi" haqida kelishib olish zarur. Bunday kelishuv bugun juda keng qo'llanilayapti.

Operatsiyalar Agar do'kon ijaraga berilsa, do'konning xususiyatlari qanday? Uni qayta tiklash kerakmi? Qanday vaqt ichida? Bu foiz do'konimi? Uning foizlari qanday? Maydon egasining biznesga munosabati qanday? Biznesni xarid qilishdagi asosiy afzalliklardan biri uning joylashuvi bo'lsa, unda lizing va uni o'zlashtirish imkoniyati juda muhim bo'lib qoladi. Imkoniyatlar xujjatli qayd qilingan bo'lishi lozim.

Salohiyatli xaridor eski ishchilarga muhtoj bo'ladimi? Agar muhtoj bo'lsa, ular xaridorni qoniqtiradimi? Sofdil sotuvchilar xaridorga haqiqiy personal bahosini beradilar va hattoki, agar ular ish joylarini saqlab qolsalar, yaxshi ishchilarni tavsiya ham qilishlari mumkin. Ishchilar bilan savol-javoblar va ularning faoliyatni kuzatish salohiyatli xaridorga personal haqida qaror qabul qilishlarida yordam berishi mumkin.

vositachilar xaridor haqida yaxshi fikr bildiradilarmi? Siz duch

kelgan tanqidiy munosabatlar o'zlashtirilganligiga qaramasdan, vositachilar bilan munosabat biznes komponentligi o'lchovi hisoblanadi. Boshqa tomondan agar firma ahamiyatli distribyuterlik o'rniga ega bo'lsa, ularning himoyasini ta'minlash muhim hisoblanadi. Xuddi shu narsa franchayzingga ham taalluqli.

Mutaxassislar yordamdan foydalanish Mavjud biznes yoki franchayzani sotib olishga jiddiy kirishishda professionallar xizmatlaridan foydalanish juda foydali. Xuddi shu narsa yangi biznesni xarid qilishda ham adolatlidir.

Advokat rasmiy shartnomalarni amalga oshirishda alohida foydali bo'lishi mumkin. Buxgalter moliyaviy tomonlarini tekshirishi mumkin. Ko'chmas mulk bo'yicha mutaxassis salohiyatli xaridorga biznes uchun qoniqarli joy topish va unga ega bo'lishda yordam beradi, biznes-maslahatchi esa, qimmatli maslahatlar bera olishi lozim.

Mutaxassislar yordamga sarf qilingan pullar uzoq muddatli rejada investitsion dollar va vaqtni ahamiyatli tarzda tejashga yordam berishi mumkin.

Biznes qancha turadi? Mavjud firma yoki franchayzani xarid qilish istagida "uning narxi qancha?" degan savol turishi tabiiy. Bunda nufuzlilik, ish haqi darajasi va mulk narxi kabi shartlar hisobga olinadi.

Bundan tashqari, ko'pgina kichik firmalar majburiyatlar hajmiga ko'ra, aktivlar hajmining kamligi asosida, mulk egasining yaxshi haq to'lanadigan daromadli boshqaruv imkoniyatlari va uning investitsiyalarini qoniqarli qaytarilishi bilan sotiladi. Bu uslub yuqori inflyatsiya aktivlarning bozor narxini oshirayotganligi tufayli ommalashib ketgan, oxir-oqibatda firma qiymati sezilarli oshadi.

Salohiyatli xaridorlar bu tanbehlardan nufuz bahosi, ish haqi darajasi va mulkni almashtirish bahosi odatda, konkret biznesning aniq narxini aniqlashga urinishga turtki bo'lishi mumkinligini tushunadilar.

Firmani baholashda ko'pgina omillarni ko'rib chiqish lozim. Shu bilan bir qatorda baholash uchun yillik daromad hajmi, aktivlarning qiymatidan foydalaniladi, kapital qo'yilmalaridan kutilayotgan zarur foyda aniqlanadi. Ko'p hollarda muhim omil firmaning nufuzi hisoblanadi.

Nufuz narx asosi sifatida Doimiy xaridorlarining katta miqdori va odatda nufuz sifatida izohlanadigan nom va imidj – bularning barchasi daromad o'rtacha statistikani oshirishiga olib keladi. Midas yoki Levis kabi savdo markalari ahamiyatli nufuzga ega, shu bilan birga Smitty dorixonasi juda kam qiyosiy nufuzga ega.

Haqiqatan ham ko'pgina kichik firmalarda ular sotishi mumkin bo'lgan aktiv kabi nufuz juda kam yoki umuman yo'q. Bunday holat shuning uchun yuzaga keladiki, kichik firmaning nufuzi savdoning bir qismi hisoblanadigan mulkdor shaxsiyati darajasiga bog'liq. Bundan tashqari, ayrim firmalar yaxshi joydan davomli ijara kabi alohida afzalliklarga ega bo'lishi mumkin, buning natijasida juda katta narx talab qilinishi mumkin. Franchayzani xarid qilish hollarida narxni o'rnatadigan formula franchayzing bitimlarida imzolanishi mumkin. Mos kelgani boshqa o'xshash franchayzalar bilan qiyosiy narx bo'lishi mumkin, agar buning iloji bo'lsa.

18.3.Yangi biznes yoki franchayza ochish

Tadbirkor yangi biznesni ochish haqida fikr yuritganda hisobga olinishi lozim bo'lgan ko'pgina omillar mavjud. Biznes-rejani tuzish ayrim savollarga javob bo'la oladi. Javob topilishi lozim bo'lgan bosh savol – bu g'oya butunlay yangimi yoki bu avval tekshiruvdan o'tgan kontseptsiyami? Yangi kontseptsiya uchun mutlaq novatorlik zarur, lekin bunda ayrim ehtiyotkorliklar tavsiya etiladi. Agar kontseptsiya tekshiruvdan o'tgan bo'lsa, franchayzada bo'lgani kabi, boshlanishi ancha engil bo'ladi.

Yangi biznes ochishda bir qancha plyuslar bo'lishi aniq:

Yangi biznes yomon reputatsiyaga ega emas.

Tadbirkor tanlovda cheklanmagan.

Ishda erkinlik mavjud.

Ayrim minuslar quyidagilarni o'z ichiga oladi:

Biznes muvaffaqiyatli ishlab ketishi uchun dalil yo'q.

Noto'g'ri yoki o'xshash bo'lmagan rejalashtirishlar imkoniyati.

Vositachilar, sotuvchi va banklar bilan ish tajribasining yo'qligi.

Biznesning dastlabki imkoniyatlarini baholash

Biznes yoki franchayzaning dastlabki imkoniyatlarini baholashda daromad olish uchun salohiyatning mavjudligi asosiy hisoblanadi. Daromad olish imkoniyati mavjud bo'lmaganida biznes o'zi talab qiladigan risk va kuchda bo'lmaydi. Bundan shu narsa kelib chiqadiki, doimiy xaridorlik bazasi bilan bozor qoniqarli hajmining yuzaga kelishi o'xshash savdoni ta'minlash uchun juda zarur. Bundan tashqari, biznesni ochish uchun eng to'g'ri vaqt iqtisodiyotdagi tendentsiyalar o'rganilganidan keyin aniqlanishi lozim. Yangi firmalar iqtisodiyotning o'sish sur'ati sekinlashgan yoki depressiyani boshidan kechirayotgan paytda emas, aynan yuksalayotgan paytda ko'p narsaga ulgurishi mumkin.

Raqobatchilar reaksiyasi ham juda muhim hisoblanadi. Bu raqobatchilar xaridorlarni saqlab qolish uchun narxlarni pasaytirishlari mumkinmi? Agar shunday bo'lsa, bu yangi firma daromadiga qanday ta'sir ko'rsatadi?

Yangi firmalar ish, xizmat ko'rsatish va uskunalar uchun joyga muhtoj. Bu turli ishbilarmonlik aloqalari hamda lizing va boshqa bitimlar imzolashni nazarda tutadi. Bu erda 6-bobda ko'rib chiqiladigan biznes-reja juda muhim rol o'ynaydi.

Hech bir yangi biznes o'xshash ustav kapitali va aylanma vositalarsiz boshlanishi mumkin emas. Ularning hisobi tadbirkor uchun juda muhim masala hisoblanadi. Bu dollarlar savdodan kutilayotgan daromadlar va kutilayotgan xarajatlar bilan birga banklar va vositachilar bilan muzokarlarda foydalaniladigan xujjat hisoblangan «pro-forma» balans varag'iga kiritilishi lozim (10-bobga qarang). Bu «pro-forma» sinchliklab tahlil qilinishi va tekshirilishi lozim. Rejalashtirishning bu o'ta muhim bosqichidagi qo'shimcha ish minglab dollarlarni saqlab qolish va ko'plab xatolardan saqlashi mumkin.

Franchayza biznes imkoniyati sifatida

Franchayza bugun juda ommalashib ketgan. Holidday Inn, Mc. Donald's, Pizza Hut, Avis Renta-Car, Sears Catalog Stores, Howard Johnson's, Arby's, KFC, Aamco Transmissions, Wendy's, Exxon Gasoline Stations, «Coca Cola» quyish bo'yicha zavod va xattoki, Chevrolet dillerlik tarmog'i franchayza hisoblanadilar.

Franchayza AQShda ham katta biznes hisoblanadi. 1986 yilning boshida Qo'shma Shtatlar tijorat departamenti 500000 ga yaqin franchayza savdoda yarim trillion dollar ishlab chiqarayapti, deb baho bergan.

Franchayza asos kompaniya va tadbirkor o'rtasidagi shartnoma hisoblanadi. Tadbirkor asos kompaniyadan tajriba, nom, logopit, ishlab chiqarish texnologiyasi, o'qitish uslublari va yaxlit bilimlarni oladi. Ular ikki tomon imzolagan va ikkala tomon nima qilishi lozimligini va muhimligini aniqlab bergan shartnoma asosida ish olib boradilar. Shartnoma, odatda, ma'lum bir vaqtga, muddati tugagandan keyin uni cho'zish huquqi bilan imzolanadi.

Franchayza	
Energiya	Pullar
g'oyalар	Tajriba
Joylashgan joy	
Istak	
Asos kompaniya	
Menejment	Texnologiya
O'qitish	g'oyalар
Nom	Tajriba
Nou-xau	Logotip

18.1. rasm. Franchayzing bitimi

kelishuvlari asos kompaniya va tadbirkor o'rtasidagi ko'prik vazifasini o'taydi. Ikkala tomon ham yaxshi tashkil qilingan franchayzadan yutadilar.

18.1 -jadval franchayzani amalga oshirishda asos kompaniya va tadbirkor uchun ayrim ijobiy tomonlarni ko'rsatadi. Ikkala tomon ham franchayzadan yutishlariga qaramasdan, 18.2 jadvalda ko'rinib

turganidek, uning tadbirkor va asos kompaniya uchun ham birdek ayrim salbiy tomonlari ham mavjud.

18.1- jadval.

	Asos kompaniyaning ijobiy tomonlari		Tadbirkorning ijobiy tomonlari
1.	Pulli investitsiyalarni oshirmasdan faoliyat doirasini kengaytirish	1 .	Menejmentda, o'qitishda va qaror qabul qilish jarayonida yordam berilishi
2.	Mahalliy franchayzalarda mahsulot ommaviyligini oshirishni qabul qilish	2 .	Tekshirilgan tovar va ommaviy tovarlar bilan kamroq risk
3.	Marketing va taqsimot xarajatlari franchayzalar orasida bo'linadi	3 .	Reklama va xarakatning ishlab chiqilgan dasturi
4.	Ayrim aylanma xarajatlar franchayzaga o'tkazilishi mumkin	4 .	Chakana sotuvchilarning katta tizimidagi a'zolik
5.	Franchayzadan har oyda olinadigan barqaror to'lov	5 .	Kam foizdagi qimmat moliyaviy yordam imkoniyati
6.	Franchayza tomonidan majmualar va materiallar savdosi foydali bo'lishi mumkin.	6 .	Inventar sotib olishda kulay kredit
7.	Franchayzing	7	Joy tanlashda yordam

	kelishuvlarining maxsus punktida ko'rib chiqilgan mahsulotning sifatli nazorati saqlanadi.	.	
8.	Savdodan daromadlar bilan foizlarning saqlanishi		

Keltirib o'tilgan har bir pluslar har bir bitim qismi hisoblanadi, lekin bu va boshqa yutuqlar quyidagi 18.2-jadvalda keltirilgan ko'pgina «minus» lar bilan birga mavjud.

18..2-жадвал.

	Asos kompaniyaning minuslari		Tadbirkor minuslari
1.	Franchayza ustidan nazorat o'tkazish	1 .	Boshqaruv qarorlarini qabul qilishda, odatda ozodlikning katta qismi qurbon qilinadi
2.	Investitsiyalar ko'rinishi hamda material va inventarlar ko'rinishi sifatidagi franchayza kreditini oshirishning imkoniyatli zarurati	2 .	Boshqa qaerdadir arzon narx bo'lganda ham asos kompaniya orqali xarid majburiyatlari
3.	Boshqaruv personalini o'qitish va uni kelajakda himoya qilish bo'yicha xarajatlar	3 .	Daromadlar har doim yoki foiz ko'rinishida yoki o'rnatilgan to'lov sifatida asos kompaniya bilan bo'linadi
4.	Mulkning ayrim ulushlarini yo'qotish	4 .	Ayrim franchayzalar juda qimmat bo'ladi

Tarixan shunday qurilganki, franchayzing qachonki, tadbirkor amalga oshirilgan biznes-reja olganida va u asosida ishlaganida muvaffaqiyatli bo'ladi. Qachonki, tomonlar o'z majburiyatlarini to'la amalga oshirganlaridagina muvaffaqiyat qozonadilar. "Plyus" "Minus" lar oshib boryaptimi, yo'qmi, aniqlash uchun salohiyatli tadbirkor quyida chop etilgan AQSh tijorat departamenti tomonidan ishlab chiqilgan Franchayzani baholash tekshiruv qog'ozidan foydalanishi lozim.

Qisqacha xulosa

Mavjud biznes yoki franchayzani sotib olishda bir necha plyus (ijobiy tomon)lar mavjud. Firma tarixini bilish va savdo, xarajatlar, xaridorlar bazasi, bozor, umuman olganda vositachilar va xizmatchilar haqidagi mavjud ma'lumotlarni tekshirish imkoniyati bor. Bu omillar tadqiqot natijalariga bog'liq holda bir firma uchun plyus, boshqasi uchun minus bo'lishi mumkin.

Yangi tashkilotning "plyus" va "minus"lari bir tanganing ikki tomoni hisoblanadi. Operatsiyalarni aniqlash erkinligi, qanday bo'lsa ham oldingi xaridorlar, vositachilar, bankirlar va xizmatchilarning salbiy munosabatlarning yo'qligi «plyus» lar hisoblanadi. Bundan tashqari, tajribasiz va yuqorida ko'rsatilgan guruhlar bilan o'tmishdagi aloqalarsiz ish yuritish «minus» bo'lishi mumkin.

Qachonki, yangi firma ochish va yangi franchayza haqidagi masala ko'rib chiqilar ekan, tovar yoki xizmat haqida iloji boricha ko'proq bilish, xaridorlar, raqobatchilar va moliyaviy doiralarning reaksiyasini tahmin qilish juda muhim. Bu savollarni tushunishga sarflangan vaqt kelajakda firmaga minglab dollarlarni tejash imkonini berishi mumkin. Franchayzing tadbirkor uchun biznesni boshlashda juda qulay imkoniyat hisoblanadi, eng ko'p firmalar

aynan shu tarzda yuzaga kelgan. Ko'pgina tanilgan Mashhur kompaniyalar Mc. Donald's, Avis, Coca Cola, Chevrolet va boshqa kompaniyalar taqsimot tizimida franchayzaga ega.

Franchayzing - asos kompaniya bilan tadbirkor o'rtasidagi kelishuvdir. Bu kelishuv ikkala tomon uchun ham ko'pgina ijobiy tomonlarga ega. Asos kompaniya kengayadi, qo'shimcha kapital oladi va qo'shimcha daromad manbaiga ega bo'ladi. Tadbirkor esa tekshirilgan va muvaffaqiyatli sinovdan o'tgan dasturni qo'lga kiritadi. Bu ikkala tomon uchun «minus»lar shunda ko'rinadiki, bunda asos kompaniya nazorati kamaytiriladi va tadbirkor uchun erkinlik yo'qoladi. Franchayzaning har bir imkoniyatini baholash juda muhim. Franchayza bahosining tekshiruv varag'i tadqiqot uchun doiralarni aniqlaydi. Asos kompaniya o'z faoliyatlari haqida aniq ma'lumotlar berilgan hisobotni qonuniy ta'minlashga majbur. Bu ma'lumotlarni chuqur o'rganish muvaffaqiyat uchun salohiyat bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Muhokama qilish uchun savollar

1. Agar siz mavjud firmani sotib olmoqchi bo'lsangiz, nima uchun oxirigi besh yillikdagi soliqlar to'lovi bilan qiziqishingiz lozim.
2. Quyidagi mulohaza asosida qanday sabablar yotadi: «mavjud biznesni xarid qilish yangi mulkdor muvaffaqiyatli ishlash uchun ishonchini oshiradi». Bu har doim ham to'g'ri bo'ladimi?
3. Aniq rejalashtirishni amalga oshirish, keyin yangi firmaga asos solish bilan qiyoslaganda mavjud firmani sotib olish

- yoki franchayza vaqtini tejashi mumkinmi?
4. Sotuvchi tomonidan taqdim etilgan ma'lumotlar bilan qiyoslaganda mavjud biznesning rasmiy auditorlik hisobotidan foydalanishning «plyus»lari qanday?
 5. Nima uchun siz firmani sotib olishdan oldin lizing haqida batafsil bilishni istaysiz?
 6. Siz mavjud firmani sotib olishda va franchayzada sizdan 10 mil uzoq rayonda besh yildan beri raqobatga kirishishga majbur bo'ladigan sotuvchi bilan bitimga kelib o'zingizni himoya qila olasizmi?
 7. Kapitallashtirilgan ish haqi asosida biznes narxini aniqlash deganda nimani tushunish mumkin?
 8. Mavjud biznesni xarid qilish bilan qiyoslaganda yangi biznesni ochishga ega bo'lishning afzalliklari nimada? Tushuntiring.
 9. Franchayzing, asos kompaniya va tadbirkorni muhokama qiling.
 10. Tadbirkor uchun franchayzing kelishuvlarining «plyus» va «minus»lari qanday?
 11. Nima uchun muvaffaqiyat qozonayotgan firma franchayza sotishni istaydi? «Plyus»lari va «minus»lari qanday?
 12. Franchayzing kelishuvlariga kirishishdan oldin salohiyatli tadbirkor nimalarni tekshirishi lozim?

Asosiy adabiyotlar

1. Менеджмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. Проф. Проф М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский учебник, 2004.-269с.
2. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я.

Горфинкеля и др. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 735 с.

3. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Джеффри Лайкер; Пер. с англ. — 3-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 400 с.

X1X BOB: KICHIK BIZNESNING HAYOTIY SIKLLARI.

19.1. Kichik biznesning hayotiy sikli

Kichik biznes korxonasining hayotiy sikli - bu uning bunyod etilishidan tugatilgunigacha bo'lgan davri yoki ishlab chiqarish faoliyati davri hisoblanadi. Korxonaning hayotiy siklining to'rtta bosqichi mavjud: **bunyod etish, o'sish, diffeensiatsiyalash, jipslashtirish.** Bozor sube'kti hayot sikliga o'z tijorat-xo'jalik faoliyatidagi ijtimoiy-iqtisodiy muhit ham katta ta'sir ko'rsatadi.

Ma'lumki, bozor sub'kti o'z tijorat-xo'jalik faoliyatida ijtimoiy-iqtisodiy atrof-muxit xolatiga moslashadi. Milliy bozorga chiqish arafasida turgan kichik korxonalar o'z faoliyatini shakllantiradi, nazorat qiladi. Bunda quyidagi omillarni ko'rib chiqishi maqsadga muvofiqdir: nazorat qilinadigan faktorlar (tovar, narx, tovar xarakati va taqsimlanishi kanallari; sotishni rag'batlantirish); ularni ma'lum darajada kichik korxonalar tomonidan boshqarilishiga yo'l qo'yiladi; nazorat qilinmaydigan faktorlar(iqtisodiy iqlim, siyosiy kuchlar, raqobat strukturasi, jamiyatning ijtimoiy ahvoli), ular kichik korxonalar tomonidan boshqarilishiga yo'l qo'yilmaydi(infrastruktura, texnik rivojlanish darajasi, raqobatbardoshligi madaniyatning xolati, ta'lim, sanoat, huquq).3.3 rasmda tashqi muhit omillari berilgan.

Kichik biznes korxonasi xayot siklining birinchi bosqichi bozorda paydo bo'lishi bilan tavsiflansa, ikkinchisi - bozorda tutgan o'rnini mustahkamlash bilan, uchinchisi -xo'jalik faoliyatni differensiatsiya qilish, yangi bozorlarni o'zlashtirishi, to'rtinchisi -yangilik kiritish, strategiyani qayta ko'rib chiqish bilan yoki bankrot bo'lish bilan izohlanadi. Xorijda tadbirkorlik tashkilotini quyidagi **hayotiy siklini** ajratib ko'rsatadilar (xuddi tirik jondek):

- tug'ilish davri; bolalik davri;
- o'spirinlik davri;
- dastlabki yetuklik davri;
- o'rta yetuklik davri;
- oxirgi yetuklik davri;
- qarish davri.

1. Tiklanish davri (faoliyatini to'xtatish, bankrot bo'lish payti). Tug'ilish davri yangi haridorning talabini qondirish, bosh bozor maydonini yangi segmentini egallash. Asosiy maqsad raqobatga bardosh berish, shuning uchun barcha ishlarda tashabbuskorlik, muvaffaqiyatga erishish, cheksiz mehnatsevarlik, jangovarlik, iloji boricha ko'proq foyda olishga intilishlik hisoblanadi.

2. Bolalik davri -bu hayot siklidagi eng xavfli bosqich hisoblanadi. Bu bosqichda asosiy maqsad qisqa muddatli muvaffaqiyat hisoblanadi, asosiy belgisi bu maqsad sari intilish, raqobatchi tashkilotlarga asosiy ahamiyat berish. Bu bosqichda 90%

korxonalar bankrot bo'ladilar.

3. O'spirinlik davri - bu bosqich kichik biznsni barqarorlik jarayonining shakllanishini boshlanishidir. Faxm-farosatli tavakkalchilik o'rniga ilmiy xisob-kitoblar ishlatiladi. Tashkilot bozorda o'z maydonini egallab daromad olishni barqarorligini rejalashtirishni amalga oshiradi.

4. Dastlabki yetuklik davri - bu kichik biznes korxonasini yangi faoliyat sohalariga asta-sekin kirib borishi, diversifikatsiya-ni kuchayishi, faoliyat ko'lamlarini kengayish bosqichidir.

5. Qarish davri - o'sishning susayishi va katta qiyinchiliklarni mavjudligi. Bunday qiyinchiliklarga kichik korxonada bardosh berolmasligi mumkin. Bunda bosh vazifa korxonani saqlab qolish.

6. Tiklanish davri - faoliyat taraqqiyotining jonlanishi korxonaga to'la majmuaviy o'zgarishlarni o'tkazish zarur. Boshqaruv usuli - uyg'otuvchanlik beraxmlik belgilari bilan ajralib turadi, agar rahbarlik susaysa bankrotlik sodir bo'lishi mumkin.

Kichik biznes korxonalarini u yoki bu hayot sikli bosqichni bosib o'tish sezilarli ravishda bozorda paydo bo'layotgan sharoitga hamda davlatning olib borayotgan iqtisodiy siyosatiga, ya'ni yuqorida ko'rsatilgan tashqi omillarga bog'liqdir. Korxonalar ishining samaradorligi ko'pincha ularning tashkiliy tarkibiga hamda rahbarlik usuliga bog'liq.

19.2. Kichik biznes korxonalarining hayotiy siklini boshqarishni samarali tashkil etish.

Respublikamiz iqtisodiyotining bozor iqtisodiga o'tish boshqaruv masalalariga boshqacha munosabatni talab qiladi. Yirik korxonalardan farqli o'larok, kichik biznes korxonalarining hayot sikli

barqaror bo'lmay, statistik ma'lumotlarga ko'ra, dastlabki besh yil mobaynida ularning yarmidan ko'prog'i o'z faoliyatini to'xtatadilar. Bu esa, yuqorida ta'kidlab o'tganimizdek, yana kichik biznes sohasini qo'llab-kuvvatlovchi maxsus infratuzilmalarning faoliyati bilan bog'lanadi.

