

X.S. ASATULLAYEV
B.O.TURSUNOV
M.A. MAMANAZAROV

KORXONALARNI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASI



1500
152
**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA
MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI**

TOSHKENT MOLIYA INSTITUTI

**X.S. ASATULLAYEV, B.O.TURSUNOV,
M.A. MAMANAZAROV**

**KORXONALARNI RIVOJLANTIRISH
STRATEGIYASI**

*O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus
ta‘lim vazirligi tomonidan darslik
sifatida tavsiya etilgan*

760615

**TOSHKENT
“IQTISOD-MOLIYA”
2019**

UO‘K: 334.7:330.34(075.8)

KBK: 65272 (o) ya73

Taqrizchilar: *i.f.d., prof. F. Nazarova*
i.f.d., prof. A. Qodirov

Tahrir jamoasi: *i.f.d., dot. U. Azizov*
i.f.d., prof. T. Jo‘rayev

Korxonalarni rivojlantirish strategiyasi Darslik / X.S. Asatullayev, B.O.Tursunov, M.A. Mamanazarov; –T.: “Iqtisod-Moliya”, 2019. – 524 b.

Ushbu darslik O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligi tomonidan tasdiqlangan 5A230102-Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo‘yicha) magistratura mutaxassisligi malaka talablari asosida yozilgan.

Darslikni tayyorlash jarayonida mamlakatimizda ta‘lim tizimini takomillashtirish bilan bog‘liq qonunchilik va kadrlar tayyorlash milliy dasturi dairasida belgilangan vazifalarga alohida e‘tibor qaratilgan. Shuningdek, faoliyatiga doir qonunchilik asoslari, korxonalar faoliyatini strategik rivojlantirishning davlat dasturlari va mazkur jarayonda tajribalarning o‘rni bilan bog‘liq jarayonlardan kelib chiqqan holda korxonalarni rivojlantirishning strategik yo‘nalishlari ilmiy-nazariy jihatdan tadqiq etilgan.

Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida tarmoqlar va korxonalar faoliyatida sodir bo‘layotgan ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlar doirasida tegishli tahlillar amalga oshirilgan holda real sektor tarmoqlarida faoliyat ko‘rsatayotgan korxonalarni istiqbolli rivojlantirish yo‘nalishlari konseptual asoslari shakllantirilgan. Darslikning VI-VII boblari mustaqil tadqiqotchi J.I.Nasriddinov bilan hammualliflikda tayyarlangan.

UO‘K: 334.7:330.34(075.8)

KBK: 65272 (o) ya73

ISBN 978-9943-13-864-3

© X.S.Asatullayev, B.O.Tursunov,
M.A.Mamanazarov, 2019

© “IQTISOD-MOLIYA”, 2019

KIRISH

Bugungi kunda boshqaruvchilar innovatsion taraqqiyotning global o'zgarishlariga, jumladan ijtimoiy, texnologik va iqtisodiy tarkibiy o'zgarishlariga to'qnash kelmoqdalar. Bu o'z navbatida, korxonani rivojlantirishda boshqaruvchilik sohasidagi hali ko'plab o'rganilmagan strategiyalarni va jahon taraqqiyotidagi taraqqiyotga eltuvchi jarayonlarni chuqur o'rganishni taqozo etmoqda. Global o'zgarishlarga javoban iqtisodchi olimlar, yirik mutaxassislar va amaliyotchi menejerlar bunday tarkibiy o'zgarishlarga ta'sir etuvchi korxonani rivojlantirish bo'yicha innovatsion strategiyalarni topishga urinishmoqda.