Kichik biznes korxonasining birinchi ikki bosqichda "xo'jalik yurituvchi subyektni tug'ilishi" va "bolalik davri" kichik biznesni tashkil qilish bilan bog'liq muammolarning mavjudligi bilan tavsiflidir. Bunga sabab G'arbiy mutaxassislar xisobi bo'yicha bankrotlikni deyarli 60% korxonani boshqara olmaslikda va tadbirkorlik faoliyatini samarasiz rejalashtirilishi sabab deb biladilar. Shuning uchun boshqaruv mehnatni to'g'ri taqsimlash, tadbirlarni maqsadga muvofiq o'tkazish va ishlab chiqarish samaradorligini oshirish muhim ahamiyatga ega. Bundan tashqari Respublikamzdagi kichik korxonani tashkil qilishdagi byurokratizm va huquqbuzarliklar ish boshlayotgan tadbirkorlarning faoliyatiga salbiy ta'sir ko'rsatadi.

Kichik biznes bo'yicha mutaxassislar boshqaruvni shakllarini izlab topishda quyidagi fikr muloxazalarga ahamiyat beradilar: har qanday boshqaruv usuli ma'lum vazifa va maqsad bilan bog'liq bo'lmog'i kerak. Rahbarning hulqi har xil maqsadlarga erishishga, imkon yaratadi. Shuning uchun har xil turdagi boshqaruv hulqiga, vaziyatga to'g'ri keladigan boshqaruv usulini topishga harakat qiladilar. [Bu esa qarorlarni izlash, qabul qilish va bajarilishini hamda ular oqibatini nazorat qilishni taqazo qiladi.

Korxonalar rahbarlari ishlovchilar mehnatini to'g'ri tashkil qilishni ta'minlash emas, balki korxonani moliyaviy, ma'muriy, tijorat va moddiy boyliklarini to'g'ri ishlatish masalasini hal qilishi ham kerak.

Shuning uchun boshqaruvni doimiy takomillashtirilishi firmani tez o'zgaruvchi tashqi muhitga ko'nikish qobiliyatiga bog'liq, ya'ni tabiiy tashkiliy jarayonlarga aralashish ta'sirini pasaytirish o'rniga ko'paytirish zarur. Korxonaning ishini yaxshilash uchun rahbarlar tartib intizomni yaxshilashi ishlovchilar orasida vaziyatlarni, nizolarni bartaraf etishi uning natijasida jamoada psixologik munosabatlarni sog'lomlashtirish zarur.

Ular ko'pincha bunday vaziyatlarni sezishlari, bezovta bo'lishlari va ularni bartaraf qilishlari zarur. Firmaning rahbari o'z vaqtida odamlar ongidagi bu kabi qarama-qarshiliklarga tushunib yetishi, ishlovchilarni barcha kuch, bilim va tajribalarini korxonada faoliyatini yaxshilashga safarbar qilishi lozim.

19.3. Kichik biznes korxonalarining moliyaviy moslashuvchanligini ta'minlash.

Kichik biznes korxonasi xayot siklini har qanday bosqichida, uning moliyaviy moslashuvchanligini zaruriy saviyada o'z vaqtida baholash va qo'llab-quvvatlashi muhim hisoblanadi.

Korxonaning moliyaviy moslashuvchanligi - bu ko'rsatkichlar majmuasi bo'lib, uning aktivlari qanchalik likvidligini, qo'shimcha moliyaviy vositalar olish imkoniyati qandayligini, ishga kiritilmagan kapitalni foizi qanchaligini va korxonada o'zining investitsion va ishlab chiqarish faoliyatini o'zgartirish qobiliyatiga qay darajada ega ekanligini aniqlaydi. Korxonaning moliyaviy moslashuvchanligini aniqlash uchun quyidagi baholash tizimi ishlatiladi: aktivlarni yuqori likvidligini; aktivlarni sifat tuzilishi va ularni narx tavsifi; aktivlarni korxonani o'zining siyosatini tashqi

muhit o'zgarishlariga bog'lab o'zgartira olish qobiliyati.

Aktivlarning likvidiligi — bu moddiy boyliklarni sotib naqd pulga aylantirishdagi yengillikdir. Ba'zi bir aktivlari o'zaro shunday bog'langan bo'lishlari mumkiki, bittasini yo'qotish boshqasini samarali ishlatilishiga sezilarli ta'sir ko'rsatishi mumkin. Korxonada o'z material aktivlarini boshqa aktivlarda keltiradigan daromadiga salbiy ta'sir ko'rsatmasdan sota olishi unga moliyaviy ustunlik keltiradi. Masalan, "Xolding" kompaniyasining aksiyalarini sotish boshqa tez sotiluvchi kimmatbaxo qog'ozlarni, obligatsiyalarni sotilishiga salbiy ta'sir ko'rsatmaydi.

Kichik biznesda ko'pchilik tadbirkorlik tarkiblarining qisqa hayotiy davri korxonalarda bozor iqtisodi sharoitida huquqiy bilimlarni o'zlashtirishga sabab bo'luvchi zaruriyatdir. Bu taraqqiy topgan davlatlarni ko'p yillik tajribasi asosida qimmatbaho qog'ozlar portfelini bilan ishlashni o'rganishdan iboratdir.

Kimmatbaxo qog'ozlar portfelini - bu butun bir tanxo boshqariladigan kimmatbaxo qog'ozga kiritilgan mablag'lar yig'indisidir.

Kimmatbaxo qog'ozlar portfelini boshqarish - portfel tarkibini tahlil qilish, tartibga solish va rejalashtirish, uni shakllanish faoliyatini amalga oshirish va qo'yilgan maqsadlarga erishish uchun uning zaruriy likvidli saviyasini, u bilan bog'liq bo'lgan harajatlarni kamayishini saqlab kolishdir. Portfel quyidagi maqsadlar uchun bunyod etiladi: foiz olish, kapitalni saqlab qolish va kapital uchun o'sishni ta'minlash (qimmatbaxo qog'ozlarni kurs qiymatini oshishi xisobiga). Ushbu maqsadlar maqbul bo'lishlari va turli kimmatbaxo qog'ozlar portfeliga to'g'ri kelishi kerak.

Qisqacha xulosa

Kichik biznes korxonalarini hayot sikli 4 bosqichdan iborat bo'lib, birinchi bosqichi bozorda paydo bo'lishi bilan tavsiflansa, ikkinchisi - bozorda tutgan o'rnini mustahkamlash bilan, uchinchisi - xo'jalik faoliyatni differentsiatsiya qilish, yangi bozorlarni o'zlashtirishi, to'rtinchisi - yangilik kiritish, strategiyani qayta ko'rib chiqish bilan yoki bankrot bo'lish bilan izohlanadi. Xorijda tadbirkorlik tashkilotini quyidagi **hayotiy siklini** ajratib ko'rsatadilar (xuddi tirik jondek): tug'ilish davri; bolalik davri; o'spirinlik davri; dastlabki yetuklik davri; o'rta yetuklik davri; oxirgi yetuklik davri; qarish davri. bu bosqichlarda korxonaning moliyaviy, ma'muriy tijorat va moddiy boyliklarni to'g'ri ishlatish lozim. Kichik biznes korxonalarini u yoki bu hayot sikli bosqichni bosib o'tish sezilarli ravishda bozorda paydo bo'layotgan sharoitga hamda davlatning olib borayotgan iqtisodiy siyosatiga, ya'ni tashqi omillarga bog'liqdir. Korxonalar ishining samaradorligi ko'pincha ularning tashkiliy tarkibiga hamda rahbarlik usuliga bog'liq.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Xorijda tadbirkorlik tashkilotini qanday hayotiy siklini ajratib ko'rsatadilar ?
2. Kichik biznes korxonalarining hayoti siklini boshqarishni samarali tashkil etish usullarini ko'rsating.
3. Kichik biznes korxonalarining moliyaviy moslashuvchanligi nima?
4. Uni qanday ta'minlash mumkin?
5. Aktivlarning likvidligi nima?
6. Kichik biznes korxonalarining hayoti siklini bosqichlarida korxonaning moliyaviy ma'muriy tijorat va moddiy boyliklarni qanday ishlatish lozim?
7. Korxonaning moliyaviy moslashuvchanligi nima?

8. Kichik biznes korxonalarini xayot siklini qanday oshirish mumkin?
9. Biznes muhiti haqida nima deya olasiz?
10. Respublicamizda biznes muxitni yaratish uchun qanday tadbirlar amalga oshirilmoqda?

Asosiy adabiyotlar

1. Менеджмент малого бизнеса: Учебник /Под. Ред. Проф М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский учебник, 2004.-269с.
2. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 735 с.
3. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации / Пер. с англ. Под науч. Ред. А.Г. Сеферяна. - СПб.: Питер, 2007. - 384 с.
4. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Джеффри Лайкер; Пер. с англ. — 3-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 400 с.

5.

XX BOB: KICHIK BIZNESDA BANKROTLIK.

20.1. Bankrotlik - raqobat kurashining obyektiv xodisasidir.

Uzoq vaqt davomida mamlakatimizda hukm surgan ma'muriy-buyruqbozlik tizimida mulkning o'ta darajada davlatlashuvi, xo'jalik sub'ektlarining moliya-iqtisodiy faoliyatiga rejalashtirish munosabatlari orqali davlatning aralashuvi, yuqori darajadagi yakkahukmronlik holati oqibatida raqobatning mavjud bo'lmasligi sababli korxonalarining moliyaviy layoqatsizligi hamda buning oqibatida ular faoliyatining tugatilishi g'ayrioddiy tushuncha hisoblanar edi. Bugungi kunda bozor iqtisodiyoti tamoyillariga o'tish bilan korxonalarining tugatilishi jarayoni odatdagi tushunchaga aylanib bormoqda.

Bankrotlik -bu xo'jalik sudining qarori bilan kichik biznes sub'ektning iqtisodiy qashshokligi, uni qarz majburiyatlari bo'yicha to'lovga qobiliyatsizligini oshkora e'lon qilinishi. Bu bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobat kurashi natijasida vujudga keladigan oddiy holat bo'lib, unda nochor tadbirkorlik tizimi o'zining xo'jalik faoliyatini to'xtatadi. Kreditorlarga qarzni qaytarish maqsadida bankrotlikga uchragan tadbirkor yoki korxonalar mulkini sotadi. Hozirgi kunda respublikamizdagi ko'pgina tadbirkorlik tizimlariga bankrotlik og'ir moliyaviy ahvoldan chiqishga, xo'jalik yurituvchi subyektlarga yordam ko'rsatishga, avvalgi turg'unlikni tiklashga va yana to'lash qobiliyatiga ega bo'lishiga yo'l ochib bermoqda. **Bankrot** -bu jismoniy yoki yuridik shaxs (xo'jalik yurituvchi subyekt), xo'jalik sudi qarori bilan iqtisodiy qobiliyatsiz korxonani qarzdor deb atalishidir.

Ikkinchi variant amaliyotda tadbirkorlik tarkibini sog'lomlashtirish (sanatsiya) usuli sifatida ishlatilishi mumkin. Sanatsiya (lotincha - davolash, sog'lomlashtirish ma'nosini bildiradi)-bu-sanoat, savdova boshqa korxonalarini bankrotlikdan saqlab qolish uchun yirik banklar va davlat tomonidan o'tkaziladigan tadbirlar tizimidir. "Iqtisodiy qashshoqlik va bankrotlik haqidagi" qonun bankrotlik jarayonini favqulotda voqea deb qaraydi. Korxonaning fuqaroviy huquqiy majburiyatlarini bajarmasligi, qarzlarni aktivlardan ortiqligi subyektni bankrot deb bilishga asos bo'lolmaydi. To'lay olmaslik qobiliyati uzoq muddatli bo'lishi, ayrim sabablarga ko'ra o'zgaruvchan bo'lishi ham mumkin.

Bankrotlik qarzdor va kreditorlar orasida qarzlarni to'lash to'g'risida tinchlik yo'li bilan kelishish imkoni ko'zda tutadi. Tinchlik yo'li bilan kelishuvning qarorini kreditorlarning umumiy majlisida qabul qilinadi va xo'jalik sudi tasdiqlaydi.

Bankrotlik zamini - bu ma'lum haqiqiy holat bo'lib, uni aniq sharoitni hisobga olib baholash zarur. Yomon niyat va qalbaki bankrotlik muammosini qo'shimcha ravishda qayta qo'rib chiqish talab etiladi.

Ma'lumki, iqtisodiyotda umuman xo'jalik sub'ektlari faoliyatlarining tugatilishi odatda salbiy holat sifatida qabul qilinadi. Chunki, har qanday korxonaning o'z faoliyatini to'xtatishi ma'lum darajada quyidagi holatlarning vujudga kelishi bilan bog'liq bo'ladi:

faoliyatga jalb etilgan iqtisodiy resurslarning yo'qotilishi, ulardan olinadigan samaraning pasayishi;

ishsizlar sonining ortishi hisobiga ijtimoiy beqarorlikning kuchayishi;

jamiyat a'zolari o'rtasida tadbirkorlik bilan shug'ullanishga nisbatan ishonchsizlikning paydo bo'lishi va hokazo.

Biroq, korxonalar faoliyatining tugatilishi doimo ham falokat, fojia sifatida qabul qilinavermaydi. Bugungi kunda, ya'ni mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish jarayonlarining amalga oshirilishi natijasida korxonalarining ko'plab xodimlari ularning birgalikdagi egalariga aylandilar. Biroq, aksariyat holatlarda, mulk egasining o'zgarishiga qaramay, ko'plab firmalar, hissadorlik jamiyatlari, xo'jalik birlashmalari etarli darajada muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsata olmayptilar. Shunga ko'ra, agar boshqaruv, ishlab chiqarish, marketing va texnologiyani tashkil etishni takomillashtirish sohasidagi barcha chora-tadbirlardan natija olish imkoniyati tugagan bo'lsa, u holda oqilona amalga oshirilgan likvidatsiya - korxonalar hissadorlari (qatnashchilari) mulkini saqlab qolish muammosining hal etilishi demakdir.

Kichik tadbirkorlik sub'ektlari moliya-xo'jalik faoliyati tugatilishining kelib chiqishi sabablari, bu jarayonlarning o'ziga xos xususiyatlari, ularni maqsadga muvofiq yo'naltirish imkoniyatlari, salbiy oqibatlarining oldini olish muammolarini ilmiy jihatdan o'rganish, korxonalarining tugatilishini keltirib chiqaruvchi turli omillar iqtisodiy tabiatining tadqiq etilishini taqozo etadi.

20.2. Kichik biznes korxonalarini faoliyatining tugatilishiga ta'sir ko'rsatuvchi omillar

Eng avvalo, kichik biznes korxonalarini faoliyatining tugatilishiga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni shartli ravishda ob'ektiv va sub'ektiv omillarga ajratib olish zarur bo'ladi.

Ob'ektiv omillar sirasiga, xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning hatti-harakati, faoliyat doirasi va shart-sharoitlaridan qat'iy nazar, mavjud

iqtisodiy qonunlarning amal qilishi natijasida vujudga keluvchi hamda ta'sir ko'rsatuvchi omillar kiradi. Odatda ob'ektiv omillar ta'sirining oldini olish yoki boshqarish imkoniyat darajasidan tashqarida bo'ladi.

Tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy natijalari sezilarli tebranishlarga moyildir va ular ko'p omillarga bog'liq. Shu sababli ko'pchilik xo'jalik yurituvchi sub'ektlar ko'tarilish va pasayish bosqichlarini bosib o'tadi, ko'plari bankrotlikka yaqinlashsalar, boshqalari bankrotlikka uchraydi.

Chet davlatlardagi ko'p yillik korxonalarining oyoqqa turishi va taraqqiyotiga oid tajribalardan kelib chiqadiki, firmaning moliyaviy krizisi va bankrotligining sabablari - bu talabni qisqartirishi, ishlab chiqarish hajmi pasayishi, uning izdan chiqishi va ma'lum boshqaruv tizimi yo'qligidir.

Taraqqiy topgan turg'un iqtisodiy va siyosiy tizimga ega davlatlarda bankrotlikka 1/3 qismiga tashqi omillar va 2/3 qismiga ichki omillar sababchi bo'lar ekan;

- 1-guruh - shaxsiy-ruhiy omillar;
- 2-guruh - tashkiliy omillar;
- 3-guruh - me'yoriy-huquqiy omillar;
- 4-guruh - iqtisodiy omillar.

Shaxsiy-ruhiy omillar guruhi o'z ichiga tadbirkorning bilimi, malaka va tajribasi, ruhiy va ma'naviy qiyofasi, ishni tashkil etish va boshqarish qobiliyatlari borasida yuzaga keluvchi faoliyatni to'xtatishga olib keluvchi sabablarni oladi.

Tashkiliy omillar guruhi o'z ichiga xo'jalik yurituvchi sub'ektning tashkiliy tuzilmasida o'z faoliyatini davom ettirishida vujudga keluvchi to'siqlarni bartaraf etish, uni o'zgartirish yoki yanada

takomillashtirish maqsadida faoliyatni to'xtatishga olib keluvchi sabablarni oladi.

Me'yoriy-huquqiy omillar guruhi o'z ichiga korxonalar faoliyatini davom ettirishda ro'y beruvchi amaldagi qonunchilik, me'yoriy qoidalarning buzilishining oldini olish va mavjud tartibbuzarlik olib keluvchi sabablarni oladi.

Iqtisodiy omillar guruhi o'z ichiga xo'jalik yurituvchi sub'ektning iqtisodiy manfaatlariga zid keluvchi holatlarning oldini olish va bartaraf etish maqsadida faoliyatni to'xtatishga olib keluvchi sabablarni oladi.

20.3 Kichik biznes korxonalarini inqirozga uchrashining sababi.

O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligi qoshidagi Iqtisodiy nochor korxonalar ishlari qo'mitasi tomonidan tayyorlangan risolada korxonalar iqtisodiy nochorligi holatining asosiy sabablari sifatida quyidagilar ko'rsatib o'tiladi:

xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'rtasida, ishlab chiqaruvchi va moliyaviy tuzilmalar o'rtasida, tovar ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar o'rtasida bozor munosabatlarining joriy etilishi natijasida kelib chiqqan ishlab chiqarish rentabelligining tezlik bilan pasayishi;

ishlab chiqarish resurslari narxlarining keskin oshishi, transport xizmati tariflarining ko'rsatilishi, bojxona to'siqlari, eksport-import poshlinalarining joriy etilishi, mahsulot narxining oshib ketishi natijasida mahsulotlar raqobatdoshligining pasayib ketishi, ishlab chiqaruvchilarning o'z sotuv bozorlarini yo'qotishlari;

tub bozor o'zgarishlari sharoitida iste'mol tovarlarining narxlarini

aholi pul daromadlariga nisbatan tezroq o'sishi natijasida talabning pasayishi. Buning oqibatida xo'jalik sub'ektlari o'rtasida haqlarni o'zaro to'lay olmaslik tutash doirasining paydo bo'lishi;

aylanma mablag'larni noishlab chiqarish xarajatlariga jalb etilishi sababli korxonalar pirovard moliyaviy natijasining yomonlashuvi;

tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchilar orasida iqtisodiy bilimga ega bo'lmagan shaxslarning mavjudligi va boshqalar.

Yuqoridagi fikr-mulohazalardan shunday xulosa qilish mumkinki, kichik tadbirkorlik sub'ektlarining o'z faoliyatini to'xtatishi turli sharoitlarda bir qator omillar ta'siri ostida ro'y beradi. Bu omillarni har birining iqtisodiy tabiati, ro'y berish xususiyatlari va ta'sir darajalarining chuqur va har tomonlama o'rganilishi o'z navbatida mamlakatdagi tadbirkorlik faoliyati barqarorlik darajasini oshirish, har bir alohida holatda mazkur omillarning ta'sirini kamaytirish yoki umuman bartaraf etish mexanizmini ishlab chiqish imkonini beradi.

Kichik biznes korxonalari moliya-xo'jalik faoliyatining tugatilishiga ko'plab sub'ektiv omillar bilan bir qatorda, ularning iqtisodiy tabiatidan kelib chiquvchi quyidagi ob'ektiv omillar ham ahamiyatli ta'sir ko'rsatadi:

kichik tadbirkorlik sub'ektlarining moliyaviy-xo'jalik faoliyatidagi tavakkalchilikning yuqori darajasi;

kichik tadbirkorlik sub'ektlari faoliyatini bozor konyunkturasi bog'liqligining kuchliligi;

Xorijiy davlatlardagi korxonalarining oyoqqa turishi va taraqqiyotiga oid tajribalardan kelib chiqqan holda shuni aytish kerakki, kichik biznes korxonalari moliyaviy krizisi va bankrotligining sabablari -bu talabni qisqarishi, ishlab chiqarish hajmini pasayishi, uni izdan chiqishi va ma'lum boshqaruv tizimining yo'qligidir.

Kichik xo'jalik yurituvchi subyektlarning moliyaviy qashshoqligi va bankrot bo'lishi tadbirkorlar, rahbarlar, firmaning menejerlari tomonidan yo'l qo'yiladigan bir qator kamchiliklarga bog'liq. Shuning uchun biznesni tashkil etishda imkoniyatlarni, resurslarni va tavakkalliklarni hayotiy siklini barcha bosqichlarida puxta tahlil qilish kerak bo'ladi.

20.4, Kichik biznesda xo'jalik yurituvchi subyektlarni tugatish va qayta tashkil etish shart-sharoitlari.

“Bankrotlik” haqidagi qonun davlat xududida xo'jalik yurituvchi subyektlari bilan birgalikda ularning mulk shaklidan qat'iy nazar yuridik va jismoniy shaxslarning mulkiy munosabatlariga ta'sir ko'rsatadi.

O'zbekiston Respublikasining «Bankrotlik to'g'risida»gi Qonuniga ko'ra, Korxonalar kreditlar talablarining belgilangan muddatidan 6 oy davomida bajarilishini ta'minlamasa yoki ta'minlashga layoqatsizligi oldindan ma'lum bo'lsa, uning joriy to'lovlarining to'xtatilishi korxonaning nochorligi (bankrotligi) belgisi hisoblanadi. Qonun mulkchilik shaklidan qat'iy nazar barcha korxonalar uchun taalluqli hisoblanadi. Bankrotlik nochorlik belgisi xo'jalik sudi tomonidan tan olinganidan so'ng yoki korxonani ixtiyoriy tugatish holatida qarzdorlarning o'zi tomonidan bu holatni rasmiy tan olingandan so'ng yuzaga keladi.

Bankrotlik deb topilishdan maqsadi iqtisodiy nochorlik belgilarini erta bosqichda aniqlash, kichik biznes korxonalarini sanatsiyalash yoki tugatish bo'yicha tadbirlarni ishlab chiqishni amalga oshirish

yo'li bilan korxonalar bankrot bo'lishining oldini olish va ularning to'lovga qobilligini qo'llab-quvvatlashdan iboratdir.

Iqtisodiy xolatiga bogliq ravishda korxonalar quyidagi guruxlarga bo'linadi:

- barqaror moliyaviy axvolga ega;
- iqtisodiy tavakkalchilikga ega;
- iqtisodiy nochor.

Iqtisodiy tavakkalchilik belgilari aniqlanganda korxonalar moliya-xo'jalik faoliyatini sog'lomlashtirish bo'yicha tadbirlar majmuini ishlab chiqishlari va amalga oshirishlari kerak.

Iqtisodiy nochor korxonalar qonunga muvofiq bankrotlik to'g'risida e'lon berish yo'li bilan majburan (ixtiyoriy ravishda) tugatilishi kerak.

Pul majburiyatlari va majburiy to'lovlar bo'yicha muddati o'tgan qarzar qonunga muvofiq majburiy to'lovlarni to'lash majburiyatlari va pul majburiyatlari bo'yicha kreditorlarning talablarini bajarish payti kelishi bilan belgilanadi (masalan, soliqlarni byudjetga xar oyda yoki xar chorakda, xisobot davridan keyingi muayyan sanada to'lash muddatlari).

Qarzar summasini belgilash paytida muddati o'tmagan, uzoq muddatli va qisqa muddatli kreditlar va zayomlar, ya'ni to'lash muddati kelmagan uzoq muddatli va qisqa muddatli kreditlar va zayomlar summolari chiqarib tashlanishi mumkin.

Muddati olti oydan oshib ketgan qarzar to'g'risidagi ma'lumotlar "Debitorlik va kreditorlik qarzlari to'g'risidagi ma'lumotnoma" degan 2-a-Moliyaviy xisobot shaklidan olinadi.

Iqtisodiy nochorlikni belgilash uchun mazkur xujjat bilan tasdiqlangan koeffitsientlarning me'yoriy qiymatlari barcha kichik

korxonalar uchun yagonadir.

O'z xo'jalik faoliyatini davom etirayotgan sub'ektlarini va ularning kreditorlari orasidagi o'zaro munosabatlarni tartibga solishdan iboratdir.

Qarzdorga (bankrotga) nisbatan xo'jalik sudi tomonidan quyidagi choralar ko'rilishi mumkin: sanatsiya, tugatish, tinchlik kelishuvi. Bu yerda **sanatsiya** deganda tarkibni qayta tuzish tartibi, mulk huquqini o'zgarishi, qarzdorni mulk tomonidan, yoki vakolat berilgan idora, yoki boshqa shaxslar tomonidan ushbu qarzdorni va uning mehnat jamoasini saqlab qolish niyatida moliyaviy qo'llab quvvatlash tushuniladi. Agar xo'jalik sudi qarzdorni mulki bankrotlik ishi bo'yicha olib boriladigan ishlar harajatiga yetmasligini aniqlasa, unda sud qarzdorni bankrot deb e'lon qiladi va bankrotlik ishini tugadi deb hisoblaydi. Agar bankrotlik tinchlik kelishuvi tuzish bilan tugasa yoki bankrotlik ishini xo'jalik sudi to'xtatsa, yoki qarzdorda o'z faoliyatini davom ettirish uchun barcha shikoyatlardan so'ng yetarli mulki qolsa unda yuridik shaxs tugatilmaydi. **Tinchlik kelishuvi**-bu qarzdor va kreditorlar orasidagi qarzlarni to'lash to'g'risidagi kelishuv bo'lib, unda qarzlarni kamaytirish yoki ularni to'lash muddati o'zaytirish va boshqa tomonlarni kelishuvi bilan amalga oshiriladigan shartnomalar ko'zda tutiladi.

Tinchlik kelishuvi tuzilgan deb quyidagi holatlarda hisoblanadi:

1. Qarzdor qarzlarni yarmidan oz qismini to'lashni taklif etganda unga rozi bo'lib 2/3 dan kam bo'lmagan majlis kreditorlari o'rnida bo'lgan katnashchilari ovoz bersa, agar ularning talablari 2/3 dan kam bo'lmagan imtiyozsiz qiymat talablarni tashkil qilsa.
2. Qarzdor qarzlarni yarmidan kam qismini to'lashni taklif qilsa, agar bunga barcha qatnamayotgan kreditorlarning 3/4 qismi rozi

bo'lib ovoz bersa, agar ularning talablari 3/4 qismidan kam bo'lmasa.

Tinchlik kelishuvi ta'sir qilish muxlati kreditorlarning umumiy majlisida qarzdorning taklifi asosida belgilanadi. Xo'jalik sudi boshqaruvchining yoki kreditorning taklifi bilan tinchlik kelishuvini quyidagi hollarda tugatadi, agar: qarzdor atayin yoki qalbaki bankrotlikni amalga oshirsa; qarzdor tinchlik kelishuvida ko'zda tutilgan majburiyatlarini bajarmasa; tinchlik kelishuvining ta'sir qilish mudatining yarmidan kam bo'lmagan qismi o'tgandan keyin qarzdor tinchlik kelishuvini shartini bajara olmasa. Agar tinchlik kelishuvi tugatilsa, unda bankrotlik ishini ko'rish yana tiklanadi.

Qisqacha xulosa

Bankrotlik bu bozor iqtisodidagi oddiy holat, raqobat kurashidagi tabiiy jarayondir. Unda nochor tadbirkor tarkibi o'zining xo'jalik faoliyatini to'xtadi. Kichik xo'jalik yurituvchi subyektlarning moliyaviy qashshoqligi va bankrot bo'lishi tadbirkorlar, rahbarlar, firmaning menejerlari tomonidan yo'l qo'yiladigan bir qator kamchiliklarga bog'liq. Har qanday korxonaning o'z faoliyatini to'xtatishi ma'lum darajada quyidagi holatlarning vujudga kelishi bilan bog'liq bo'ladi: faoliyatga jalb etilgan iqtisodiy resurslarning yo'qotilishi, ulardan olinadigan samaraning pasayishi; ishsizlar sonining ortishi hisobiga ijtimoiy beqarorlikning kuchayishi; jamiyat a'zolari o'rtasida tadbirkorlik bilan shug'ullanishga nisbatan ishonchsizlikning paydo bo'lishi va hokazo. Shuning uchun biznesni tashkil etishda imkoniyatlarni, resurslarni va tavakkalliklarni hayotiy siklini barcha bosqichlarida puxta tahlil qilish kerak bo'ladi.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Bankrotlik mohiyatini tushuntiring.
2. Bankrot qanday shaxs?
3. Kichik biznesning korxonalari inqirozga uchrashi asosiy sabablarini keltiring.
4. Bankrotlik” haqidagi qonun davlat xududida xo‘jalik yurituvchi sub’ektlari bilan birgalikda ularning mulk shaklidan qat’iy nazar yuridik va jismoniy shaxslarning mulkiy munosabatlariga ta’sir ko’rsatadimi ?
5. Tinchlik kelishuvini mohiyatini tushuntiring.
6. Sanatsiya nima?
7. Sanatsiyani korxonada faoliyatidagi ahamiyati qanday?
8. “ Kichik va O’rta korxonalarining iqtisodiy nochorligi belgilarini aniqlash tartibi” qanday?
9. Respublikamiz amaliyotida iqtisodiy nochor korxonalarining axvoli qanday yaxshilanayapti?
10. Respublikada faoliyat korsatayotgan xojalik sudining faoliyati haqida nimalar bilasiz?

Asosiy adabiyotlar

1. Менеджмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. Проф. Проф М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский учебник, 2004.-269с.
2. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 735 с.
3. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Джеффри Лайкер; Пер. с англ. — 3-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 400 с.

4. “Банкротлик тўғ’рисида”ги Ўзбекистон Республикаси
Қонунига ўзгартишлар ва қўшимчалар киритиш ҳақида
Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Қарори 2003 й 24
апрель № 475- 11

X1 BOB: KICHIK BIZNESDA MARKETING.

21.1. Kichik biznesda marketing maqsad va vazifalari.

Marketing - iste'molchilar muammolarini anglash va bozor faoliyatini tartibga solishga va maqsadga yo'naltirish jarayoni xisoblanadi. Turli xil mulk shaklidagi kichik biznes korxonalarini ishlab chiqarish, sotish faoliyati marketing rejasi bilan o'zaro yaqindan bog'langan bo'lishi kerak. Marketing konsepsiyasi bozorda kichik biznes korxonasiining umumiy yutuqlarini ta'minlash nuqtai nazaridan uning faoliyatining barcha soxalarida qarorlar qabul qilishini ko'zda tutadi. Bu xolat tashkiliy, boshqaruv va sotish ishlarining xar xil turlarida o'z aksini topishi kerak. Kichik biznesdagi xo'jalik yurituvchi sub'ektlar har doim aniq haridorni 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 va vaqt o'lchamlari bo'yicha cheklanganligidan kelib chiqadi. Ular bozorni egallash uchun amalga oshirayotgan xo'jalik operatsiyalarining harajatlarini haridorlar uchun olib boriladigan raqobat kurashida yutib chiqish uchun kamaytirib borishlari zarur. Natijada potensial haridor uning taklif etgan tovarini harid qiladi. Bu muammoni yechishda marketing muhim dastak hisoblanadi. Marketing (inglizchadan market - bozor) - bu mahsulotni ishlab chiqarishdan boshlab toki uni sotishni tashkil etilishigacha bo'lgan majmuaviy tizimdir. U aniq haridorlarni talabini qondirish, bozorni o'rganish va oldindan ko'ra bilish asosida foyda olishga mo'ljallangan.

Kichik biznes korxonalarining bozorga chiqargan maxsulotlari xolatiga qarab marketingning quyidagi turlari qo'llanilishi mumkin: konversion marketing, remarketing, qo'llovchi, taraqqiyot

toptiruvchi, rag'batlantiruvchi, sinxron marketing. **Kichik biznesda** marketingni samarali ishlash shartlari quyidagilardan iborat: taraqqiy topgan bozorni mavjudligi, ishlab chiqaruvchini erkinligi, axborot to'plash tizimini barcha uchun tushunarligi, tadbirkorlarning tayyorlanganligi va xokazo. Kichik shakldagi xo'jalik yuritish sub'ektlarini kundalik amaliyotida marketingni strategik masalalarini amalga oshirishni quyidagi yo'nalishlarida olib boradi: eng ko'p axborotni bozorni egallab turgan muhit to'g'risida o'z vaqtida olish va uni to'g'ri tahlil qilish; marketing maqsadlarini to'g'ri qo'yish va ularga erishishning asosiy yo'llari; resurslarni maqsadlar bilan, maqsadlarni esa iste'molchilar talabi bilan maqbul birlashtirish; mahsulot turi va assortimentini bozor talabini yuqori darajada qondirish uchun shakllantirish; jamoa bilan ishlash, shaxsiy tadbirkorlik faoliyatini potensial haridorlar, ishlovchilar orasida tan olish va qo'llashga erishish uchun tashviqot ishlarni olib borish; bozorda sotish tarmog'ini bunyod etish orqali, reklamalar, sotuvni rag'batlantiruvchi tadbirlarni o'tkazish, sotuvchi vositachilarni, o'z haridorlarini va bozor maydonini topish uchun harakat qilish; marketing tizimini yangi firma sharoitiga moslashtirish uchun kundalik boshqaruv ishini tashkil etish

Hozirgi sharoitda bozorga moslashish strategiyasini shakllantirish orqali kichik biznes korxonasini raqobot kurashida yengib chiqishi mumkin.

21.2. Bozorga moslashish strategiyani shakllantirish

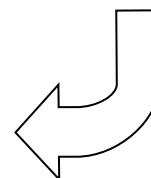
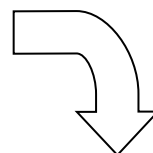
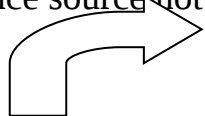
Bozorga yo'nalganlik(moslashish) birinchidan, bozorning o'zi haqida tushunchaga ega bo'lishga va ikkinchidan, bozorga yo'nalgan strategiyani shakllantirish uchun asos yaratishga imkon beradi. Kichik korxonalar o'z maxsulotlarini kirgiza olgan bozor va u

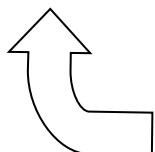
erdagi insonlarni to'liq o'rganib chiqsagina, u bozorga moslasha oladi. Bozorga moslashish jarayoni quyidagi tadbirlarni o'z ichiga oladi: iste'molchilar, raqobatchilar, bozorlar to'g'risida ma'lumotlar to'plash va bu ma'lumotlarni tahlil qilish. Bunda biznesning istiqbolini, iste'molchilar ongida tovar qiymatini yuqori darajaga ko'tarish va uni iste'molchilarga taqdim qilish tadbirlarini ishlab chiqish hisobga olinishi lozim.

Bozorga moslashish strategiyaning asosiy tavsiflari 21.1-rasmda keltirilgan. Bozorga moslashish raxbariyatga kompaniyaning asosiy vakolatlari aniqlashga, shuningdek xaridorlarning qaysi extiyojlari shu omillar bilan yuqori darajada qondirilishi mumkinligi imkonini beradi.

21.1-rasmda keltirilgan tavsiflarni kompaniyaning mavjud strategiyasi bilan muvofiqlashtirish lozim. Bozorga moslashish strategiyani qo'llovchi kompaniyalar samarali natijalarga erishadilar. Dell computer, Singapur airlines, Tiffany & Company, Wall-Mart kabi kompaniyalar bunga yaqqol misoldir. Kompaniyaning bozorga moslashish strategiyasi uning xaridorlari bilan o'zaro munosabatida juda

Error: Reference source not found





21 .1 -rasm. Bozorga moslashish strategiyalarning tavsiflari

muhimdir. Biznesning barcha kuchlari iste'molchilik qiymatini yaratishga qaratilgan bo'lsagina, u bozorga moslashish hisoblanadi".

Bozorga moslashish, kompaniyaning barcha kuchlari iste'molchining ehtiyojlarini tushunishga va qondirishga qaratilishi lozimligini uqtiradi.

Bozorga moslashuvning tarkibi. Bozorga moslashish kompaniyalar doimo iste'molchilar, raqobatchilar va bozorlar to'g'risida ma'lumotlar yig'adilar va ushbu ma'lumotlarni biznesning strategik istiqbolini hisobga olgan holda tahlil qiladilar, iste'molchilik qiymatini taklif qilish bo'yicha qaror qabul qiladilar va buni amalga oshirish chora-tadbirlarini ishlab chiqadilar (21.2 rasm)

	Axborot	O'zaro
	to'plash	funksional
Iste'molchilar		hamkorlik
haqida ma'lumot		

Error: Reference source not found Boshqa ma'lumotlar

21.2 rasm. Bozorga moslashuv tarkibi

Manba. Stanley F. Slater, John C. Narver, "Market Orientation, Customer Value, and Superior Performance", *Business Horizons*, March-April 1994, pp. 23. Copyright 1994 by the School of Business at Indiana University.

Shunday qilib, bozorga moslashish diqqat e'tiborni iste'molchiga qaratish, raqobatchilar faoliyatini kuzatish va kompaniya ichida funksional hamjihatlikni nazarda tutadi.

21.3. Kichik biznes korxonasi marketing bo'limlari tashkiliy strukturasi turlari

Kompaniyalarda marketing bo'limlari strukturasi *funksional, tovar, bozor va matritsa* ko'rinishida tashkil qilinadi. Bunday strukturalar mohiyati marketing haqidagi adabiyotlarda atroflicha yoritilgan uchun bu yerda to'xtalmaymiz.

Marketing xizmatini tashkil qilishdagi yangi yo'nalishlar

.Yuqorida ta'kidlab o'tganimizdek, biror bir biznes jarayonga moslashish, turli ishchi guruhlar tuzish va informatsion texnologiyalardan foydalanish kompaniya tashkiliy strukturasi o'zgartirishga olib keladi. Quyida ushbu faktorlarni kompaniyaning odatdagi vertikal tashkiliy strukturasi ta'siri va yangi strukturadagi



21.-3.rasm. “Bozor koalitsiyasi” tashkiliy strukturasi.

Manba: Ravi S. Achrol, Evolution of the Marketing Organization New Forms for turbulent Environmentse “. Journal of marketing, Oktober 1991, p.88.

strukturasi bozor koalitsiyasi asosida tashkil qilingan, ya’ni 20.3.-rasmda berilgan strukturaga o’xshashdir.

Bu kompaniya mebel qo’shimcha qismlarini yetkazib beruvchilarni o’zida birlashtirgan. Mebelni barcha qismlarini turli ishlab chiqaruvchilar yig’uvchi sexga yetkazib beradilar, u yerda yig’ilib, so’ngra magazinlarga topshiriladi.

Bizning fikrimizcha, ushbu “bozor koalitsiyasi” struktasini-turli mulk formasi asosida tashkil topgan **“Fayzxolding”ga qarashli kichik biznes korxonalarida** tashkil qilish maqsadga muvofiqdir.

Shunday qilib, bunday tashkiliy struktura bir maqsadni amalga oshirish uchun birlashgan mustaqil kompaniyalar birlashmasidan

iborat bo'lib, ular o'z ichiga ushbu kompaniyalar faoliyatini muvofiqlashtiruvchi koordinator va ma'lum maxsus funksiyalarni bajaruvchi elementlarni oladi. Ushbu strukturani "to'r" ko'rinishida tasavvur etish mumkin, strukturaning asosiy maqsadi ishtirokchilar resurslari intellektidan aniq maqsad yo'lida oqilona foydalanishdan iboratdir.

Qisqacha xulosa

Kichik biznes sub'ektlarini kundalik amaliyotida marketingni strategik masalalarini amalga oshirishni quyidagi yo'nalishlarida olib boradi: bozor muhiti to'g'risida axborotni o'z vaqtida olish va uni to'g'ri tahlil qilish; marketing maqsadlarini to'g'ri qo'yish va ularga erishishning asosiy yo'llari; resurslarni maqsadlar bilan, maqsadlarni esa iste'molchilar talabi bilan maqbul birlashtirish.

"Bozor koalitsiyasi" asosidagi marketing tashkiliy struktura bir maqsadni amalga oshirish uchun birlashgan mustaqil kompaniyalar birlashmasidan iborat bo'lib, ular o'z ichiga ushbu kompaniyalar faoliyatini muvofiqlashtiruvchi koordinator va ma'lum maxsus funksiyalarni bajaruvchi elementlarni oladi.

Nazorat va muloxazalar uchun savollar.

1. Marketing nima?
2. Kichik biznesda marketingni samarali ishlash shartlari nimalardan iborat?
3. Kichik biznesda marketing maqsad va vazifalari nima ?
4. Bozorga moslashish, strategiyani shakllantirish qanday amalga oshiriladi ?
5. Kichik biznes korxonasi marketing bo'limlari tashkiliy strukturasi qanday turlarini bilasiz ?

6. Ushbu marketing strukturalarni respublika korxonalariga tadbiq qilish mumkinmi?
7. O'zbekiston Respublikasidagi kichik biznes korxonalarida marketing munosabatlarini rivojlantirish uchun qanday ishlarni amalga oshirish lozim ?
8. Nima sababdan kichik biznes korxonalari marketingni amaliyotda qollamaydi ?
9. Kichik biznes korxonalari tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirishda marketingni roli qanday ?
10. Marketingni O'z amaliy dasturi qilib olgan qanday korxonalarni bilasiz ?

Asosiy adabiyotlar

1. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 735 с.
2. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Джеффри Лайкер; Пер. с англ. — 3-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 400 с.
3. Кривенс Д. Стратегический маркетинг. 6-изд. М.:Вильямс-2003.395
4. Кичик тадбиркорликда маркетинг 3-қисм: Ў'қув амалий қўлланма / Б.Ю.Ходиев, Ф.А.Самадов,М.С. Юсупов ва бошқалар – Тошкент.: ЙЕН ТЕМПУС дасури “Матодор-2000” лойихаси, 2004.-144
5. Менеджмент малого бизнеса:Учебник/Под. Ред. Проф. Проф М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский

учебник, 2004.-269с.

XXII BOB: KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHDA BOZOR INFRATUZILMASI O'RNI.

22.1. Kichik biznesni bozor infratuzilmasi .

Kichik biznesni taraqqiyoti uning infratuzilmasini qay darajada rivojlanganiga bog'liq. Davlatimiz rahbari I. Karimov konstitutsiyaning 17 yilliga bag'ishlangan majlisidagi ma'ruzasida bozor islohatlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish xususida to'xtalib, erkin tadbirkorlik uchun kafolatlarni ta'minlash, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish, bozor infratuzilmasini shakllantirish yo'lidagi mavjud g'ov to'siqlarni bartaraf etish zarurligini alohida ta'kidladi " Ma'lumki, hozirgi vaqtda qishloqlarimizda an'anaviy maishiy xizmatlar bilan bir qatorda zamonaviy telekommunikatsiya tizimlari, xususan, internet, uyali aloqa, ya'ni mobil telefon aloqasi, kompyuterda turli xizmatlar ko'rsatishni o'z ichiga oladigan yangi servis shoxobchalari jadal rivojlanmoqda".

Infratuzilma muassasalarining maqsadi: axborot, maslaxat, o'qitish, bashorat taxlil, ilmiy-texnika, moliyaviy (kredit resurslari) xizmatlar bilan ta'minlash orqali kichik biznesni qo'llab-quvvatlash uchun ijobiy shart-sharoit yaratish va amalga oshirishdan iborat.

Kichik biznesni rivojlantirishda bozor infratuzilmasi, ya'ni infratuzilma muassasalari kichik biznes subyektlarining tovar va xizmatlar bozori, pul bozori, mexnat resurslari bozori, kapital bozori, shuningdek, bank tizimi, nobank moliyaviy institutlar tizimi, ulgurji vositachilik tuzilmalari, konsalting va auditorlik xizmatlari bozori,

mexnat birjalari va boshqa qancha muassasalar bilan bo'ladigan o'zaro aloqalarini ta'minlaydi, buni chizmada ko'rishimiz mumkin. Hozir bozor infratuzilmasini yanada rivojlantirish zarurati bor, chunki bu siz bozor iqtisodiyoti ishlab keta olmaydi. Bozor infratuzilmasi bozorning barcha turlariga, chunonchi, tovar bozori, moliya bozori va mehnat bozoriga xizmat ko'rsatadi. Bozor infratuzilmasini birdaniga yaratib bo'lmaydi. U ancha uzoq davom etadigan murakkab jarayon bo'lib, yuksak mahoratga ega malakali kadrlar, shuningdek, xo'jalik yurituvchi subyektlar ham, xo'jalik faoliyatining yangi sharoitlariga ruxan moslashishini talab etadi.

22.1. Kichik biznes infratuzilmasi xususiyatlari, zarurligi.

Bozor infratuzilmasi deganda, bozor iqtisodiyoti uchun xizmat ko'rsatuvchi har xil sohalar tushuniladi va ular jumlasiga tijorat banklari, birjalar, auksionlar, savdo uylari, tashqi savdo firmalari, davlatning tashqi savdo mahkamalari, bojxonalar, soliq, idoralari, tijorat va soxibkorlik idoralari, savdo-sotiq, uyushmalari, vositachi firmalar, konsernlar, konsorsiumlar va boshqalar kiradi. Bundan ko'rinib turibdiki, bozor infratuzilmasi umumiy iqtisodiy faoliyat bilan bog'liq, barcha jabhalarni qamrab oladi. Fikrimizcha, kichik biznes faoliyati bozor iqtisodiyotining tarkibiy qismlaridan biri sifatida ushbu infratuzilma obektlarining umumiy foydalanuvchisi hisoblansada, shu bilan bir qatorda o'zining tashkil topish, amal qilish va rivojlanish **xususiyatlaridan** kelib chiquvchi maxsus infratuzilma obektlariga ham bog'liqligini alohida ta'kidlash zarur. Chunki bozor infratuzilmasining yuqorida sanab o'tilgan unsurlari bilan biznes maktab, biznes inkubator, sug'urtalash va moliyalash

muassasalarining mazkur sohaga ta'siri bir xil darajada bo'lmaydi.

Bugungi kunda kichik biznes korxonalarining rivojlanishi uchun shart-sharoitlar yaratib beruvchi, turli xizmatlar ko'rsatuvchi **infratuzilma obyektlarining zarurligi** obyektiv hol bo'lib, u asosan, quyidagilar orqali izohlanadi: kichik biznes moliyaviy imkoniyatlarining nisbatan cheklanganligi; undagi xodimlar ham, odatda, bir necha vazifalarni uyg'unlashtirgan holda bajarishga majburligi; xavf-xatar, taxlikaga asoslanadi va bu borada sug'urta kompaniyalari, biznes inkubatorlar, biznes maktablar yordamiga tayaniladi. Demak, kichik biznes infratuzilmasini yetarli darajada rivojlantirmay turib, kichik biznes faoliyatini yuksaltirish borasida sezilarli o'zgarishlarga erishib bulmaydi.

22.3.Kichik korxonalarining infratuzilma obektlari bilan taminlanganlik darajasi.

Kichik biznes infratuzilmasini yaratish hamda rivojlantirish.

Kichik biznes infratuzilmasi – bu tadbirkorlik sub'ektlariga u yoki bu turdagi (kerakli ma'lumot bilan ta'minlash, moliyaviy qo'llab-quvvatlash, bino hamda asbob-uskunalar bilan ta'minlash, konsultatsiya berish, kadrlar tayyorlash va h.k.) xizmatlarni ko'rsatuvchi tashkilotlardir.

Kichik biznesga xizmat ko'rsatuvchi infratuzilma ob'ektlariga:

- 1 Tijorat banklari
- 2 Konsalting markazlari
- 3 Axborot-konsalting markazlari
- 4 Auditorlik firmalari
- 5 O'qitish markazlari

- 6 Baholash kompaniyalari
- 7 Tovar-xom ashyo birjasining savdo maydonchalari
- 8 Mikrokredit tashkilotlari
- 9 Kredit uyushmalari
- 10 Biznes-inkubatorlar
- 11 Brokerlik idoralari
- 12 boshqa tashkilotlar kiradi.

Kichik biznesga xizmat ko'rsatuvchi infratuzilmani tuzilishdan asosiy maqsad uning ob'ektlari samarali faoliyat ko'rsatishigina emas, balki o'larning faoliyatlarini jamiyat manfaatlari, xususan, tizimli o'zgartirish hamda mahalliy iqtisodiyotni rivojlantirish, ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar turlarini kengaytirish, ularning raqobatbardoshligini ta'minlash, yangi ish o'rinlarini yaratish uchun yo'naltirishdan iboratdir.

Hozirgi vaqtda mamlakatida ishlab chiqarilayotgan yalpi ichki mahsulotning 73.3 % sanoat mahsulotlarining 71.4% qishloq xo'jaligi mahsulotlari, chakana savdo va aholiga pulli xizmat kursatishning deyarli hammasi nodavlat sektori xissasiga to'g'ri kelmoqda.

Mahsulot ishlab chiqarish hajmining kengayib borishi, ichki va tashqi bozorda raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishning yo'lga qo'yilishi munosabati bilan kichik biznes sub'ektlarining yangi texnika va texnologiyani tadbiq, qilishga, auditorlik xizmati, loyixa ishlari, huquqiy xizmat ko'rsatish, marketing, transport xizmatlari, bozor konyunkturasini o'rganish xizmatlariga va boshqa infratuzilma xizmatlariga ehtiyoji ortib boradi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida samarali faoliyat yuritishga tadbirkorlarni o'rgatish maqsadida axborot-konsalting xizmati ko'rsatish markazlari tashkil etilgan Tadbirkorlik sub'ektlarini qo'llab-quvvatlashda biznes inkubatorlarning

rolini oshirish dolzarb vazifa hisoblanadi.

22.4.Bozor infra tuzilmasini barpo qilish muammolari va ularni hal etish choralari

Respublikada kichik biznesni rivojlantirish uchun bozor infratuzilmasi barpo etilmoqda. Shu o'rinda ta'kidlab o'tish joizki, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni tarraqqiyot yo'lida ma'lum to'siqlar va kamchiliklarni kuzatish mumkin. Ayrim kichik korxonalarlar va yakka tadbirkorlarni aksariyati o'z faoliyatida xom-ashyo va materiallarning ko'plab turlari, ayniqsa yuqori likvidlik materialalarga muxtojliklari sezilarli, joylarda tadbirkorlar birja va auktsion savdolarida qatnashishga, xom-ashyo va materiallarni yuqori likvidlik turlarini sotib olishga, sotilayotgan tovarlar ro'yxati ularni qoniqtirmayotganligi muammolari ham ko'plab uchraydi.

Vazirlar Maxkamasining 2004 yil 5 fevraldagi "Mahsulotlar, xom-ashyo va materiallarning yuqori likvidli turlarini sotishning bozor mexanizmlarini joriy etishni davom ettirish to'g'risida"gi 57-sonli qarori qabul qilinganidan so'ng birja va auktsion savdolarida sotilayotgan tovarlar ro'yxati ancha kengaydi. Ushbu resurslar qatorida neft mahsulotlari, qora va rangli metallar prokati, mineral o'git, paxta linti, o'simlik moyi va boshqalar sotilmoqda. Shu bilan birga, Vazirlar Maxkamasining 2004 yil 3 mayda qabul qilingan "Mol-xom ashyo birjalari faoliyatini yanada takomillashtirishga qaratilgan qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi 251-sonli qarorida respublikaning mol-xom ashyo birjalari faoliyatida kichik va xususiy tadbirkorlik sub'ektlari ishtirokini rag'batlantirishga qaratilgan qator imtiyozlar ko'zda tutilgan, lekin ulardan juda kam foydalanishadi. Bugungi kunda, kichik va xususiy biznes vakillarining

tovar-xom ashyo birjalari orqali savdolardagi ishtirokining o'shishi ko'zatilmoqda.

Lekin mazkur sohadagi uammolar mavjud. Muhim muammolardan yana biri kichik va xususiy biznes sub'ektlarini moddiy-texnika resurslari bilan taminlashdir

Birinchidan, kichik biznesni rivojlantirishga tadbirkorlarning bilim va tajribalari yetishmasligi, shuningdek, ularni axborot va maslaxat bilan ta'minlash tizimlari faoliyatining takomillashmaganligi to'siq, bo'lmoqda. Ko'pincha, joylarda qishloq tadbirkorlariga zarur bo'lgan tashkiliy-uslubiy yordamlar ko'rsatilmayapti. Maslaxat markazlarining vazifalarini takomillashtirish, tadbirkorlarga amaliy yordam ko'rsatish, ya'ni ta'sis xujjatlarini ishlab chiqish, biznes rejalar tuzish, kredit olishga arizalar berish, buxgalteriya xisobi va xisobotlarini tashkil etish, auditorlik tekshiruvlarini o'tkazish va boshqa maslaxat xizmatlari ko'rsatishda ko'maklashishdir.

Ikkinchidan, kichik biznes sub'ektlarining moddiy-texnika resurslaridan, xom ashyo va materiallardan lizing, mayda ulgurji savdo va servis xizmati tarmog'idan foydalana olish imkoniyatlarini kengaytirish

Uchinchidan, tashqi bozorga chiqishida, ya'ni eksport shartnomalarini tashqi iqtisodiy aloqalar agentligida ro'yxatdan o'tkazish va bojxona organlarida hisobga olish, tovarlar va xizmatlarni chet elga sotishda yordam ko'rsatish borasida bir qancha muammolar mavjud.

To'rtinchidan, kichik biznes korxonalarining xom ashyo va materiallardan foydalanish, tayyor mahsulotlarni sotish imkoniyatlarini kengaytirish, tashkil qilish uchun mayda ulgurji

bozorlar, yarmarkalar tizimini kengaytirish, ulgurji bozorlar qoshida moddiy-texnika ta'minoti, ijara, saqlash, transport xizmati ko'rsatish bo'limlarini tashkil etish yo'llari orqali savdo mexanizmlarini takomillashtirish zarurdir. Bu ishlarni amalga oshirish natijasida respublikamizda kichik biznesni rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratishga sezilarli darajada ta'sir etish mumkin.

Qisqacha xulosa

Infratuzilma kichik biznesni rivojlantirishda muhim turtki bo'lib xizmat qiladi. Qaysi mintaqada infratuzilma yaxshi tashkil etilgan bo'lsa, shu mintaqada yangi kichik biznes sub'ektlari ko'proq, paydo bo'ladi. Bu esa, o'z navbatida, yangi ish joylarini yaratish va shu orqali ish bilan bandlik muammosi bir qadar hal etilishiga erishishni, aholining real daromadlarini ko'paytirish imkoniyatlari paydo bo'lishini, soliqlar tushumining ko'payishini, mahalliy byudjet daromadlarining o'sishini, iqtisodiyotda sog'lom raqobat muhitining yaratilishi hamda turli sektorlar orasidagi o'zaro aloqalarning mustaxkamligini ta'minlaydi.

Nazorat uchun savollar

1. Bozor infratuzilmasi deganda nimani tushunasiz?
2. Infratuzilma muassasalarining maqsadi nimadan iborat?
3. Infratuzilma xizmat ko'rsatish sohalari majmuasi tarkibiga qanday obektlar kiradi?
4. Kichik biznes infratuzilmasi xususiyatlari nimalardan iborat?
5. Bozor infratuzilmasini barpo qilish muammolari nimalardan iborat?
6. Bozor infratuzilmasini barpo qilish muammolarini hal etish choralari nimalardan iborat?

7. Kichik biznes korxonalari uchun infratuzilma muassasalarini rivojlantirish uchun qanday ishlarni amalga oshirish lozim”?
8. I.A.Karimov. “Bizning bosh maqsadimiz-jamiyatni demokratlashtirish, yangilash, mamlakatni modernizatsiya va islox etishdir.” degan nutqida -biznes infratuzilmalarini rivojlantirish haqida nima degan?
9. Biznes muxit deganda nimani tushunasiz?
10. Respublikamiz xukumati tomonidan biznes muxitini yaratish uchun qanday chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda?

Asosiy adabiyotlar

1. Уткин Э.А., Шабанов Д.С. Антикризисное управление в малом бизнесе: Учебно практическое пособие. - М.: ТЕИС, 2004. - 124
2. Менеджмент малого бизнеса:Учебник/Под. Ред. Проф. Проф М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский учебник, 2004.-269с.
3. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 735 с.

X111 BOB: KICHIK BIZNESDA TAVAKKALCHILIK

23.1. Tadbirkorlik muhiti va xo'jalik tavakkalchiligi.

Bozor munosabatlariga o'tish kichik biznesdagi har qanday xo'jalik sub'ekti uchun noaniqlik va tavakkalchilikning oshib borishi bilan bog'liq. Tadbirkorlik muhitini doimiy ravishda kuzatish va nazorat qilish kerak bo'ladi. Bu esa xo'jalik tavakkalchiligini boshqarish imkonini beradi va ishbilarmonlik faoliyatining samaradorligini oshiradi.

Tadbirkorlik muhitiga siyosiy vaziyat, iqtisodiy axvol, qonunchilik asosi, halqning ijtimoiy-madaniy saviyasi tarmoqlarning ilmiy texnika taraqqiyoti darajasi, tabiiy-iqtisodiy sharoit va bozorning o'ziga mos tarkibi, ya'ni konyunkturasi ta'sir ko'rsatadi. Agar ko'rsatilgan ishbilarmonlik muhitining har bir elementini tahlil qilsak, u holda ularning hozirgi kichik bazis darajasini qoniqarli deb hisoblash mumkin va u respublikada kichik biznesning taraqqiyotini ta'minlay oladi. Ammo, mulkni himoya qiluvchi va shartnomalarga amal qilishni kafolatlovchi, qonunchilik tizimining yo'qligi, tovarlar harakatining qat'iy tartibga solinishi, eksport uchun maxsus ruxsatnoma litsenziya berish tizimining murakkabligi, eksport uchun boj to'lovlarining mavjudligi kichik biznesda xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning tavakkalchiligini sezilarli darajada oshiradi.

Tavakkalchilik — yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xavf-xatarga qaramay amalga oshiriladigan faoliyatdir. Shuning uchun, tavakkalchilik deganda bevosita u bilan bog'liq bo'lgan xavf-xatar ham tushuniladi. Tavakkalchilik tushunchasi murakkab va ko'p

qirralidir va uni bir soʻz bilan ifodalash qiyin. Umumiy holda xoʻjalik tavakkalchiligi bu inson faoliyatidagi noaniqlik va ziddiyat holati oʻlchovidir, u xavf-xatar, omadsizlik va zarar koʻrish bilan tavsiflanadi. Tadbirkor uchun xos boʻlgan xususiyat, bu shartli tavakkalchilikga borish, yaʼni foyda koʻrishni koʻzlashdir.

Xoʻjalik tavakkalchiligining quyidagi turlarini keltirish mumkin:

- ishlab chiqarish (ob-havo, texnik, texnologik taqsimlash, tashkiliy, kutilmagandagi oʻlim xavfi, boshqaruv va boshqalar);
- dallolchilik (daromadni toʻgʻridan-toʻgʻri yoʻqotish xavfi, bilvosita pulni va mulkiy zarar koʻrish xavfi, fuqarolik javobgarligining paydo boʻlish xavfi va boshqalar);
- tijorat (mahsulot yetkazib beraolmaslik xavfi, sota olmaslik xavfi, yoʻqotish xavfi va boshqalar);
- moliyaviy (kredit, mulkiy, sugʻurta, valutaviy, bank, transaksion, tuzilmaviy, rasmiy, depozit, narxga bogʻliq boʻlgan nolikvid, iqtisodiy, tavakkalchilik ustamasi va boshqalar);
- innovatsion (ijtimoiy, ilmiy texnika taraqqiyoti natijalarini joriy qilish bilan bogʻliq boʻlgan tavakkalchilik).

Barcha tur va tur ichidagi guruhlariga kiruvchi xoʻjalik tavakkalchiliklarini noaniqlik sharoitida qaror qabul qilishning darajasiga, tavakkalchilik holatining davriga, uning kelib chiqish manbaiga, tavakkalchilikning aniq sabablari va unga yoʻl qoʻyish darajasiga qarab alohida guruhlariga birlashtirish mumkin.

Xoʻjalik tavakkalchiligining bir necha muhim belgilari boʻlib, ular ichidan quyidagilarni alohida ajratib koʻrsatish mumkin: qarama-qarshilik, muqobillik, noaniqlik. Tavakkalchilik holatining noaniqligi, uni bir xil maʼnoda tushunish mumkin emasligidan kelib chiqadi. Unga sabab axborotning yetishmasligi, tasodifiy omillar taʼsiri,

raqobatdagi ishbilarmonlar manfaatlarining mos kelmasligi, sheriklarning bir-biriga qarshi harakati va boshqalardir.

Xo'jalik tavakkalchiligining yuqorida ko'rsatilgan tomonlarini e'tiborga olish ishbilarmon uchun tavakkalchilik holatiga kirish naqadar maqsadga muvofiq ekani to'g'risida qaror qabul qilish imkonini yaratadi. Murakkab holatda qolganda u xo'jalik faoliyatining ba'zi bir shart va omillarini o'zgartirib kutilmagan xodisalar yoki ko'riladigan zarar extimolini kamaytirishi mumkin.

23.2. Tavakkalchilikni o'lchash uslublari.

Tavakkalchilikni baholashda taxminiy hisoblar uslubiy asos sifatida qabul qilinadi. Xo'jalik tavakkalchiligi tavsifiy elementlarining o'zini namoyon qilish shakllari yaxshi va yomon natijalar kelib chiqishi extimolining bir xilligi bilan belgilanadi. Bu turdagi extimollik me'yorlashgan oraliqda noldan (to'la muvaffaqiyatsizlik) to birgacha (100% to'la muvaffaqiyat) o'zgaradi va aynan u tavakkalchilik darajasini belgilaydi.

Tavakkalchilik darajasining o'lchovi tavakkalchilik koeffitsiyenti yordamida aniqlanadi (tavakkalchilik indeksi):

$$U_t = M/M^*$$

bu yerda: M -salbiy noaniqlik ko'rsatkichlarining kutilgan miqdori ya'ni taxminiy zarar miqdori.

M* - ijobiy noaniqlik ko'rsatkichlarining kutilgan miqdori, ya'ni ishbilarmonlikning rejalashtirilgan daromadi yoki foyda.

Ijobiy sohada xodisaning yuz berish extimoli oshsa, tavakkalchilik kamayadi, qolaversa, ijobiy sohada daromadlar ko'paysa yoki salbiy sohada yo'qotishlar kamaysa ham tavakkalchilik kamayadi. Aks

holda tavakkalchilik ortib boradi. Tavakkalchilik koeffitsiyenti bu sohadagi o'zgarishlarni hisobga olingan noaniqlik chegarasida aks ettiradi.

Tavakkalchilik koeffitsiyentini qo'llab tavakkalchilikning empirik shkalasini tuzish mumkin. Agar berilganlar yetarli bo'lsa, unda real iqtisodiy sharoit uchun tavakkalchilik koeffitsiyentining miqdori qanday bo'lishi kerakligini aniqlash mumkin.

Tavakkalchilikga baho berishda ko'p turli statistik, xisob analitik va ekspert uslublariga asoslangan usullardan foydalanadilar. Statistik usul amaldagi hollarda yuz bergan yo'qotishlar dinamikasini ko'zatishga imkon yaratadi va ular asosida, yoki zarar ko'rish extimolligining egri chizig'i chiziladi, yoki tavakkalchilik harajatlarining miqdor ko'rsatkichi topiladi. Ekspert usuli ekspert yordamida baholash nomi bilan mashxur. U mutaxassislarni, tajribali ishbilarmonlarni jalb qilish bilan bog'liq bo'ladi. Agar analitik ekspertizani bir necha ekspertlar olib borsa, ularning har biri tavakkalchilik extimoli va yo'qotish saviyasini o'zi alohida baholashi kerak. Shundan keyin o'rtacha miqdorlar hisoblanishi mumkin. Bu ma'lumotlar daromadni yo'qotish saviyasining ekspertizaviy egri chizig'ini ko'rish uchun ishlatilishi mumkin.

23.3. Tavakkalchilik elementlari bilan bog'liq qarorlarni tanlash va amalga oshirishga ta'sir qiluvchi omillar.

Tavakkalchilikda hisobga olinishi zarur bo'lgan va xavf-xatarni keltirib chiqaradigan muhim omillar quyidagilardir: tadbirkorlik sohasi; tabiiy ofat; o'g'irlik; reket; biznes rejani shakllantiruvchi shaxslarning omilkorlik darajasining pastligi, biznes bo'yicha

sheriklarning vijdotsizligi yoki mol-mulksizligi. Shartnomada aldanish xavfi yoki qarzdorning to'lash qobiliyati yo'qligi xodisasi bilan duch kelish, qarzni qaytarmaslik va boshqalar haqiqatda yuz berishi mumkin bo'lgan xodisalardir. Yuqorida keltirilgan omillar muqobil taktikaviy qarorlarni tavakkalchilik elementlarini hisobga olgan holda tanlashda so'zsiz o'z ta'sirini ko'rsatadi. Bu ta'sir ikki xil namoyon bo'ladi. Birinchidan, xo'jalik vaziyatining elementlarining o'zaro ta'sirlashuvi orqali vaziyatning rivojlanish jarayonida taktik qarorlar qabul qilinadi va amalga oshiriladi. Ikkinchidan, ta'sir ishbilarmon va biznesdagi boshqa ishtiroklarning shaxsiy xususiyatlariga bog'liq elementlar orqali namoyon bo'ladi. Qaror qabul qilishda salbiy omil bo'lib vaziyat qo'ygan masalaning murakkabligi va yangiligi hisoblanadi. Bu ko'p hollarda ishbilarmonni sarosimaga soladi, ba'zida qo'rquv samarasini bunyod etadi, ma'lumotlarni ratsional tahlil qilish va amalda to'g'ri qaror qilish imkonidan maxrum qiladi. Bu ayniqsa, xavf-xatar yuqori bo'lgan holda yaqqolrok ko'zga tashlanadi. Biroq, bir qator hollarda, ishbilarmon tavakkalchilik elementlari bilan bog'liq bo'lgan xo'jalik qarorlarini o'z xis-tuyg'ulari bo'yicha, o'z bilganicha qabul qiladi, amalga oshiradi va bir qator harakatlar majmuasini bajargandan keyingina o'z qilmishi va avvalgi vaziyatga baxo beradi.

23.4. Kichik biznesda ba'zi bir xo'jalik tavakkalchiligi turlarini sug'urtalash.

Tadbirkor hamma vaqt esda tutishi kerakki, tavakkalchilik ba'zi holda muvaffaqiyat keltirsa, boshqa holatda — bankrotlikga olib kelishi mumkin. Salbiy holatni bartaraf etish va xavf-xatarga

muvaffaqiyat bilan bardosh bera olish uchun, uni, birinchi navbatda to'la aniqlash, tavakkalchilikni kamaytirish dasturini ishlab chiqish, turli zaruriy tadbirlarni o'tkazish, ishbilarmonning xavf-xatarda qolishi maqsadga muvofiqligi yoki uni sug'urtalash zarurligini aniqlash kerak. Kichik darajadagi tavakkalchilikda, odatda, zararni korxonaning o'zi qoplaydi va buning uchun, zarur fondlar bunyod etiladi. O'rta va kichik darajadagi tavakkalchilikni esa, sug'urtalash maqsadga muvofiqdir.

Sug'urtalash chora-tadbirlari xavf-xatar oqibatida yuzaga keladigan yo'qotishni (kutilmagan holatlarda mol-mulk, mablag'lar va ishlab chiqarishni) to'la yoki qisman qoplash (tabiiy ofat, avariya, baxtsiz xodisalar, xonavayronlikga uchragan shartnomachilarning o'z majburiyatlarini bajarmasligi va boshqa holatlar yuz berganda) yoki yo'qotishlarni iloji boricha ko'proq sonli yuridik va jismoniy shaxslar o'rtasida taqsimlash yo'li bilan qoplash kabi usullarda amalga oshirilishi mumkin. Ishbilarmon va korxonalar uchun tavakkalchilikni himoya mudofaa tadbirlari bilan bartaraf etish yoki sezilarli moliyaviy zarar yetkazishi mumkin bo'lgan xavf-xatarni o'z yelkasiga olishga xoxish bo'lmagan paytda sug'urtalash maqsadga muvofiqdir.

Sug'urtalashda ikki tomonning ishtiroki majburiydir — sug'urta fondini bunyod etish va uni ishlatish bilan shug'ullanuvchi maxsus tashkilot va sug'urtalanuvchi ushbu fondga belgilangan to'lovni to'lovchi yuridik yoki jismoniy shaxs. Ular orasidagi munosabat sug'urta shartnomasi (polis) asosida tashkil topadi.

Tavakkalchilikni pasaytirish maqsadida qilinadigan sug'urtalash ixtiyoriy tartibda o'tkaziladi. Tadbirkorning har qanday faoliyati, odatda, sug'urtalanishi mumkin. Ammo, bu ba'zi bir, xavf-xatar

yuqori bo'lgan hollardagina amalga oshiriladi.

Qisqacha xulosa

Xo'jalik tavakkalchiligining barcha tomonlarini e'tiborga olish ishbilarmon uchun tavakkalchilik holatiga kirish naqadar maqsadga muvofiq ekani to'g'risida qaror qabul qilish imkonini yaratadi. Murakkab holatda qolganda u xo'jalik faoliyatining ba'zi bir shart va omillarini o'zgartirib kutilmagan xodisalar yoki ko'riladigan zarar extimolini kamaytirishi mumkin

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Tadbirkorlik muhiti nima ?
2. Xo'jalik tavakkalchiligi deganda nimani tushunasiz ?
3. Tavakkalchilik chegaralari nimalardan iborat?
4. Tavakkalchilikni o'lchash uslublari qanday ?
5. Sug'urtalashning kichik biznesdagi rolini ko'rsating.
6. Sug'urta shartnomasi (polis) nimalardan iborat?
7. O'zbekiston Respublikasidagi kichik biznes korxonalarini sug'urtalashni rivojlantirish uchun qanday ishlarni amalga oshirish lozim?
8. Qishloq xo'jalik(fermer xo'jaliklarini) sug'urtalash zaruriyati nimadan iborat?
9. Respublikadagi qanday sug'urtalash korxonasi(kompaniyalarini) bilasiz?
10. Mamlakatimizda kichik biznesni sug'urtalash istiqboli qanday?

Asosiy adabiyotlar

1. Менеджмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. Проф. Проф М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский учебник, 2004.-269с.
2. . Уткин Э.А., Шабанов Д.С. Антикризисное управление в малом бизнесе: Учебно практическое пособие. - М.: ТЕИС, 2004. - 124
3. Сурин А.В., Молчанова О.П. Инновационный менеджмент: учебник. -М.: ИНФРА-М, 2008.-368с
4. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 735 с.

XXIV BOB. KICHIK BIZNESDA INNOVATSION FAOLIYAT

24.1. Innovatsion faoliyatning mohiyati

Bozor munosabatlari yaxshi rivojlangan mamlakatlarning tadbirkorlik faoliyatini taxlili shuni ko`rsatadiki, tadbirkorlik ikki formada, ya'ni klassik va innovatsion tadbirkorlik shaklida rivojlanadi.

Klassik tadbirkorlik deganda tashqi va ichki omillar va imkoniyatlarni ishga solgan holda resurslardan samaradorligini oshirish asosidagi mahsulot ishlab chiqarishni tushinilsa, innovatsion tadbirkorlik -yangilik bilan bog`liq bo`lgan tovar, xizmat, texnologiya, biznesni tashkil qilish, yangi metodlarini ishlab chiqishdir. Boshqacha qilib aytganda, tadbirkor doimo “yaratuvchanlik” bilan shug`ullanib, jamiyatning iqtisodiy rivojlanishida asosiy shaxs bo`lib qoladi.

Tadbirkor yangi tovar ishlab chiqarish jarayonida ilmiy -texnika taraqqiyotini hisobga olishi lozim, chunki texnika va texnologiyani rivojlantirish natijasida mahsulot(tovar va xizmat) tezda eskirib qoladi. Tadbirkor kelajakda vujudga kelishi mumkin bo`lgan ehtiyojni qondirish uchun ishlashi kerak.

Yangiliklarni tadbiiq qilish va tarqatish uchun iste'molchilar bilan yaqindan aloqada bo`lish kerak. Amaliyot natijalarini ko`rsatishicha, kichik korxonalar bozor talabiga tez moslasha olishi mumkin. Yirik korxonalar esa o`zining inertligi, “beso`naqay”ligi tufayli bozorning ozgaruvchan talabiga tezda moslasha olmaydi, ammo kichik korxonalar taklif qilgan yangilikni katta miqdorda ishlab chiqarish imkoniyatiga ega.

Tadbirkorni novator ya'ni yangilik yaratuvchi odam sifatida mashhur amerikalik iqtisodchi Yozef Shumpeter(1883-1950) o`zining "Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi" kitobida ta'riflaganidek, "Tadbirkorning vazifasi yangi kashfiyotlarni amalga tadbqiq qilish orqali ishlab chiqarish uslubini reforma qilish(yangilash)dan iborat. Keng ma'noda ko`rib chiqilganda tadbirkorning vazifasi - yangi ochilgan bozor yoki xom ashyo bazasi asosida yangi tovar ishlab chiqarish yoki eskirganini modernizatsiya qilish uchun yangi texnologiyalar ishlatishdan iborat."

Innovatsiya deganda nimani tushunish kerakqq Innovatsiyaning bir necha ta'riflari mavjud:

Innovatsiya(yangilanish)- bu ishlab chiqarishning ichki sistemasini dastlabki shaklidan yangi shaklga o`tishidir.

Innovatsiya - bu mavjud ehtiyojni to`la qondirish maqsadida yangilik(kashfiyot) yaratish, tarqatish va uni amalga tadbqiq qilish.

Innovatsiya - bu yangi g`oya, taklif, ilmiy-texnik xulosalarni amaliyotga qo`llash.

Innovatsiya - bu ilmiy yangilikni ishlab chiqarish amaliyotiga qo`llash natijasida oldingi analoglardan sifat jihatdan qat'iy farq qiluvchi ob'ektdir.

Shunday qilib, innovatsiyada ikki narsa mavjud, birinchidan, bu yangi g`oya, yoki tovar , xizmat. Ikinchidan, ishlab chiqarish tizimini sifat jiqtdan yangi darajaga o`zgartirishga olib keluvchi yangilik(kashfiyot)ni ishlab chiqarish tizimiga joriy(tadbqiq) qilish. Yozef Shumpeter innovatsiyani ishlab chiqarish tizimini yangi sifat parametrlariga o`zgarishi deb tushintirgan. U ishlab chiqarishni resurslar kombinatsiyasi emas, balki yangi tovar (bozor) yaratishdan iborat, deb bilgan. P. Durker ta'rifiga ko`ra, tadbirkor oddiy ishlab

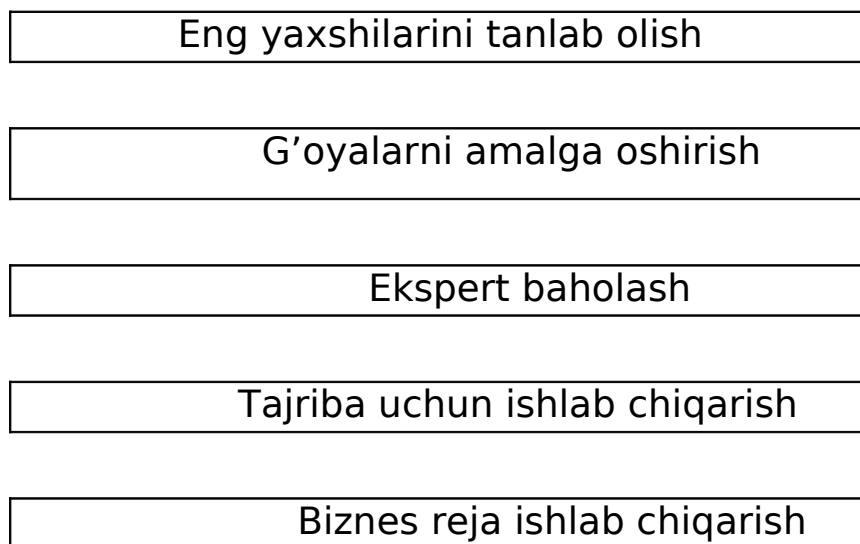
chiqaruvchidan shunisi bilan farq qiladiki, tadbirkor o`zining barcha faoliyatida o`z kuchi va energiyasini yangilik qidirib topishga bag`ishlaydi. Unda yangilik yaratishga qaratilgan fikr bo`lishi kerak. Innovatsion tadbirkorlik - bu barcha faoliyatda yangilik yaratish va undan tijorat maqsadida foydalanishga qaratilgan jarayondir.

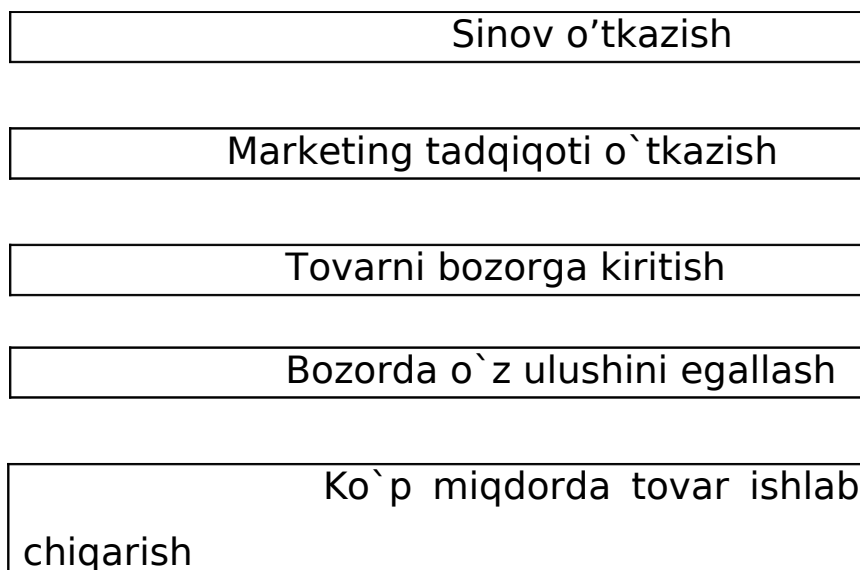
24.2. Innovatsiyaning tashkiliy -huquqiy formalari.

Innovatsion tadbirkorlik , ya'ni yangilik yaratish va undan tijorat maqsadida foydalanish bir necha etapda olib boriladi:

- yangi ideyalar izab topish va uni baholash
- biznes plan tuzish;
- resrurlarni topib, tajriba sifatida mahsulot ishlab chiqarish va sinovdan o`tkazish;
- tovarni bozarga kiritish va o`tkazish.

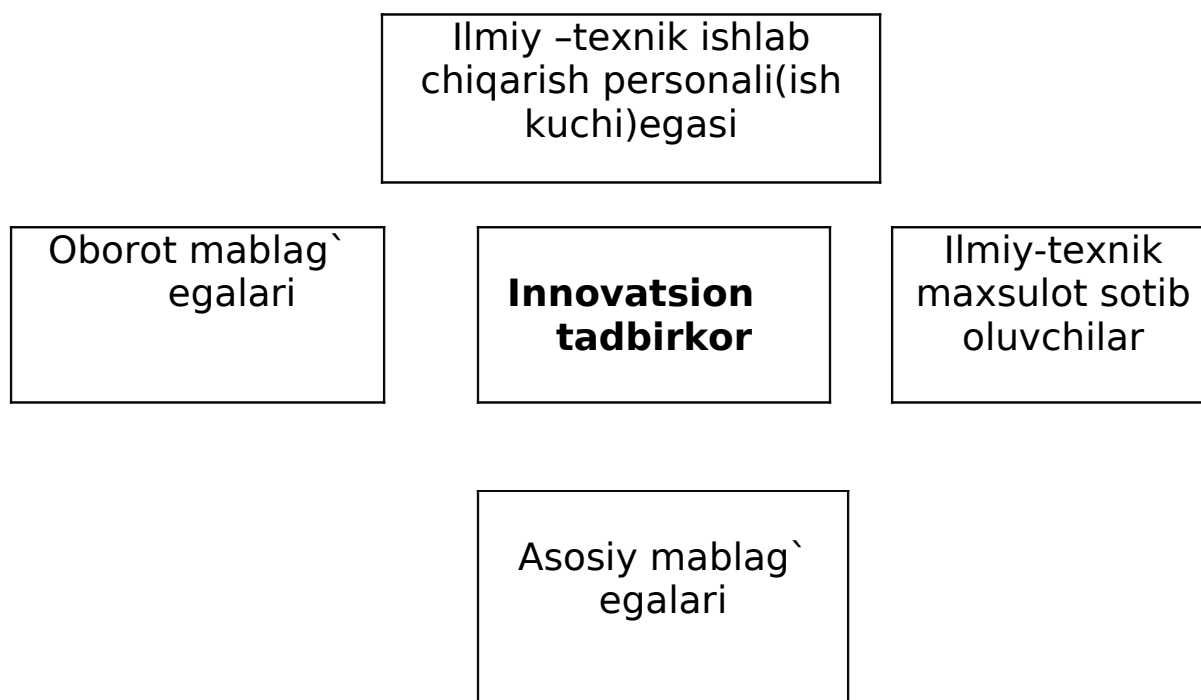
Yangi tovar ishlab chiqarish etaplari quyidagi ketma-ketlikda olib boriladi:(24.1-rasmga qarang)





24.1-rasm. Yangi tovar mahsuloti ishlab shiqarish etaplari

Kichik biznes sub'ekti o'zining innovatsion faoliyatining qat'iy algoritmiga amal qiladi. U quyidagicha: (24.2.- rasmga qarang)



Rasm 24.2. Innovatsion tadbirkorlik sxemasi.

Innovatsion tadbirkorlik doimiy ravishda o'zgarishni, yangi g'oya, yangi tovar modifikatsiyasi va boshqa yangiliklarni joriy qiluvchi tashkiliy formalarni joriy qilishni nazarda tutadi.

Innovatsion tadbirkorlik faoliyati uchun kichik korxonalarda yaratilgan yangilikni tijorat maqsadida ishlata oladigan bilim va intuitsiyaga ega bo`lgan mutaxassis lozim.

Kichik korxonalarda innovatsion tadbirkorlik faoliyati ustunliklari quyidagilardan iborat:

- yangilikka yaratishdan manfaatdorlikning yuqoriligi;
- tor doirada (aniq yo`nalishda) ilmiy izlanishlarni olib borilishi;
- barcha intellektual resurslarni yakuniy maxsulot ishlab chiqarishga yonaltirish imkonini mavjudligi;
- katta korxonalar amalga oshira olmaydigan "risk"i yuqori bolgan ishlar olib borilishi.

Innovatsion tadbirkorlik uchun biznes muxit asosiy xisoblanadi, chunki yangiliklarni kashf etish va uni amaliyotga tadbiq qilish etarli tadbirkorlik muxitini talab qiladi

Tadbirkorlik muxiti – bu biror bir maqsadga yo`naltirilgan izlanish(tadqiqot) olib borish va uni amalga tadbiiq qilish uchun sharoit yaratib beruvchi muhitdir.

Bunday muxitning asosiy elementlarini bozorda erkin xarakatlanuvchi, o`z moliyaviy mablag`iga ega bo`lgan investorlar, raqobatbardosh tovar ishlab chiqaruvchilar va ularga xizmat qiluvchi bozor infratuzilmalari tashkil qiladi. Iqtisodiyotda bunday bozor muhitini yaratish - hozirgi kundagi mamlakatimiz oldida turgan asosiy vazifalardan biridir.

Kichik biznes kafolatlarini mustahkamlash, uning rivoji uchun qulay muhit yaratish maqsadida davlat boshqaruv idoralari va bozor institutlarida ma'muriy protseduralarni bajarish bilan bog`liq, ancha yuqori darajada bo`lib turgan biznes xarajatlarini kamaytirish lozim. Biznes muhit mamlakatimizda vujudga kelayotgan innovatsion tadbirkorlikni asosini tashkil etadi.

Innovatsion tadbirkorlikning tashkiliy - huquqiy asoslari turlichadir. Bozor iqtisodiyoti rivojlangan davlatlarda katta risk (tavakkalchilik) bilan ishlaydigan **maxsus venchur firmalari** mavjud bo`lib, ular yangi tovar va xizmatlar yaratish ustida tadqiqotlar olib boradilar.

Venchur firma asoschilari – injener, olimlar o`z tadqiqot natijalarini ekspierent, patient va kommutant firmalarga topshiradilar.

Innovatsion tadbirkorlikning yana bir territorial tashkiliy turi - **ilmiy tenologik park (texnopark)** lar bo`lib, bu struktura innovatsion biznes maxsulotini ishlab chiqarish va bozorda sotishni tashkil qilishga yordam beradi va shu orqali kichik biznesda innovatsion faoliyatni rivojlantirishga yordam beradi.

Texnoparklarning asosiy vazifasi :

- ilmiy yangiliklarni texnologiyaga aylantirishdan;
- texnologiyani tijorat maxsulotiga aylantirishdan;
- kichik korxonalarda yangi yaratilgan maxsulotni ko`p miqdorda ishlab chiqarishdan;
- ilmiy izlanishni olib boruvchi firmalarni tashkil qilishdan;
- ilm bilan bog`liq barcha biznes turlarini qo`llab-quvvatlashdan iborat.

Biznes inkubatorlar – kichik kichik innovatsion korxonalar faoliyat ko`rsatishi uchun sharoit yaratuvchi strukturadir. Biznes inkubatorlar bir qancha funktsiyalarni bajaradilar:

- kichik biznes korxonalariga imtiyozli shartlarda asbob-uskunalar etkazib beradilar, xuquqiy maslahat va axborot xizmatlarini ko`rsatadilar;
- ilmiy texnologiyalarni tijorat asosida sotadilar;
- tadbirkorlarning malakasini oshiradilar va boshqalar.

24.3. O'zbekiston Respublikasida innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirishda xorijiy tajribalardan foydalanish

O'zbekiston Respublikasida innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirishda xorijiy tajribalardan foydalanish darkor. Shu o'rinda e'tiborga loyiq yapon tajribasini keltirishimiz mumkin.

Fan-texnika taraqqiyotining jadallashishi natijasida mini texnologiyalar vujudga kelar ekan. Bu, ma'lum ma'noda kichik korxonalarining o'zida barcha ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish imkonini yaratdi. Pirovardida aksariyat kichik korxonalar bozorda mustaqil ishtirokchiga aylana boshladi. Hozirda ularning asosiy qismi

alohida marketing faoliyatini tashkil qilgan holda narx, taqsimot, kommunikatsiya, tovar siyosatini olib borishni erkin belgilashadi. Ilm-fanni rivojlantirish, yutuqlaridan oqilona foydalanish, innovatsiyalarni o'z vaqtida joriy qilish bo'yicha dunyoda etakchi bo'lgan yapon kichik biznesi hozirda nafaqat mahalliy bozorlarda, balki xorij bozorlariga chiqib, xalqaro marketing faoliyati bilan shug'ullanishmoqda.

Yapon kichik korxonalarining yana bir o'ziga xos xususiyati, kadrlarni amaliy jihatdan tayyorlash vazifasini ham o'tashidir. Yollangan kadrlar o'z vazifalarini bajarish bilan birga korxonaning innovatsiya, marketing, menejment, moliya va boshqa sohalariga oid masalalarini echishda faol qatnashadilar. Ish davrida xodimlarning o'zlari bozor kon'yunkturasi haqida axborotni yig'ib, korxonaning narx, tovar, kommunikatsiya, taqsimot siyosatlari kabi marketing kompleksi elementlari borasidagi qarorlarni qabul qilishda ko'maklashadilar. Bozor vaziyatlari, undagi o'zgarishlarga moslashish, korxonaning ishlash printsiplari va hokazolar to'g'risida bilim, malaka va tajribaga ega bo'lgan xodimlarning aksariyati keyinchalik o'z bizneslarini tashkil etadilar.

80-yillarga kelib, yirik korxonalar davlatning qo'llab-quvvatlashi natijasida ishlab chiqarishni tashkiliy-texnologik jihatdan yangilab, tovar siyosatini o'zgartirdi va ichki inqirozni bartaraf etdi. Bu o'z navbatida yirik korxonalarning kichik biznesga nisbatan raqobatbardoshligini kuchaytirdi. Qimmatbaho, samarali jihozlar bilan qurollandi. Ularni ishlatish uchun yuqori malakali ishchi kuchi jalb qilindi. Bunday ishlarni amalga oshirishga kichik va o'rta korxonalar qodir emas. Fan-texnika taraqqiyoti bilan bog'liq bo'lgan kichik biznes subektlari uchun moliya, informatsiya, xomashyo,

texnologiya bilan ta'minlaydigan iqtisodiy muhit o'ta zarur.

Yaponiyada «Xususiy tadbirkorlik», «Xususiy korxonalar» to'g'risidagi qonunlarning qabul qilinishi natijasida, hukumat tomonidan kichik biznesni innovatsiyalash va moliyalash borasida qator islohotlar olib borildi. Jumladan, progressiv texnikani sotib olishni kreditlash, ilmiy-tadqiqot va tajriba konstruktorlik ishlarini kengaytirish davrida soliq to'lashni kechiktirish kabi qo'llab-quvvatlovchi chora-tadbirlar amalga oshirildi. O'zbekistonda ham kichik tadbirkorlikni moliyaviy qo'llab-quvvatlash amalga oshirilmoqda. Lekin, Yaponiyadagi kabi zamonaviy fan-texnikaning so'nggi yutuqlaridan foydalanuvchi sohalarga ko'proq ahamiyat berilib, ko'maklashilsa, rivojlanish yanada jadal sur'atlarda kechgan bo'lur edi.

Xususan davlat moliya institutlarining hissadorlik jamiyatlariga aylantirilishi kichik biznesning kapital bozori bilan hamkorlik qilishi uchun shart-sharoit yaratishga hissa qo'shadi. Jadallashgan amortizatsiyani qo'llash va foydani reinvestitsiyalashni soliqdan ozod qilish kabi fiskal rag'batlantirish juda muhim hisoblanadi.

Yaponiya kichik biznesining asosiy qismi yuqori texnologiya talab qilmaydigan an'anaviy usulda ishlab chiqariladigan tovarlar bilan bozorda qatnashadi. Masalan: poyafzal va boshqa an'anaviy mahsulotlarning aksariyatini kichik korxonalar ishlab chiqarmoqda. Ular ichki bozorlarni to'ldiribgina qolmay, jahon bozorida eksport qilish bilan ham shug'ullanib kelmoqda.

So'nggi davrlarda yaratilayotgan, samaradorligi yuqori bo'lgan mini texnologiyalardan foydalanayotgan bir guruh kichik biznes sub'ektlari iqtisodiyotning ushbu sektorida yangi yunalishni boshlab bermoqda. Ular ilm talab sohalarga ham kirib borishmoqda.

Masalan: elektronika, farmatseftika, ilmiy-tadqiqot va boshqa sohadagi.

Respublikamiz kichik biznesini takomillashtirishda yaponlar tajribasini to'g'ridan-to'g'ri, to'liq qo'llash imkoniyati bo'lmasa-da, ko'pgina jihatlaridan foydalanilsa, ijobiy natijaga erishish mumkin

Ayniqsa, ko'proq ilm talab qiluvchi sohalarda kichik biznes sub'ektlarining tashkil etilishi moddiy-texnika, xomashyo, moliya, mahsulotni sotish tomonidan rag'batlantiruvchi marketing davlat dasturini ishlab chiqish va joriy qilish respublikamiz iqtisodiyotida katta ahamiyatga ega.

Mamlakatimiz kichik biznesida inovatsiyalarni joriy etish va innovatsion marketingni rivojlantirish mumkin. Uzluksiz o'tkazilib kelinayotgan ko'rgazma savdolarida ishlab chiqarish vositalarining eng so'nggi avlodlari taklif etilib, tadbirkorlarga ular haqida axborotlar berilmoqda. Faqat moliyaviy imkoniyatlarning cheklanganligi ularni xarid qilishga to'siq bo'lmoqda. Kichik biznesni qo'llab-quvvatlovchi banklar, kredit uyushmalari tomonidan doimiy harakatdagi «Innovatsiya uchun» maqsadli kreditlar tashkil qilinsa, kichik biznes sub'ektlarida innovatsiya jarayonini Yaponiyadagi singari jadallashtirish mumkin.

24.4.Ozbekistan Respublikasida innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirish omillari

Bugungi kunda O'zbekiston Respublikasida investitsiya-innovatsiya milliy dasturi qabul qilingan bo'lib, yagona maqsadga yo'naltirilgan xolda, izchillik bilan amalga oshirilmoqda.

Innovatsion faoliyat markazlashtirilgan va markazlashtirilmagan

turda moliya-lashtiriladi. Birinchi usulda pul mablag`lari: davlat byudjeti, ilmiy-texnik rivojlanish davlat dasturiga kiritilgan loyixalarni maqsadli moliyalashtirish; tanlov ishlarini bajarish buyicha jamg`armalar; muayyan loyixa uchun ajratilgan va qaytarilishi kutilmaydigan grantlar xamda subsidiyalar; xokimiyatlar va boshqaruv organlari maxsus buyurtmalarini moliyalashtirish: davlat banklarning kreditlari xisobidan taqdim etiladi.

Moliyalashtirishning markazlashtirilmagan usuli korxonalarining xususiy mablag`lari, xususiy shaxslar, maxsus moliya yoki xayriya jamg`armalari xamda kredit mablag`laridan foydalanishga asoslangan. Masalan: AQShda sanoat kompaniyalari va banklari, universitetlar, kollejlari, federal xukumat idoralari xamda maxalliy boshqaruv organlari, soxalar va ularning uyushmalari, xususiy shaxslar ilmiy jamg`armalarini tashkil qilishda faol qatnashadilar.

Ozbekistonning davlat investitsiya siyosati birinchi navbatda iqtisodiyotda tuzilmaviy o`zgarishlarni chuqurlashtirish, korxonalar investitsiya faoliyatini jadallashtirish xamda chet el investitsiyalarini keng miqyosda jalb qilish, shuningdek, investitsiya loyixalari tanlovi asosida ijtimoiy masalalarni xal etishga yo`naltirilgandir.

Investitsiya jarayonidagi davlat ishtirokining kamayishi investitsiyalarning bozor manba`lari faollashuvi, iqtisodiyotni nodavlat sub'ektlari (korxonalar, axoli, xususiy, chet el investorlari)ning investitsiya imkoniyatlari oshganligidan dalolat beradi. Bozor xojaligiga mos bo`lgan soliq tizimiga o'tish innovatsiya tuzilmasini moliyaviy jixatdan ta'minlanishi yaxshilanishiga ko`maklashadi. Mazkur tizimning mohiyati belgilanayotgan soliq miqdori maxsulotning yangi yaratilgan qiymati miqdori, olingan foyda xamda mavjud bo`lgan mulk qiymatiga bevosita

bog`liqligidan iborat

Shuni ta'kidlash joizki, amaldagi soliq tizimi kichik korxonalar, jumladan, innovatsiya korxonalari faoliyat yuritish sharoitlarini xisobga olmaydi. Innovatsiya korxonalari, boshqa xususiy korxonalar kabi, foyda soliqlarini toplash paytida soliqqa tortiladigan foyda miqdorini aniqlashda imtiyozga egadirlar. Jumladan, ularga ishlab chiqarishni kengaytirish, qayta tashkil qilish, texnikaviy jixozlash uchun yunal-tirilgan foydani chegirish xuquqi taqdim etilgan. Ishlab chiqarish uchun muljallangan maxsulot hamda qurilish materiallarini etkazib beradigan ba'zi bir korxonalar olgan foydasi ushbu korxonalar royxatga olingan kundan boshlab, dastlabki ikki yil mobaynida soliqqa tortilmaydi.

Mazkur imtiyoz tugatilgan yoki davlat tasarrufidan chiqarilgan yoxud sanatsiya natijasida qayta tuzilgan innovatsiya korxonalari, ularning filiallari xamda tuzilmaviy bolinmalariga tegishli emas.

Rivojlangan bozor iqtisodiyotiga ega mamlakatlar tajribasiga kora, innovatsiya korxonalari uchun respublikada qabul qilingan xamda iqtisodiyotning ustuvor soxalarida amal qilayotgan barcha imtiyozlarni qo`llash maqsadga muvofiqdir. Bundan tashqari, ilmiy izlanishlarni bajarayotgan innovatsiya korxonalari tadqiqot ishlari uchun ilmiy-texnik asbob-uskunalar sotib olgan yilning o`zidayoq, 50 foizli amortizatsiya xuquqiga, qolgan asosiy mablag`lar xisobidan esa jadallashgan amortizatsiya xuquqiga ega bo`lishlari lozim.

Sanoat soxasi uchun innovatsiyalarni joriy etadigan korxonalariga litsenziyalar va "nou-xau"larni sotish jarayonida, soliqqa tortish jarayonida chegirmalar taqdim etilishi, ishlab chiqarishni kengaytirishni amalga oshiradigan korxonalariga esa soliqqa tortiladigan mablag`lari hisobidan yangi asbob- uskunalar

qiymatini chiqarib tashlash ququqi berilishi lozim.

Oqilona investitsiya siyosatini yuritishda davlat tomonidan innovatsion tadbirkorlikka sarmoya qo'yishning o'ziga xos afzalliklari mavjud. Saloxiyatli sarmoyadorlarning erkin pul mablag'larini jalb etishida eng muxim iqtisodiy instrument fond bozoridir. Aktsiyalar likvidligi, firmaning reklama-axborot faoliyati, valyuta maydonchasida sotuvga qo'yilgan aktsiyalar xarakatining taxlili va aktsiyalar paketini chet el investorlariga sotish fond bozori xolatining yanada yaxshilanishiga xizmat qiladi.

Innovatsion biznes bo'yicha faoliyat yuritadigan tadbirkorlar va investorlarning daromadi, investitsiya korxonalarini aktivlarining bozor qiymati o'sishiga belgilangan soliq stavkasiga, ya'ni fond bozorida sotiladigan qimmatli qog'ozlarning sotuv qiymatiga o'rnatiladigan soliq stavkasiga bog'liqdir. Soliq stavkasi innovatsiya korxonalarini moliyalashtirish tavakkalchiligi darajasini oshiruvchi yoki kamaytiruvchi omil xisoblanadi. Shuning uchun xam qimmatli qog'ozlar bilan amalga oshiriladigan operatsiyalarda dividendlardan, qimmatli qog'ozlarni sotib olishdan undiriladigan soliq, shuningdek, tarkibiga qimmatli qog'ozlar qiymati kiritilgan korxonalar mulkidan olinadigan soliq, kabi undiriladigan turli xil qayta-qayta soliqlarga yo'l qo'yimaslik lozim. Soliq solishng bu kabi amaliyoti natijasida ishbilarmonlik faolligi pasayadi, ya'ni innovatsion korxonalar tashkil topishi sur'atlari qisqaradi, oqibatda hozirgi kunda korxonalarining faoliyat yuritish imkoniyatlari kamayib boradi. Soliq yukining pasayishi innovatsion tadbirkorlikka hamda iqtisodiyotning xususiy sektoriga investitsiyalar jalb qilishda ikkilamchi kapital (qimmatli qog'ozlar bozori)ning ahamiyatini oshiradi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Innovatsiya deganda nimani tushunasiz?
2. Iqtisodiy ta'limot asoschilari innovatsiya haqida qanday fikrlarni berishgan?
3. Kichik biznesda innovatsion faoliyatning olib borishning ustunliklari nimadan iborat?
4. Innovatsiyaning klassifikatsiyasini keltiring.
5. Innovatsion tadbirkorlikning tashkiliy – huquqiy asoslari nimadan iborat?
6. Innovatsion tadbirkorlikda venchur kapitalining o`rni qanday?
7. Innovatsion siyosat deganda nimani tushunasiz?
8. Innovatsion jarayonda davlatning roli qanday?
9. Innovatsiya faoliyatini rivojlantirish davlat dasturi nimalarni ko'zda tutadi?
10. O`zbekiston Respublikasining innovatsion siyosati qanday?

Asosiy adabiyotlar

1. Уткин Э.А., Шабанов Д.С. Антикризисное управление в малом бизнесе: Учебно практическое пособие. - М.: ТЕИС, 2004. – 124
2. Менеджмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. Проф. Проф М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.: Вузовский учебник, 2004.-269с.
3. Баранчев В.П. Управление знаниями в инновационной сфере: Учебник – М.: ООО фирма «Благовест-В», 2007. – 272

с.

4. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 735 с.

IZOHLI LUG'ATLAR

Avtomatlashtirilgan axborot texnologiyasi - ma'lumotlarni uzatish, to'plash, saqlash va qayta ishlash uchun hisoblash texnikasi va aloqa tizimlari usullari hamda vositalari qo'llaniladigan axborot texnologiyasi.

«Agrobank» aktsiyadorlik tijorat banki - iqtisodiyotning agrar sektorini yanada barqaror rivojlantirish, qishloq xo'jaligida iqtisodiy islohotlarni izchillik bilan chuqurlashtirib borish, fermerlik harakatini qo'llab-quvvatlash, uning moddiy va moliyaviy bazasini mustahkamlash, qishloq xo'jalik ishlab chiqaruvchilariga qishloq xo'jalik mahsulotlarini chuqur qayta ishlovchi zamonaviy korxonalarni jadal barpo etish, yuqori sifatli, raqobatbardosh mahsulotlarni ishlab chiqarish bo'yicha zamonaviy texnologiyalar va uskunalarni tatbiq qilish hamda ichki bozorni mahalliy oziq-ovqat tovarlari bilan to'ldirishga yo'naltirilgan bank muassasasi bo'lib, u 2009 yil 30 martda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Agrobank» aktsiyadorlik tijorat bankini tashkil etish to'g'risida»gi qarori asosida «Paxtabank» aktsiyadorlik tijorat banki negizida tashkil etilgan.

Aylanma mablag'lar – xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning aylanma fondlari va muomala fondlarini tashkil etuvchi mablag'lar. Aylanma fondlar tarkibiga ishlab chiqarish zaxiralari, tugallanmagan ishlab chiqarish, kelgusi davr xarajatlari kiradi. Muomala fondlari tarkibiga tayyor mahsulotlar, pul mablag'lari, hisob-kitobdagi mablag'lar kiradi.

Asosiy bo'lmagan siyosiy tashkilotlar.

Asosiy siyosiy tashkilotlar.

Axborot infratuzilmasi - bu mamlakat axborot fazosining rivojlanishi va o'zaro faoliyatini ta'minlovchi tizimchalar, tashkiliy tarkiblar tizimidir.

Axborot kommunikatsiya texnologiyalari - xususiy, umumiy va ishlab chiqarish kommunikatsiyasida axborotlar tayyorlash, qayta ishlash va etkazib berish bilan bog'liq bo'lgan ob'ektlar, harakatlar va qoidalar, shuningdek barcha texnologiyalar hamda sanab o'tilgan jarayonlarni birlashgan ravishda ta'minlovchi sohalar majmuasi. AKT tushunchasiga mikroelektronika, kompyuter va dasturiy ta'minot, telekommunikatsiyalar ishlab chiqish hamda ishlab chiqarish, Internetdan erkin foydalanishni ta'minlash, Internetning axborot resurslarini ta'minlash, shuningdek sanab o'tilgan sohalar bilan bog'liq bo'lgan turli xil hodisalar va bu faoliyat sohalarini tartibga soluvchi rasmiy va norasmiy qoidalar kiradi.

Aholini ijtimoiy muhofaza qilish – davlat tomonidan aholiga barcha hayot kechirish shart-sharoitlarini yaratish uchun maqsadli yunaltirilgan kafolatlar tizimi.

Aholini ijtimoiy himoyalash – aholini bozor iqtisodiyotining salbiy ijtimoiy va iqtisodiy oqibatlaridan asrash, shu oqibatlarning aholi ijtimoiy-iqtisodiy ahvoriga ta'sirini yumshatish.

Aholining real daromadlari – narx darajasi o'zgarishini hisobga olib, aholining ixtiyorida bo'lgan daromadga sotib olish mumkin bo'lgan tovar va xizmatlar miqdori, ya'ni, aholining ixtiyorida bo'lgan daromadning xarid quvvati.

Bazel qo'mitasi talablari – bank tizimining barqaror amal qilishi hamda o'z majburiyatlarini bajara olishini ta'minlash uchun o'rnatilgan xalqaro me'yorlar majmui bo'lib, u kapitalning etarlilik darajasini, banklarni nazorat qilish jarayoniga hamda bozor intizomiga qo'yilgan talablarni ifodalaydi.

Bandlik – mehnatga layoqatli aholining ijtimoiy foydali mehnat bilan mashg'ul bo'lishi; fuqarolarning shaxsiy va ijtimoiy ehtiyojlarini qondirish bilan bog'liq bo'lgan va qonunga zid kelmaydigan, mehnat daromadi beradigan faoliyati.

Bank aktivlari – banklarning asosiy faoliyatini amalga oshirishda foydalanuvchi turli moddiy va moliyaviy resurslar majmui. Ular asosan bank kreditlari, asosiy vositalari, sotib olgan qimmatli qog'ozlari, investitsiyalari, valyuta ko'rinishida bo'ladi.

Bank depozitlari – jismoniy va yuridik shaxslarning bank muassasalariga ma'lum muddatga va muddatsiz omonat shaklida qo'yilgan bo'sh pul mablag'lari.

Bank kapitalining etarlilik darajasi – bu jami kapitalning riskka tortilgan aktivlarga nisbati bo'lib, u xalqaro Bazel kelishuviga ko'ra kamida 8% ni tashkil etishi kerak.

Bank tizimining likvidligi – bankning o'z majburiyatlarini vaqtida va so'zsiz bajara olish imkoniyati.

Banklar likvidligi – banklar aktivlarining qisqa muddat ichida pulga aylanish qobiliyati. Likvidlik bank majburiyatlarini bajarish va aktivlar o'sishini moliyalash bilan birgalikda depozitlar va qarz mablag'lari darajasining pasayishini samarali boshqarishni ham bildiradi.

Banklarning kredit portfeli – tijorat banklari tomonidan berilgan kreditlarning umumiy jamlanmasi. Ular quyidagicha tasniflanadi: a) yaxshi; b) standart; v) substandart; g) shubhali; d) umidsiz. Tijorat banklariga ma'lum sanaga ssuda hisobvaraqlarida qolgan pul mablag'lari majmuasi (qoldig'i).

Bank-moliya tizimining barqarorligi – banklarning va boshqa moliya muassasalarining o'z majburiyatlari yuzasidan talablarga to'la javob bera olishi. Bu likvidlilik, kapitalning etarliligi, aktivlar sifati, rentabellik ko'rsatkichlari orqali aniqlanadi.

Bankrot – xo'jalik sudi tomonidan e'tirof etilgan, qarzdorning pul majburiyatlari bo'yicha kruditorlar talablarini to'la xajmda qondirishga yoki majburiy to'lovlar bo'yicha o'z majburiyatini bajarishga qodir emasligi.

Barqarorlik – narsa va hodisalarning amal qilishi va rivojlanishdagi o'ziga xos muayyanlik holati.

Biznes – foyda olishga qaratilgan (ehtiyoj va muhtojlikni qondirish natijasida) tadbirkorlik faoliyatini anglatadi.

Bozor kon'yunkturasi – muayyan vaqt mobaynida tovarlar bozorining holatini tavsiflovchi vaqtinchalik iqtisodiy vaziyat bo'lib, quyidagi belgilar orqali aniqlanadi: ichki va tashqi savdodagi o'zgarishlar; ishlab chiqarish va qurilish dinamikasi; tovar zaxiralari harakati; narxlar dinamikasi va boshqalar.

Byudjet defitsiti – byudjet xarajatlarining byudjet daromadlaridan oshib ketishi natijasida vujudga kelgan taqchillik.

Vijdon erkinligi – fuqarolarning har qanday dinga e'tiqod qilishi yoki hech qanday dinga e'tiqod qilmaslik huquqi hisoblanadi.

Global moliyaviy-iqtisodiy bozor – jahon mamlakatlari o'rtasidagi moliyaviy-iqtisodiy aloqalarni yagona xo'jalik tarzida amal qilishiga asoslangan munosabatlar.

Davlat byudjeti – davlat daromadlari va sarflarining moliyaviy rejasi.

Daromad solig'i – fuqarolarni bir yil davomidagi yalpi daromadidan olinadigan majburiy to'lov (soliq).

Daromad solig'i stavkalari – aholi daromadlaridan tabaqalashtirilgan holda olinadigan soliqlarning foizlardagi darajalari.

Dastur kadrlar tayyorlash milliy modelini ro'yobga chiqarishni, har tomonlama kamol topgan, jamiyatda turmushga moslashgan, ta'lim va kasb-hunar dasturlarni ongli ravishda tanlash va keyinchalik puxta o'zlashtirish uchun ijtimoiy-siyosiy, huquqiy, psixologik-pedagogik va boshqa tarzdagi sharoitlarni yaratishni jamiyat, davlat va oila oldida o'z javobgarligini his etadigan fuqarolarni tarbiyalashni nazarda tutadi.

Deflyatsiya – inflyatsiya davrida muomaladagi qog'oz pulni kamaytirish. Davlat tomonidan muomaladagi pul miqdorini kamaytirishga qaratilgan moliya va pul - kredit tadbirlarini qo'llash orqali amalga oshiriladi.

Diversifikatsiya – (lotinchadan diversus- har xil va facere-qilmoq, bajarmoq) – ishlab chiqarishning samaradorligini oshirish, mahsulot va xizmatlarni sotish bozorlarini kengaytirish maqsadida tarmoq va korxonalar faoliyat sohasini kengaytirish, mahsulot va xizmatlar assortimentlarini ko'paytirish.

Diversifikatsiya strategiyasi – korxonalar faoliyatini mavjud mahsulotlar va bozorlar turini kengaytirish orqali rivojlanish strategiyasidir. Diversifikatsiya strategiyasi korxonalar ishlab chiqarish va tijorat faoliyatini rivojlantirishning eng etakchi zamonaviy tendentsiyalardan biri hisoblanib, u orqali korxonalarni bozor sharoitida vujudga keladigan turli qaltisliklarga bo'lgan raqobatbardoshligini oshiradi. Diversifikatsiya strategiyasi – korxonalarda yangi mahsulotlar liniyalarini ishga tushirish, qo'shma korxonalar tuzish, boshqa korxonalarni sotib olish va boshqa turli uslublarda amalga oshirishi mumkin.

Dividend – aksionerlik jamiyati sof foydasidan aktsiya egalariga to'lanadigan qismi bo'lib, u aksionerlarga naqd pul yoki aktsiyalar bilan to'lanadi.

Jahon banki – 1944 yilda Xalqaro valyuta jamg'armasi bilan bir vaqtda tuzilgan birinchi davlatlararo investitsiya institutidir. Bank o'zining faoliyatini 1946 yil 25 iyundan boshlagan.

Jahon bozori kon'yunkturasi - jahon tovar bozorlaridagi sotish sharti, ushbu bozorlardagi talab, taklif, narxlar darajasi, ularning o'zgarish tendentsiyalari.

Joriy kon'yunktura – muayyan davrda tovarlarga bo'lgan talab va taklifning tarkibi, dinamikasini shakllantiruvchi iqtisodiy sharoit va omillar majmui. Joriy kon'yunktura

ayni davrdagi milliy va jahon iqtisodiyotining u yoki bu omillaridan tarkib topgan vaqtinchalik vaziyatni ifodalaydi.

Iqtisodiyotning real sektori – iqtisodiyotning bevosita moddiy ne'matlar ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatish bilan bog'liq sohasi bo'lib, u o'z ichiga sanoat, qishloq xo'jaligi, qurilish, transport, aloqa tarmoqlarini oladi.

Iqtisodiy nochor korxonalar – muayyan miqdorda kapital yo'qotish, ishlab chiqarish maydonlarining qisqarishi, ishsizlar sonining ortishi, raqobatbardosh bo'lmagan maxsulot ishlab chiqaradigan va buning uchun katta miqdorda materiallar, xom ashyo, yonilg'i, mehnat resurslari sarflaydigan qoloq, samarasiz korxonalar.

Iqtisodiy o'sish – real yalpi ichki mahsulot umumiy hajmining yoki aholi jon boshiga to'g'ri keladigan real yalpi ichki mahsulotning oldingi yilga nisbatan o'sishi.

Import – mamlakat ichki bozorlarida sotish uchun chet el mollarini, kapitalini, texnologiyasini va xizmatlarni olib kelish. Import xalqaro mehnat taqsimoti natijasidir. U vaqtni tejashga, iqtisodiyot, aholi ehtiyojini qondirish vazifalarini muvaffaqiyat bilan hal qilishga ko'maklashadi.

Inventarizatsiya – korxonalar, firmalar, tashkilotlarda naqd mulk va tovarlarni ro'yxatdan o'tkazish; natura holidagi boyliklarning mavjudligi yoki holatini, mablag'larni muntazam tekshirib turish, shuningdek, ularning moddiy boyliklarni hisobga olish qaydnomalariga muvofiqligini aniqlash maqsadlarida davriy qayta hisobga olish.

Investitsion kreditlar – ishlab chiqarishni kengaytirish, texnik va texnologik jihatdan yangilash, modernizatsiyalash va rekonstruktsiya qilish, yangi bino va inshootlarni qurish uchun zarur bo'lgan vositalar hamda qimmatli qog'ozlarni sotib olish maqsadida olingan uzoq muddatli kreditlar.

Investitsion loyiha dasturi - O'zbekiston Respublikasida qabul qilingan qonunchilik andozalariga muvofiq ishlab chiqilgan zaruriy hujjatlarni hisobga olgan holda kapital qo'yilmalar hajmi va amalga oshirish muddatining maqsadga muvofiqligini asoslovchi va investitsiyalarni (biznes-reja) amalga oshirish bo'yicha amaliy faoliyat dasturi.

Investitsion siyosat – savdo menejmenti umumiy strategiyasining bir qismi bo'lib, korxonani rivojlantirish uchun aktivlarni kengaytirishning eng samarali yo'llarini tiklashni nazarda tutadi.

Investitsion soliq krediti – soliq majburiyati bo'yicha to'lash muddatini o'zgartirish imkoniyati beriladi, agarda soliq to'lovchida belgilangan tartibdagi asos bo'lsa, u holda soliq to'lovlarini kamaytirilgan holda ma'lum bir vaqt ichida bosqichma – bosqich to'lash mumkin bo'ladi.

Investitsion hamkorlik - xalqaro iqtisodiy munosabatlarning bir ko'rinishi bo'lib, resurslarni ratsional taqsimlash, xalqaro mehnat taqsimotida ishtirok etish natijasidagi ustunliklaridan foydalanish orqali davlat tomonidan iqtisodiyotda nisbatan yuqori natijalarga erishish, texnologik ishlab chiqarish tuzilmasini yangilash kabilarni maqsad qilgan.

Investitsiya – bu iqtisodiy samara (foyda, daromad) olish yoki ijobiy ijtimoiy natijaga erishish uchun sarflanadigan pul mablag'lari, banklarga qo'yilgan omonatlar, paylar, qimmatli qog'ozlar (aktsiya, obligatsiyalar), texnologiyalar, mashinalar asbob-uskunalar, litsenziyalar va samara beradigan boshqa har qanday boyliklardir.

Investitsiya dasturi – ishlab chiqarishni rivojlantirish maqsadida mamlakat yoki chet ellarda iqtisodiyotning turli tarmoqlariga uzoq muddatli kapital kiritish uchun ishlab chiqilgan dastur.

Investitsiya kompleksi - investitsiya faoliyatini ta'minlovchi tashkilotlar, korxonalar va firmalar majmuasi.

Investitsiya muhiti – investitsiyalar jozibadorligi hamda xavf-xatar darajasini belgilab beruvchi ijtimoiy-iqtisodiy, moliyaviy va siyosiy omillar majmui.

Investitsiya faoliyati - investitsiya maqsadlarini amalga oshirish bilan bog'liq faoliyat. Investitsiya kompleksi tashkilotlari orqali amalga oshiriladi.

Investitsiya faoliyati ishtirokchilari - buyurtmachilar, pudratchilar, etkazib beruvchilar, banklar, sug'urta kompaniyalari, loyihalovchilar, vositachilar, ilmiy-maslahat firmalari, o'z mamlakatidagi qonunchilikka ko'ra investitsiyaviy mulk egalari (tasarrufchilari) yoki buyurtmalardan foydalanuvchi sifatida qatnasha oluvchi xorijiy tashkilotlarni kiritish mumkin.

Investorlar - xususiy va qarzga olingan mulkiy va intellektual qiymatlarni sarflash haqida qaror qabul qiluvchi investitsiya faoliyati sub'ektlari. Investorlar ob'ektlar va investitsiya natijalariga egalik qilish, foydalanish va tasarruf qilish huquqiga ega bo'ladi. Investorlar kreditorlar va xaridorlar rolini bajarishlari, shuningdek, investitsiya faoliyatining boshqa ishtirokchilari funktsiyalarini bajarishlari mumkin. Odatda investorlar kapital qo'yilmalar sarflanadigan sohalarni aniqlaydilar, kontrakt va shartnomalarning shartlarini ishlab chiqadilar va investitsiya aktining boshqa tomonlari bilan - kontraktor, hukumat organlari, pirovard mahsulot ishlab chiqaruvchilar va shu mahsulotning iste'molchilari bilan hisob-kitoblarni amalga oshiradilar.

Inqirozga qarshi mo'ljallangan choralar dasturi – O'zbekiston Respublikasi hukumati tomonidan 2009-2012 yillarga mo'ljallanib inqirozga qarshi ishlab chiqilgan choralar dasturi bo'lib, mazkur dasturda talabni rag'batlantirishga yo'naltirilgan bir qator moliyaviy imtiyozlar va barqaror iqtisodiy o'sish sur'atlarini ta'minlovchi chora-tadbirlar majmui o'z aksini topgan.

Innovatsion texnologiyalar – iqtisodiyotga yangiliklarni tatbiq etish bosqichlarida qo'llaniluvchi usul va vositalar majmui bo'lib, o'z ichiga joriy etish, trening, konsalting, transfert, audit, injiniring kabi turlarini oladi.

Innovatsiya jarayoni - yangilik g'oyasini rivojlantirishdan uning pirovard iste'molchi tomonidan iste'mol qilinishigacha bo'lgan mantiqiy izchillikda harakatlanuvchi jarayon. Bu yangilikning ilmiy-texnik, ishlab chiqarish-iqtisodiy va ijtimoiy-tashkiliy salohiyatini yaratish, rivojlantirish va undan foydalanish jarayonidir. Innovatsiya jarayonining quyidagi bosqichlari mavjud - yangilikni yaratish, uni o'zlashtirish, tarqatish va takomillashtirish.

Inson va fuqarolarning huquq va erkinliklari – insonga bekamu-ko'st yashash imkoniyatlarini beruvchi iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy va siyosiy sohalarda o'zining imkoniyat va talablarini amalga oshirishni ta'minlovchi huquqiy maqom. Inson va fuqarolarning huquq hamda erkinliklariga rioya etish O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyaviy tuzumining asosidir.

Inson omili – amalga oshirilayotgan barcha islohotlarning bosh yo'nalishi va samaradorligining pirovard natijasini belgilab beruvchi asosiy tamoyil. Inson omili tarkiban ikki muhim jihatni o'z ichiga oladi. Birinchi jihat O'zbekistonda jami ijtimoiy tuzilma, ta'lim va sog'liqni saqlash, nafaqa bilan ta'minlash tizimini, aholini ekologik va boshqa xavf-xatardan himoya qilishdan iborat. Davlatning doimiy e'tiborini o'zida ifodalaydi. Ikkinchi jihat esa yalpi ijtimoiy taraqqiyot jarayonlarida shaxsning o'z ishtiroki, bunyodkorligi, yaratish zavqi, sa'y-harakatlari va shijoatini ifodalanishini nazarda tutadi.

Intermodal markaz – yuk tashishlar bo'yicha xalqaro kommunikatsiya va logistika markazi.

Internet xizmatlari - internet tarmog'i abonentlariga amaliy bayonnomalar tomonidan taqdim etiluvchi funktsional imkoniyatlar majmui: elektron pochta, fayllarni qabul

qilish va uzatish, veb-hujjatlarni o'qish, voqeyiy vaqtdagi muloqot (chat), terminal orqali erkin foydalanish, tarmoqda hujjatlarni saqlash va ishlash va h.k.

Inflyatsiya – pul muomalasi qonunlarining buzilishi natijasida milliy valyutaning qadrsizlanishi, narxlarning o'sishi.

Inflyatsiya darajasi – ma'lum vaqt ichida (oy, yil) narxlar darajasining foizdagi o'zgarishi.

Infratuzilma – tovar ishlab chiqarish shartlarini ta'minlovchi ishlab chiqarish va noishlab chiqarish tarmoqlari kompleksi: yo'llar, aloqa, transport, maorif, sog'liqni saqlash.

Ipoteka – bankning garov xat, ko'chmas mulk garovi asosida muayyan muddatga ssuda berishi.

Ipoteka krediti - joylarda tasdiqlangan namunaviy loyihalar bo'yicha yakka tartibdagi uy-joy qurilishiga barpo etiladigan uy-joy garovi ostida beriladigan uzoq muddatli kredit. Ipoteka kreditlari tijorat banklari tomonidan qaytarishlik, to'lovlilik, ta'minlanganlik va muddatlilik shartlarida beriladi.

Iste'mol – ijtimoiy ishlab chiqarish jarayonining oxirgi fazasi, ijtimoiy mahsulotdan aholini iqtisodiy talablarini qondirish jarayoni.

Iste'mol krediti – markaziy bank tomonidan barqarorlik davrida qo'llaniladigan pul siyosati dastagi. U banklar va boshqa maxsus kredit institutlari tomonidan aholining uzoq muddatli iste'mol tovarlarini sotib olish uchun beriladigan kredit.

Iste'mol tovarlari – inson ehtiyojini qondirishga mo'ljallangan iste'mol buyumlarining tovar shakli; pulga sotib olib, iste'mol etiladigan moddiy mahsulotlar va har xil xizmatlar.

Ish bilan band bo'lgan jami aholi – ishchi kuchi (iqtisodiy faol aholi)ning ijtimoiy ishlab chiqarishda band bo'lgan qismi.

Ishlab chiqarish – ma'lum davrda alohida xo'jalik yurituvchi sub'ektlar tarmoqlar va iqtisodiy sektorlar tomonidan ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlar qiymati.

Ishlab chiqarish infratuzilmasi – ishlab chiqarishning rivojlanishi uchun tashqi shart-sharoitlarni ta'minlovchi tarmoqlar majmui bo'lib, o'z ichiga temir va avtomobil yo'llari, elektr, gaz va suv ta'minoti, aloqa kommunikatsiyalari, ombor xo'jaligi va boshqalarni oladi.

Ishlab chiqarishni modernizatsiyalash – ishlab chiqarishni zamonaviy texnologiyalar bilan jihozlash, uni ma'naviy jihatdan yangilash, tarkibiy jihatdan texnik va texnologik qayta tuzish kabi chora-tadbirlarni o'z ichiga oluvchi jarayon. Ishlab chiqarishni modernizatsiyalashning asosiy yo'nalish va vositalari bo'lib quyidagilar hisoblanadi: korxonalaridan eskirgan asbob-uskunalarini chiqarib; zamonaviy texnika va texnologiyalar bilan almashtirish; mahalliy resurslar asosida ishlab chiqarishga innovatsion texnologiyalarni joriy etish; ishlab chiqarilayotgan mahsulot assortimentini kengaytirish; ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish va resurslarni tejash; sifatni boshqarish va sertifikatlash tizimini joriy etish; chiqitsiz va ekologik toza texnologiyalarni joriy etish va boshqalar.

Ishsizlik – iqtisodiy jihatdan aktiv (faol) aholining bir qismi o'z kuchini qo'llay olmay «ortiqcha» bo'lib, mehnat zaxirasi armiyasi bo'lib qolish hodisasi.

Kadrlar tayyorlash milliy dasturi – «Kadrlar tayyorlash milliy dasturi to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi Qonuni 1997 yil 29 avgustda qabul qilingan. Kadrlar tayyorlash milliy dasturi «Ta'lim to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi Qonuni qoidalariga muvofiq holda tayyorlangan bo'lib, milliy tajribaning tahlili va ta'lim tizimining jahon miqyosidagi yutuqlari asosida tayyorlangan hamda yuksak umumiy va kasb-hunar madaniyatiga, ijodiy va ijtimoiy faollikka, ijtimoiy-siyosiy hayotda

mustaqil ravishda mo'ljalni to'g'ri ola bilish mahoratiga ega bo'lgan, istiqbol vazifalarini ilgari surish va hal etishga qodir kadrlarning yangi avlodini shakllantirishga yo'naltirilgan.

Kapital qurilish - yangi qurilish, korxonalarni kengaytirish, rekonstruktsiya qilish, zamonaviylashtirish va texnika bilan qayta jihozlash, asosiy vositalarni mukammal ta'mirlash, shu jumladan loyiha-qidiruv ishlarini bajarish.

Kapital qo'yilmalar - quvvatlarni takror ishlab chiqarish, ishlab chiqarish va noishlab chiqarish ob'ektlarini qurishga qaratilgan resurslar va jami ijtimoiy mehnatning qiymatini aks ettiruvchi iqtisodiy kategoriya. Davlat tomonidan (davlat buyurtmasi), turli mulkchilik shakllaridagi korxonalar, tashkilotlar, banklar hamda xususiy shaxslar tomonidan ajratiladigan pul mablag'lari kapital qo'yilmalarning manbalari bo'lishi mumkin. Kapital qo'yilmalar yangi korxonalar qurishga yoki amaldagi korxonalarni qayta ta'mirlashga yo'naltirilishi mumkin.

Kapital ta'mirlash – asosiy vositalarni yirik ko'lamda butkul detallari, qismlarini almashtirish bilan bog'liq qayta ta'mirlash tushuniladi.

Kapital xarajatlar - asosiy kapitalga kiritiladigan mablag'lar va zaxiralarning o'sishi.

Kasanachilik – yirik sanoat korxonalarini bilan tuzilgan shartnoma asosida uy sharoitida mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish.

«**Katta yigirmalik**» – 20 ta yirik mamlakatlar guruhi bo'lib, unga jahondagi eng boy mamlakatlar va yirik rivojlanayotgan davlatlar kiradi va ular xissasiga jahon yalpi ichki mahsulotining 90 foiz ulushi to'g'ri keladi.

Kichik biznes sub'ektlari – korxonalar ko'lami, ishlab chiqarish hajmi, ishlovchilar soni, moliyaviy mablag'lari miqdori va boshqalar jihatidan imkoniyatlari cheklangan ishlab chiqaruvchi sub'ektlar. Respublikamizda sanoat ishlab chiqarishning ayrim

tarmoqlarida (masalan, engil va oziq-ovqat sanoati, metallga ishlov berish va asbobsozlik sanoati va h.k.) 100 kishigacha, ayrimlarida (masalan, mashinasozlik, metallurgiya, yoqilg'i-energetika sanoati va boshkalarda) 50 kishigacha, xizmat ko'rsatish sohasida 25 kishigacha ishlovchi korxonalar kichik biznes sub'ektlari hisoblanadi.

Kichik korxonalar – mustaqil xo'jalik faoliyatini olib boruvchi, o'z balansiga bo'lgan, soliqlar va boshqa to'lovlarni to'lagandan so'ng qolgan foydasini o'zi taqsimlaydigan korxonalar.

«Qishloq qurilish bank» aksiyadorlik tijorat banki – qishloq qiyofasini va qishloq aholisining uy-joy sharoitlarini sifatli yaxshilash, qishloq joylarda ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmani jadal rivojlantirish, uy-joy qurilishini uzoq muddatli imtiyozli kreditlash tizimini keng joriy etish maqsadida hamda «Qishloq taraqqiyoti va farovonligi yili» Davlat dasturiga muvofiq 2009 yil 30 martda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Qishloq qurilish bank» aksiyadorlik tijorat bankini tashkil etish to'g'risida»gi qaroriga muvofiq «G'alla-bank» aksiyadorlik tijorat banki negizida tashkil etilgan. «Qishloq qurilish bank» aksiyadorlik tijorat bankining ustav kapitali 150 milliard so'm miqdorida shakillantirilgan.

«Qishloq qurilish invest» ixtisoslashtirilgan sho'ba injiniring kompaniyasi – «Qishloq taraqqiyoti va farovonligi yili» Davlat dasturini ijro etish hamda aholi punktlarining bosh rejalar va arxitekturaviy rejalashtirishni tashkil etish loyihalariga muvofiq tasdiqlangan namunaviy loyihalar bo'yicha yakka tartibdagi uy-joy qurilishi ko'lamini kengaytirish asosida qishloq aholisining turar-joy sharoitlarini tubdan yaxshilash maqsadida 2009 yil 3 avgustdagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Qishloq joylarda uy-joy qurilishi ko'lamini kengaytirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi Qaroriga muvofiq tashkil etilgan.

Kon'yunktura – bu bozorda ma'lum bir vaqtda yuzaga kelgan iqtisodiy holatdir (asosan talab hamda taklif nisbati va u bilan bog'liq bo'lgan narxlar darajasi orqali yuzaga keladi).

Kooperatsiya aloqalari – turli soha ishlab chiqarish tarmoqlarida ma'lum mahsulotni tayyorlash bo'yicha uzoq muddatli aloqalarni o'rnatish.

Korxonalariga preferentsiya berish – milliy iqtisodiyotda faoliyat ko'rsatuvchi korxonalarni moliyaviy qo'llab-quvvatlash maqsadida ular tomonidan ishlab chiqarishga chet eldan olib kiriladigan xomashyo va materiallar, yarim tayyor mahsulotlar, shuningdek asbob-uskunalarni olib kirishda boj to'lovlari va boshqa jarayonlar bo'yicha engilliklar (imtiyozlar) berilishi.

Korxonalarni texnik qayta qurollantirish – alohida ishlab chiqarish turlarini zamonaviy talablarga asosan yangi texnika va texnologiyalarni kiritish, ishlab chiqarish jarayonlarini mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirish, eskirgan qurilma va uskunlarni yangilash va almashtirish, ishlab chiqarish tuzilmasi va tashkil etilishini yaxshilash yo'li bilan, korxonaning texnik darajasini oshirish bo'yicha chora-tadbirlar majmuasi. U ishlab chiqarish intensivligini kuchaytirish, ishlab chiqarish quvvatlarini oshirish va ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar sifatini yaxshilashga yo'naltirilgan bo'ladi.

Korxonaning innovatsion salohiyati – korxonaning yangiliklarni joriy qilish yordamida bozor sharoitlarida faoliyatning samaradorligini oshirish maqsadida korxonaning o'ziga xos xususiyatlari bilan belgilanadigan rivojlanish qobiliyati. Korxonaning innovatsion salohiyatining ichki innovatsiya jarayonidagi barcha bosqichlarning (ijtimoiy mehnat va resurslarning sarf me'yorlari asosida) bir maromda kechishiga imkon beradi.

Kredit – jismoniy va yuridik shaxslarning vaqtinchalik bo'sh mablag'larlarini muayyan tamoyillar asosida qaytarish sharti bilan foydalanishga berish jarayonida vujudga kelgan iqtisodiy munosabatlar majmui.

Kutilayotgan inflyatsiya darajasi – mavjud ijtimoiy-iqtisodiy axborotlar, ma'lumotlar asosida alohida shaxs va korxonalar tomonidan kutiladigan bo'lg'usi davrdagi inflyatsiya darajasi.

Kuchli davlat – omma faoliyatiga asoslangan kuchli boshqaruv tizimiga, rivojlangan iqtisodiyot, yuksak ma'naviyatga ega bo'lgan davlat. Bunday davlat mustahkam iqtisodiy, huquqiy va ma'naviy asosga ega bo'ladi. Uning qudrati fuqarolar hamjihatligi, jamiyatdagi do'stlik va bag'rikenglik, har bir fuqaroning onglilik darajasi, davlat boshqaruvidagi faol ishtirokiga asoslanadi.

Qo'shimcha qiymat solig'i – bilvosita soliq hisoblanib, korxonalar, tashkilot va birlashmalarda yangi yaratilgan qo'shilgan qiymatning bir qismini davlat byudjetiga majburan olishdir. Ishlab chiqarilgan tovarlarni (ishlar, xizmatlarni), O'zbekiston respublikasi hududidagi import qilingan tovarlarni (ishlar, xizmatlarni) hamda O'zbekiston Respublikasi hududida bajarilgan (ko'rsatilagan) ishlarni (xizmatlarni) realizatsiya qilish jarayonidagi qo'shilgan qiymatni bir qismini byudjetga ajratuvchilar qo'shilgan qiymat solig'i to'lovchilari hisoblanadi.

Makroiqtisodiy ko'rsatkichlar – mamlakat yaxlit iqtisodiyoti darajasidagi ijtimoiy-iqtisodiy jarayon va hodisalarni o'lchash va baholash imkoniyatini beruvchi ko'rsatkichlar. Masalan, yalpi ichki mahsulot, milliy daromad, iqtisodiy o'sish, ishsizlik, inflyatsiya darajasi va boshqalar.

Maktab ta'limini rivojlantirish Davlat umummilliy dasturi – Kadrlar tayyorlash milliy dasturini muvaffaqiyatli amalga oshirishning muhim sharti sifatida maktab ta'limining orqada qolishiga barham berish hamda maktablarning moddiy-texnika bazasini mustahkamlash va uzluksiz ta'limning yagona tizimini shakllantirish bilan bog'liq

mavjud jiddiy muammolarni bartaraf etish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2004 yil 21 maydagi «2004-2009 yillarda maktab ta'limini rivojlantirish davlat umummilliy dasturi to'g'risida»gi Farmoniga muvofiq kuchga kirgan. Mazkur Farmonga O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005 yil 20 sentyabrda PF-3661-son Farmoniga muvofiq o'zgartirishlar kiritilgan.

Melioratsiya – erning unumdorligini tubdan yaxshilashga qaratilgan tashkiliy-xo'jalik, muhandislik va agrotexnik tadbirlar turkumi.

Mehnat bozori – mehnatga qobiliyatli aholining ish bilan band bo'lgan va band bo'lmagan qismlari va ish beruvchilar o'rtasidagi munosabatlarni hamda ularning shaxsiy manfaatlarini hisobga oluvchi shartnomalar asosida ishchi kuchi xarid qilish - sotishni amalga oshiruvchi, shuningdek, unga bo'lgan talab va taklif o'rtasidagi nisbatlarni bevosita tartibga soluvchi, bozor iqtisodiyotining murakkab, ko'p aspektli, o'suvchi va ochiq ijtimoiy-iqtisodiy tizimchasidir.

Mehnat haqi – joriy davrda ish beruvchi tomonidan yollangan xodimga bajargan ishlari uchun berilgan pul yoki natura usulidagi to'lovlar bo'lib, ular hisoblangan summalar yig'indisidan tashkil topadi va ikki qismga bo'linadi: ish haqi va ijtimoiy sug'urtaga ajratmalar.

Mikrokredit – xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish va boshlang'ich sarmoyani shakllantirishga beriladigan kreditlar. Mikrokreditlar: a) yuridik shaxs maqomiga ega bo'lmagan tadbirkorlik faoliyati uchun – eng kam ish haqining 50 barobarigacha; b) mikrofirma va dehqon xo'jaliklariga eng kam ish haqining 100 barobarigacha; v) fermer xo'jaligiga eng kam ish haqining 200 barobarigacha beriladi.

Mikrofirma – kichik biznes korxonasi bir turi. Mamlakatimizda sanoat ishlab chiqarishning tarmoqlarida 20 kishigacha, xizmat ko'rsatish sohasida 10 kishigacha, savdo va umumiy ovqatlanish sohasida 5 kishigacha ishlovchi korxonalar mikrofirma hisoblanadi.

Modernizatsiya – ob'ektni takomillashtirish, yaxshilash, yangilash, uni yangi talab va me'yorlarga, texnik shart-sharoitlarga, sifat ko'rsatkichlariga moslashtirish.

Moliya tizimi – moliyaviy munosabatlar va turli darajada ularga xizmat qiluvchi moliyaviy muassasalar majmuasi.

Moliya-bank tizimi – tarixan shakllangan va belgilangan qonun qoidalar asosida faoliyati yurituvchi mamlakatdagi moliya–kredit muassasalari majmuidir.

Moliyaviy «ko'piklar» – real qiymatga ega bo'lmagan pul va obligatsiyalar hajmining ko'payishi.

Moliyaviy institutlar – belgilangan qonun-qoidalar doirasida faoliyat yurituvchi mamlakatdagi moliya-kredit tashkilotlari.

Moliyaviy manbalar – iqtisodiyotning turli darajasidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish uchun taqozo etiluvchi moliyaviy mablag'larning kelib chiqish manbalari. Masalan, moliyaviy manbalar aholi va korxonalarining manbalari, davlat byudjeti mablag'lari, qarzga olingan mablag'lar, xorijiy investorlarning mablag'lari va boshqa ko'rinishlarda bo'lishi mumkin.

Narx – tovar qiymatining puldagi ifodasi.

Nodavlat va jamoat tashkilotlari – davlatga qarashli bo'lmagan, ammo ma'lum qonunlar yoki me'yoriy hujjatlarga bo'ysungan holda faoliyat ko'rsatadigan tuzilmalar nodavlat va jamoat tashkilotlari hisoblanadi.

Preferentsiya – iqtisodiyotni maqsadga muvofiq rivojlantirish va tartibga solishda ayrim soha va tarmoqlar, korxonalar va ishlab chiqarish turlariga nisbatan beriluvchi imtiyoz, afzallik va ustuvorliklar.

Proteksionizm – davlatning xorij raqobatidan ichki bozorni himoya qilish siyosati, mamalakatga olib kelinayotgan tovarlarga yuqori bojlar belgilaydi, ayrim tovarlarni olib kelish cheklanadi yoki umuman taqiqlanadi.

Pudrat – shartnoma yoki xo'jalik yuritishning bir turi. Bir tomonning ikkinchi tomon talabiga ko'ra belgilangan ishni bajarishi to'g'risidagi shartnoma.

Pul - kredit siyosati – davlat tomonidan iqtisodiy o'sishni ta'minlash maqsadida pul muomalasini tashkil etish va barqarorligini ta'minlash uchun amalga oshiriladigan barcha chora-tadbirlar majmui.

Pul – hamma tovar va xizmatlar ayirboshlanadigan, umumiy ekvivalent sifatida foydalaniladigan, boshqa barcha tovarlar qiymatini ifodalaydigan maxsus tovar.

Rekonstruktsiya (qayta tiklash) (faoliyat yuritayotgan korxonani ma'naviy va jismoniy eskirgan qurilma va asbob-uskunalarni ishlab chiqarishni mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirish, texnologik bo'g'inlar va yordamchi xizmatdagi nomutanosibliklarni yo'qotish yo'li bilan almashtirish yordamida to'liq yoki qisman o'zgartirish. Qayta tiklashda eski sexlar o'rniga yangi sexlarni qurishga ruxsat beriladi.

Rentabellik – korxonaning faoliyatining foydalik darajasi. Uning uch xil ko'rsatkichi mavjud: korxonaning aktivlari rentabelligi, xususiy kapital rentabelligi va sotilgan mahsulot rentabelligi. Bu ko'rsatkichlarni balansdagi (sof) foyda ko'rsatkichini korxonaning aktivlarining o'rtacha yillik qiymati, muomalaga chiqarilgan aksiyalar miqdori, xususiy kapital miqdori va sotilgan mahsulot tannarxiga nisbati bilan aniqlanadi.

Respublika iqtisodiyotini barqaror va tadrijiy rivojlantirishga erishishga, tabiiy, mineral xomashyo, moliyaviy, moddiy va mehnat resurslaridan oqilona foydalanish yo'li bilan respublika ayrim tarmoqlari va mintaqalarini tarkibiy o'zgartirishning

asosiy ustuvorliklarini va strategik vazifalarini amalga oshirishga yo'naltirilgan bir-biri bilan o'zaro bog'langan chora-tadbirlar kompleksi.

Saldo - muayyan vaqt davomida moliyaviy tushumlar va sarflar, eksport va import qiymati (savdo balansi saldos), xorijiy to'lovlar va tushumlar (to'lov balansi saldos) o'rtasidagi farq.

Samarali iqtisodiy siyosat – davlatning iqtisodiyotni barqaror rivojlantirishga qaratilgan, har tomonlama asoslangan, izchil va o'zaro uyg'unlashtirilgan chora-tadbirlari majmui.

Sektor – institutsion birliklar yig'indisi bo'lib, ularning maqsadi, moliyalashtirish manbalari va funksiyalari bir xil bo'ladi, natijada ularning iqtisodiy huquqi ham o'xshashib ketadi.

Servis – jismoniy va yuridik shaxslarga, umuman keng aholi qatlamiga xizmat ko'rsatish; ishlab chiqarish-texnika maqsadlarida mahsulotlarni, moddiy-maishiy, xo'jalik va boshqa sanoat mahsulotlarini sotish hamda ularni ishlatish bilan bog'liq bo'lgan xizmat ko'rsatish sohalari.

Siyosiy partiya – ijtimoiy sinf, tabaqa va guruhlarining tub manfaatlarini o'z faoliyatida ifoda etuvchi, ularni muayyan maqsad – manfaatlarini himoya qilish uchun kurashga qaratilgan siyosiy tashkilotdir.

Siyosiy partiyalarning asosiy funksiyalari:

Siyosiy tizimning tarkibi avvalo siyosiy hokimiyatning faoliyat ko'rsatishi bilan bog'liq bo'lgan siyosiy tashkilotlar, muassasalar kiradi. Ularning siyosiy hayotga, hokimiyatni amalga oshirishga jalb etilganligiga qarab uch turdagi tashkilotga ajratish mumkin:

Soliq imtiyozi – soliq to'lovchilarning ayrim toifalariga qonun hujjatlarida belgilangan tartibda soliq to'lashdan to'liq, qisman va vaqtincha ozod qilish shakli.

Soliq krediti – byudjetga to'lanishi lozim bo'lgan soliq summasini ma'lum muddatga kechiktirish, bo'lib-bo'lib to'lash yoki soliqni qaytarish shakli.

Soliq solishning soddalashtirilgan tartibi – kichik biznes sub'ektlarini rag'batlantirish maqsadida qo'llaniladigan soliqqa tortish tartibi.

Soliq stavkasi – soliqlarni hisoblashda soliq bazasining har bir birligi hisobiga to'g'ri keladigan soliq me'yori.

Soliq yuki – soliq to'lovchilarning muayyan davrda byudjetga to'langan soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarning yig'indisidir. Mamlakat miqyosida muayyan davrdagi barcha to'langan soliqlar va yig'implarning yalpi ichki mahsulotdagi salmog'i ham soliq yukini ifodalaydi.

Soliq yukini engillashtirish – soliqlarning foiz stavkalari kamaytirish va imtiyozlar yaratish.

Soliqlar – belgilangan va muayyan miqdorlarda undiriladigan, muntazam, qaytarib berilmaydigan va beg'araz xususiyatga ega bo'lgan, byudjetga yo'naltiriladigan majburiy pul to'lovlari tushuniladi.

Soliqlarni unifikatsiya qilish – soliq mexanizmini soddalashtirish maqsadida iqtisodiy mohiyati, soliqqa tortish ob'ekti o'xshash bo'lgan soliq turlarini bixillashtirish.

Talab – xaridor, iste'molchilarni bozorda muayyan tovarlarni, ne'matlarni sotib olish istagi; bozorga olib chiqilgan va pul imkoniyatlari bilan ta'minlangan ehtiyojlar.

Tannarx – mahsulot ishlab chiqarish va sotish uchun ketgan barcha xarajatlarning qiymati.

Tarkibiy o'zgarishlar – milliy iqtisodiyotning samarali va barqaror tarkibiy tuzilishini ta'minlash maqsadida uning tarmoq va sohalarini izchil ravishda o'zgartirib borish.

Tarkibiy o'zgarishlar o'z ichiga yangi tarmoqlarni barpo etish, ba'zilarini kengaytirish, ayrim samarasiz, istiqbolga ega bo'lmagan tarmoqlarni qisqartirish kabi chora-tadbirlarni oladi.

Tashqi qarz – mamlakat hukumati, moliya-kredit tashkilotlari, yirik korxonalarining boshqa mamlakatlar moliya-kredit muassasalaridan qarzga olgan moliyaviy mablag'larining jami hajmi.

Tashqi nodavlat qarzlar – mamlakatdagi xususiy shaxslar (moliya muassasalari, korxonalar va aholi) tomonidan boshqa mamlakatlar moliya-kredit muassasalaridan qarzga olgan moliyaviy mablag'larining jami hajmi.

Tashqi savdo – bir mamlakatning boshqa mamlakatlar bilan savdosi.

Tashqi savdo siyosati – bir mamlakatni boshqa mamlakatlar bilan olib borayotgan savdosi (eksporti va importi) borasidagi siyosati. Bunga teng huquqlilik va ikki tomonlama manfaat olish ko'zda tutiladi. Eksport va importning tovar tarkibi va geografik hajmiga asosan olib boriladi.

Telekommunikatsion infratuzilma – kompaniyaning telekommunikatsion infratuzilmasi – bu turli axborotlarni: avtomatlashgan boshqaruv tizimlari ma'lumotlari, elektron xabarlar, internet-grafika, turli fayllar hamda «ovoz» va video ko'rinishidagi axborotlarni uzatish vazifasini hal qiluvchi o'zaro aloqador tizimchalar majmuasidir.

Telekommunikatsiya – simli, radio, optik yoki boshqa elektromagnit tizimlardan foydalanib signal, belgi, matn, tasvir va tovushlarni yoki boshqa ko'rinishdagi axborotni uzatish, qabul qilish va unga ishlov berish jarayoni. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari asosida ma'lumotlarni masofadan uzatish jarayoni.

Tijorat banklari – sanoat va savdoni qisqa muddatli kreditlar bilan ta'minlash, shuningdek xususiy mijozlarga turli turdagi bank xizmatlarini ko'rsatishga ixtisoslashgan banklar.

Turmush darajasi – aholining zaruriy, moddiy va nomoddiy ne'matlar hamda xizmatlar bilan ta'minlanganlik hamda ularni iste'mol qilish darajasi.

To'g'ridan – to'g'ri investitsiyalar – bevosita mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish jarayonini tashkil etish yoki yanada kengaytirish maqsadida xorijiy sheriklar tomonidan uzoq muddatli kapital qo'yilmalar kiritish. To'g'ridan-to'g'ri investitsiyalar investorlarga mazkur ishlab chiqarish jarayonlari ustidan nazorat qilish imkonini beradi.

To'lov balansi – muayyan muddat davomida mamlakatning chet ellarga to'lagan va xuddi shu davr mobaynida mamlakatga chet eldan tushgan to'lovlar summalari nisbatini tavsiflaydi. To'lov turkumiga tashqi qarz, uning foizi, chetdan olingan tovarlar va xizmatlar haqi, xorijiy investitsiyalar, xorijda diplomatik ishlarni, iqtisodiy aloqalarni yuritish xarajatlari, fuqarolar va qo'shma korxonalarining chet elga pul o'tkazmalari va boshqalar kiradi.

Uzoq muddatli depozitlar – jismoniy va yuridik shaxslarning tijorat banklariga bir yildan ortiq muddatga qo'yilgan pul ko'rinishidagi jamg'arma va omonatlar.

Unifikatsiya – turli xildagi mahsulotlar, detallar, uzellar va boshqa qo'llaniladigan materiallar va texnologik jarayonlarni ratsional jihatdan bir xilligini ta'minlash.

Fermer xo'jaligi – ijaraga berilgan er uchastkalaridan foydalangan holda qishloq xo'jaligi tovar ishlab chiqarishi bilan shug'ullanuvchi mustaqil xo'jalik yurituvchi sub'ekt.

«Fitch Reytings», «Mudis», «Standart end Purs» xalqaro reyting kompaniyasi – faoliyati banklar, moliyaviy institutlar, investitsiya va aksionerlik kompaniyalarining

kredit layoqatini o'z vaqtida va aniq baholashga yo'naltirilgan xalqaro reyting agentliklari.

Fond bozori – qimmatli qog'ozlar va boshqa moliyaviy vositalarning oldi-sotdi jarayonlari amalga oshiriluvchi maxsus tashkillashtirilgan bozor.

Xalqaro valyuta jamg'armasi – xalqaro savdo va valyuta hamkorligini rivojlantirishga ta'sir ko'rsatish maqsadida 1944 yilda tashkil etilgan xalqaro valyuta-moliya tashkiloti. Xalqaro valyuta jamg'aramasi – a'zo davlatlar o'rtasida valyuta-kredit munosabatlarini tartibga solib turish va ularga to'lov balansining kamomadi bilan bog'liq valyutaviy qiyinchiliklar paytida chet el valyutasida qisqa va uzoq muddatli kreditlar berish yo'li bilan moliyaviy yordam ko'rsatish uchun mo'ljallangan hukumatlararo tashkilot. XVJ o'z amaliy faoliyatini 1947 yil 1 martdan boshlagan.

Xalqaro tashkilotlar – ularning har biri xalqaro siyosatda o'zlarining faoliyat maqsadlari yo'nalishlariga qarab, er yuzi taraqqiyotida egallab turgan mavqelariga qarab, umuman xalqaro siyosiy-amaliy munosabatlar jarayonida harakatlarga kirishadigan boshqa xalqaro tashkilotlar tizimidagi maqomlariga qarab ahamiyat kasb etadilar.

Xalqaro tranzit - xorijiy yuklarni jo'natish va qabul qilib olish punktlari berilgan mamlakat hududidan tashqarida bo'lishi shartida tashilishidir. Agar tovarlar bojxona omboriga joylashtirilmasdan tashilsa bevosita xalqaro tranzit, bojxona omboridan foydalanilsa – bilvosita xalqaro tranzit hisoblanadi.

Xizmat ko'rsatish sohasi – ijtimoiy ishlab chiqarishning moddiy-buyumlashgan ko'rinishga ega bo'lmagan iste'mol qiymatlarini yaratishga yo'naltirilgan sohalari. U o'z ichiga moddiy xizmatlar ko'rsatish (transport, aloqa, savdo, maishiy xizmat va boshqalar) hamda nomoddiy xizmatlar ko'rsatish (huquqiy maslahatlar berish, o'qitish, malaka oshirish va boshqalar)ni oladi.

Hozirgi iqtisodiy adabiyotlarda ko'proq investitsiyalar degan sinonim termin qo'llaniladi, to'g'ridan - to'g'ri investitsiyalar, real investitsiyalar va asosiy kapital kabi terminlar ham qo'llaniladi.

Xususiy tadbirkorlik – bu fuqarolar (alohida fuqarolar) tomonidan o'zlarining tavakkalchiliklari va mulkiy javobgarliklari ostida, shaxsiy daromad (foyda) olish maqsadida amaldagi qonunchilik doirasida amalga oshiriladigan tashabbuskor xo'jalik faoliyatidir.

Xususiy tashkilotlar – demokratik davlatlarda, individuallar va xususiy tashkilotlar mustaqil ish yuritishga harakat qiladi. Masalan, ro'znoma va oynomalar xususiy tarzda boshqariladi. Davlat maktablari bilan xususiy maktablar ham faoliyat ko'rsatadi. Ko'plab korxonalar xususiy tarzda boshqariladi. Britaniya, Shvetsiya va ko'plab davlatlarda (ya'ni demokratik davlatlarda) sanoat va xizmat ko'rsatishning ayrim tarmoqlariga davlatning o'zi egalik qiladi. Totalitar davlatlarda esa hukumatning o'zi aksariyat uyushmalar va tashkilotlarni shakllantiradi va nazorat qiladi. Bu davlatlarda odamlar davlatning ruxsatisiz biror-bir guruhga birlasha ham olmaydilar.

Shaxsiy daromad – jismoniy shaxslarning soliq to'lagunga qadar daromadi.

Shaxsni muntazam kamol toptirish – fuqarolik jamiyati asoslarini barpo etishning muhim sharti va tarkibiy qismi. Shaxsni rivojlantirish jarayonlari insonning salohiyat va maqsadlarini ro'yobga chiqarish borasida nafaqat davlat, jamiyat ta'siri, balki shaxsning o'z sa'y-xarakatlarini faollashtirishni ham taqozo etadi.

Eksport – tovarlar, xizmatlar, investitsiya, qimmatli qog'ozlar, texnologiyalar va boshqalarni tashqi bozorga chiqarish.

Emissiya – qog'oz pullarning g'aznaxonaga yoki boshqa davlat moliya organlari tomonidan muomalaga chiqarilishi; barcha shakldagi pul belgilarini muomalaga chiqarish.

Erkin industrial - iqtisodiy zona – mamlakat hududining xorijiy mamlakatlar tomonidan turli shakllardagi hamkorlikdagi tadbirkorlik bilan shug'ullanishlari uchun ruxsat etilgan qismi. Mazkur zonalarda maxsus imtiyozli shart-sharoitlar, jumladan, imtiyozli soliqlar, bojxona to'lovlari, ijara, viza olish, valyuta ayirboshlash, mehnatga yollashning qulay tartiblari belgilangan bo'ladi.

Erkin saylovlar – xalqqa o'z liderlarini tanlash huquqini hamda liderlar va xalqqa o'z fikrlarini bahsli masalalarda erkin bildirish huquqini beradi. Saylovlarda saylangan shaxslar chindan ham xalqning vakillari ekanligiga ishontirish uchun vaqti - vaqti bilan uchrashuvlar o'tkazib turadilar. Saylanish imkoniyati bunday vakillarni xalq fikr irodasiga e'tibor berishlarini kafolatlash uchun ko'mak bo'ladi.

Yagona soliq to'lovi – kichik biznes sub'ektlarini qo'llab-quvvatlash maqsadida turli solik va yig'imlar o'rniga soddalashtirilgan tartibda to'lanuvchi soliq turi.

Yalpi ichki mahsulot – mamlakatda bir yil davomida ishlab chiqarilgan jami pirovard mahsulot va xizmatlarning bozor qiymati.

Qonunlar, farmonlar, qarorlar va prezident I.A. Karimov asarlari.

1. Prezident Islom Karimovning O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilinganining 17 yilligiga bag'ishlangan tantanali marosimdagi ma'ruzasi. T: 5 dekabr 2009 yil
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Тадбиркорлик фаолиятини янада қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-1112-сонли Қарори 15 май 2009 й.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Иқтисодиётнинг реал сектори корхоналарини қўллаб-қувватлаш, уларни барқарор ишлашини таъминлаш ва экспорт салоҳиятини ошириш чора-тадбирлари дастури тўғрисида”ги ПФ-4058 сонли Фармони 28-ноябрь 2008 йил.
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Микрокредитбанк» акциядорлик тижорат банкининг тадбиркорлик субъектларини қўллаб-қувватлаш борасидаги фаолиятини янада кенгайтириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4051сонли фармони 10 ноябрь 2008 йил.
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Иқтисодий ночор корхоналарни тижорат банкларига сотиш тўғрисидаги тартибни тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-4010-сонли Фармони 19 ноябрь 2008 йил.
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Навоий вилоятида эркин индустриал – иқтисодий зона ташкил

этиш тўғрисида”ги ПФ-4027 сонли Фармони 3 декабрь 2008 й.

7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ички тармоқ ва тармоқлараро саноат кооперациясини янада кучайтириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-3057 сонли фармони 12 ноябрь 2007 йил.
8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Экспорт-импорт операцияларини тартибга солиш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-288-сонли Қарори 24 феврал 2006 й.
9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Тўғридан – тўғри хусусий хорижий инвестицияларни жалб этишни рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора – тадбирлар тўғрисида”ги Фармони. Тошкент шаҳри 2005 йил 11 апрель, Халқ сўзи, 2005 йил 12 апрель.
10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори. 2006-2010 йилларда Ўзбекистон Республикасида сервис ва хизмат кўрсатиш соҳаларини ривожланишини жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида. 2006 йил 17 апрель.
11. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. Т.: Шарқ, 2009, -56 б..
12. Каримов И.А. “Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби”. Президент Ислом Каримовнинг 2008 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якуналари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий

дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси. Халк сузи, 2009 йил, 14 феврал.

13. Каримов И.А. Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатимизни модернизация ва ислох этишдир. Т.: «Ўзбекистон», 2005. – 96 б.
14. Каримов И.А. Ўзбекистон демократик тараққиётнинг янги босқичида Т.: «Ўзбекистон», 2005. – 144 б.
15. И.А.Каримов. Ўзбекистон: миллий истиқлол, иқтисодиёт, сиёсат. Т: Ўзбекистон, 1996 й.

Darslik va o'quv qo'llanmalar

16. Б.Ходиев, А.Бекмуродов, У.Ғофуров, Б.Тухлиев. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг “Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари” номли асарини ўрганиш бўйича ўқув қўлланма. – Т.: Иқтисодиёт, 2009 й., 120 б.
17. Предпринимательство: учебник. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и др. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 735 с.
18. Qosimova M.S., Shodibekova D.A., Yusupov M.A, Samadov A. Kichik biznesni boshqarish //`O'quv qo'llanma , Toshkent 2005, 160 b.
19. Шодибекова Д.А. “Кичик бизнесни бошқариш” ўқув курсу бўйича таълим технологияси. Услубий қўлланма /“Иқтисодиёт таълимида ўқитиш технологияси” тўплами. - Т.:, ТГЭУ, 2006, 280 б.

20. Шодибекова Д.А. “Кичик бизнесни бошқариш” ўқув предметидан ўқув-услубий комплекс: Услубий қўлланма /“Иқтисодиёт таълимида ўқитиш технологияси” тўплами. - Т.: ТГЭУ, 2006, 204 б.

Statistik to'plam va internet veb saytlari.

21. Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмита маълумотлари.
22. Ўзбекистон Республикаси Тадбиркорликни қўллаб қувватлаш қўмитаси материаллари
23. International Financial Statistics – Сборник статистических материалов
24. <http://www.uza.uz.business>;
25. <http://www.press-service.uz>;
26. <http://www.oecd.org>; <http://www.unctad.org>;
27. <http://www.uza.uz/business/idl>; <http://www.wto.com>;
28. <http://www.mcdonald.org>; <http://www.wordbank.org>;
29. <http://www.nestle.com>; <http://www.imf.org>;

MUNDARIJA

KIRISH-.....	5
1-Bob: Kichik biznesning mohiyati va rivojlanishi.....	8
.....	8
1.1 Kichik biznes tushunchasi.....	9
.....	15
1.2. Кичик бизнесни ифодаловчи мезонлар.....	17
.....	17
13..Kichik biznes rivojlanish va unga ta'sir etuvchi omillar.....	18
.....	19
Qisqacha xulosa.....	19
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	20
Asosiy adabiyotlar.....	20
11-Bob: O'zbekistonda kichik biznesni shakillanishi	24
.....	24
2.1 Kichik biznesni rivojiani bosqichlari.....	27
.....	31
2.2. Kichik tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash shakllari va usullari.....	32
.....	32
2.3. O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishning ustivorliklari va ijtimoiy -iqtisodiy vazifalari	34
.....	34
2.4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik, xizmat ko'rsatish va servis, kasanachilik sohalarining rivojlanish holati.....	41
.....	44
Qisqacha xulosa.....	45
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	45
.....	46
Asosiy adabiyotlar.....	46
3-Bob: Rivojlangan davlatlar iqtisodiyotida kichik biznesni o'rni.....	47
.....	49
3.1.Yaponiya davlatli iqtisodiyotida kichik biznes.....	53
.....	54
3.2 Yevropa davlatlar iqtisodiyotida kichik biznesni rivojlantirish xusu-siyatlari.....	54
.....	56
3.3.Respublikada kichik biznesni rivojlantirish borasida jahon tajribalaridan foydalanish.....	56
.....	59
Qisqacha xulosa.....	59

TABLE OF CONTENTS

INTRODUCTION	5
Chapter1: Essence of small business and its development	8
1.1 Concept of small business	9
1.2 Conditions expressing small business.....	15
1.3 Development of small business and factors influencing it	17
Brief conclusions.....	17
Questions for discussion and control.....	18
Main literature.....	19
Chapter2: Formation of small business in Uzbekistan	20
2.1 Stages of development of the small business in Uzbekistan	24
2.2 Forms and methods of stimulation the small business by government.....	27
2.3 Socioeconomic tasks and advantages of development of small business in Uzbekistan	31
2.4 Conditions of development of the small business, private entrepreneurship, services and workmanship.....	32
Brief conclusions.....	34
Questions for discussion and control.....	34
Main literature.....	38
Chapter3: The role of small business in the economy of developed countries.....	41
3.1 Small business in state economy of Japan	44
3.2 Features of development of small business in economy of the European countries	45
	46
	46

3.3 Implementation of global experience in development of small business in the Republic.....	47
Brief conclusions.....	49
Questions for discussion and control.....	53
Main literature.....	54
Chapter4: Forms of small business entrepreneurship.....	54
4.1 Private entrepreneurship.....	56
4.2 Co-partnership enterprises.....	56
4.3 Small enterprises	59
Brief conclusions.....	65
Questions for discussion and control.....	72
Main literature.....	74
Chapter5: Difficulties appearing during registration, licensing, and certification of business entities	76
5.1 Order of the new enterprises creation.....	77
5.2 State registration of small business subjects.....	78
5.3 Measures simplifying the process of authorization the organization of enterprise subjects	78
5.4 The order of licensing the new enterprises	81
5.5 Certification of the small business subjects activities.....	83
Brief conclusions.....	84
Questions for discussion and control.....	84
Main literature.....	85
Chapter6: Planning of the small business activity.....	86
6.1 Strategic planning of the small business	87
6.2 Business project feasibility study	92

6.3 Search of financial sources	97
Chapter7: Business - plan of the small business enterprises.....	97
7.1 Influence and importance of the business - plan.....	98
7.2 Process of the business-plan's rework.....	99
7.3 The basic chapters of the business - plan	99
Brief conclusions.....	100
Questions for discussion and control.....	103
Main literature.....	105
Chapter8: Structures of the small business entrepreneurship	105
8.1 Structure of the small business management.....	106
8.2 Transformation of organizational structure of business enterprises	107
8.3 The modern organizational structure of small business.....	109
Chapter9: Small business management	112
9.1 Concepts of small business management	113
9.2 Features of small business management	113
Brief conclusions.....	115
Questions for discussion and control.....	115
Main literature.....	118
Chapter10: Personnel policy and HRM in small business.....	119
10.1 Personnel policy and HRM	122
10.2 Manpower deployment	123
10.3 Distribution of duties on posts	123
10.4 Personnel disobedience and staff reduction.....	124
Brief conclusions.....	125
Questions for discussion and control.....	125

Main literature.....	126
Chapter11: Management psychology in small business.....	127
11.1 Moral concepts of business and entrepreneurship ethics	129
11.2 Formation of personal features of an entrepreneur.....	129
11.3 Relations between partners and friends.....	130
Brief conclusions.....	131
Questions for discussion and control.....	131
Main literature.....	132
Chapter12: Gathering of information on small business.....	135
12.1 Gathering and analysis of the information	137
12.2 Trade secret – guarantees the benefit growth.....	137
12.3 Secret information.....	138
Brief conclusions.....	139
Questions for discussion and control.....	139
Main literature.....	140
Chapter13: Financing small business and provision with credit...	143
13.1 Effect of financial resources and the financial capital	146
13.2 Sources of financial resources in small business	147
13.3 Forms of crediting in small business	148
13.4 A role of banks in financing small business	149
Brief conclusions.....	150
Questions for discussion and control.....	150
Main literature.....	152
Chapter14: Crediting of small business	154
14.1 Features of crediting small business	157
14.2 Credit means and order of crediting.....	157

14.3 Forms of crediting of small business.....	158
Brief conclusions.....	159
Questions for discussion and control.....	159
Main literature.....	160
	164
Chapter15: Taxation of small business enterprises	166
15.1. Taxation of small business entities	168
15.2. Order of implementation of simplified taxation system for small business and entrepreneurs.....	168
	169
15.3. Order of taxation for small enterprises.....	170
15.4. Measures on reduction of tax burden for the economy....	170
Brief conclusions.....	172
Questions for discussion and control.....	176
Main literature.....	178
Chapter16: Foreign trade activities of small business entities ...	179
16.1 The role of foreign trade activities in productivity increase of small business enterprises.....	179
	181
16.2 Factors of foreign trade activities realization by small business enterprises.....	181
	182
16.3 The basic ways of small business productivity increase ...	184
Brief conclusions.....	188
Questions for discussion and control.....	189
Main literature.....	192
Chapter17 Choosing the proper place for small business enterprises	192
	193
	194

17.1. Importance of choosing the proper place for small business enterprises	194
17.2. Factors of placement the retail trade	196
17.3. Opportunities of building choosing for the retail trade	201
17.4 Features of choosing the place for the wholesale traders. ...	205
17.5 Features of choosing the place for the services.....	206
Brief conclusions.....	207
Questions for discussion and control.....	208
Main literature.....	210
Chapter 18: System of franchising in small business	211
18.1 Concept of franchising	212
18.2 Estimation of existing business purchasing appropriateness ...	213
18.3 Opening of new business or franchising.....	213
Brief conclusions.....	214
Questions for discussion and control.....	214
Main literature.....	216
Chapter19: Life cycles of small business	217
19.1 Life cycle of small business ...	219
19.2 The successful organization of life cycle of small business enterprises	221
19.3 Maintenance of the financial adaptation of small business enterprises.....	221
Brief conclusions.....	222
Questions for discussion and control.....	223
	224
	226

Main literature.....	228
Chapter 20: Bankruptcy in small business	228
20.1 Bankruptcy - objective process of competitive struggle ...	229
20.2 Factors influencing completion of small business enterprises' activity.....	
20.3 The reasons of the crisis of small business enterprises	
20.4 Conditions for completion and reorganization of business entity subjects in small business.....	
Brief conclusions.....	230
Questions for discussion and control.....	230
Main literature.....	232
Chapter 21: Marketing in small business	
21.1 The aims and tasks of marketing in small business ...	233
21.2 Formation of strategy of adaptation to the market.....	
21.3 Types of the organizational structures of marketing departments small business	235 236
Brief conclusions.....	236
Questions for discussion and control.....	236
Main literature.....	237
Chapter 22: The role of market infrastructure in development of small business.....	237 239
22.1 A market infrastructure of small business	
22.2 Importance and features of a small business infrastructure ...	240
22.3 Level of provision of small enterprises with infrastructure objects.....	241
	242

22.4 Problems of market infrastructure creation	242
and measures on their solution	242
Brief conclusions.....	243
Questions for discussion and control.....	243
Main literature.....	244
Chapter 23: Risk in small business ...	
23.1 Conditions of entrepreneurship and economic risks...	248
23.2 Ways of risk estimation.....	
23.3 Factors influencing the choice of decisions	250
related to the risk elements and their realization.....	253
23.4 Insurance of some economic risk in small business ...	253
Brief conclusions.....	257
Questions for discussion and control.....	257
Main literature.....	258
Chapter 24: Innovational activity in small business.....	262
24.1 Importance of innovational activity.....	
24.2 Organizational and legal forms of innovation	
24.3 Foreign experience used in the Republic	
Of Uzbekistan while development of innovational	264
entrepreneurship.....	267
24.4 Factors of innovational entrepreneurship	268
development in the Republic of Uzbekistan.....	268
Brief conclusions.....	269
Questions for discussion and control.....	296
Main literature.....	297

GLOSSARY

LIST OF LITERATURE.....

LIST OF CONTENTS.....

Shodibekova Dildor Abduraxmanovna.©

Kichik biznesni boshqarish

O'quv qo'llanma 2 -nashr, qayta ishlangan

Nashr uchun mas'ul:

O'zbekistan yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi
direktorii Qurbonmurod Jumaev

Muxarrir: Faxriddin Xaitov

Musavvir va texnik muxarrir:

Akbarali mamasoliev

Nodir Ortiqov

Terishga berildi 10.01.10 y. Bosishga ruxsat etildi 20.05.10y

Qog'oz formasi 60+84

Ofis bosma usulida bosildi. Nashr bosma tobog'i 17.5. Nusxasi 500.

Buyurtma № 175

O'zbekistan yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi
nashriyoti, 700000,

J. Neru ko'chasi 1-uy.

“AVTO-NASHR” sho'ba korxonasi bosmaxonasida chop qilindi
700005, Toshkent shaxri, 8 mart ko'chasi, 57-uy.