Muhtaram Prezidentimiz Sh.M. Mirziyoyev rahbarhida ishlab chiqilgan O'zbekiston Respublikasini 2017–2021- yillarda rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi o'tgan yillar davomida mamlakatimiz erishgan yutuqlar, tarixiy tajribalarni umumlashtirib, hozirgi kunda davrning o'zi oldimizga qo'yayotgan dolzarb masalalarni hisobga olib, keyingi besh yilga va undan keyingi davrga mo'ljallangan tarixiy taraqqiyotning yangi ufqlarini ochib bermoqda. O'z mohiyatiga ko'ra "Harakatlar strategiyasi" O'zbekistonni rivojlanishning yangi bosqichiga ko'tarishini ta'minlaydi. Xalqimiz o'rtasida "Harakatlar strategiyasi" degan nom bilan tobora mashhur bo'lib, uning hayotiga chuqur kirib borayotgan mazkur dasturning har bir yo'nalishi va bandi, uning ajralmas qismi bo'lgan "Faol tadbirkorlik, innovatsion g'oyalar va texnologiyalarni qo'llab-quvvatlash yili" davlat dasturining samarali amalga oshirilishi har birimizning mazkur jarayonda ongli va vatanparvar fuqaro, shu yurtning fidoyi farzandi sifatida faol ishtirok etishimizga bevosita bog'liqdir. Buning uchun esa eng avvalo, Harakatlar strategiyasining ma'no-mazmunini, uning har bir yo'nalishi bo'yicha qo'yilayotgan amaliy va dolzarb vazifalarini chuqur tushunib olishimiz kerak. Ma'lumki, korxonani rivojlantirishning turli yo'nalishlari va strategik modellari mavjud. Bizning mamlakatimizda faoliyat rivojlanishning ilm sig'imdorligi yuqori bo'lgan, kashfiyotlar, ixtirolar, yuqori texnologiyalar, innovatsion g'oyalarga qurilgan intensiv yo'lni tanlab olgan. Shunday ekan, bo'lajak tadqiqotchilar, magistrlar uchun bugungi kunda eng dolzarb bo'lgan korxonalarni rivojlantirishning turli modellari va strategiyalarini mukammal o'rgatish hamda uning jahon tan

olgan nazariyalarini ular ongiga singdirish fikrimizcha ancha dolzarb masalalar sirasiga kiradi hech bir mubolag'a bo'lmaydi.

Ta'kidlash joizki, oliy ta'lim tizimidagi tub islohotlarning asl maqsadi ham bugungi kunda iste'molchi kadrlar uchun jahon durdonalarini mukammal tushunadigan hamda korxonalarni innovatsion rivojlantirish strategiyasi sari ildam qadam tashlashga yetaklaydigan kadrlarga bo'lgan ehtiyoji tobora ortib bormoqda. Bu o'z navbatida ana shu maqsadni amalga oshirishga sobitqadamlik bilan bel bog'laydigan hamda kamarbasta bo'ladigan adabiyotlarning yetishmasligi va talabga javob bermasligi achinarli holdir.

Bu borada Muhtaram Prezidentimiz Sh.Mirziyoyev ta'kidlab o'tganlaridek, "kitoblarni chop etish va tarqatishdagi muammolarni hal qilishdir. Bu o'rinda gap, eng avvalo, yoshlar va ahoh o'rtasida mamlakatimizning boy tarixini, uning betakror madaniyati va milliy qadriyatlarini keng targ'ib qilish, jahon ilm-fani va adabiyoti yutuqlarini yetkazish uchun zarur muhit va shart-sharoit yaratish haqida bormoqda"¹.

Jamiyatda yuzaga keladigan iqtisodiy qonunlarni bilish va ularning amal qilishiga ongli munosabatda bo'lishda, mamlakatni demokratlashtirish va iqtisodiyotda faoliyat yuritayotgan korxonalarni zamonaviy, innovatsion bozor tamoyillari asosidagi strategiyalarini mazmun-mohiyatini tushunish uchun zarur bo'lgan bilimlarni berishda "Korxonalarni rivojlantirish strategiyasi" fanining roli beqiyosdir. Bugungi kunda yosh avlodda bunyodkorlik g'oyalarni shakllantirish, ularning ilmiy dunyoqarashini kengaytirish, iqtisodiy madaniyatini oshirish hamda jahondagi yetuk kompaniyalarni rivojlantirish modellarini o'rgatish kabi muhim vazifalarni bajarish orqali mazkur fanning ahamiyati tobora oshib bormoqda.

Ushbu ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni tezroq hal qilish, ularning yechimini izlab topish, milliy istiqloq mafkurasining mazmunini va xususiyatlarini tushunish ko'p jihatdan rivojlantirish modellari sirlarini, ayniqsa, korxonalarni rivojlantirish strategiyasi mazmunini, uning jahon talablari va xususiyatlarini, qonun-qoidalarini, amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlarni yanada chuqurlashtirish, iqtisodiyotni erkinlashtirish, tarkibiy o'zgartirish, modernizatsiyalash va diversifikat-siyalashdagi maqsadi va mohiyatini chuqurroq bilishlariga bog'liqdir.

¹ Sh M. Mirziyoyev Tanqidiy tahlil. qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. Mamlakatimizning 2016 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017-yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma'ruza. 2017-yil 14-yanvar. – Toshkent "O'zbekiston", 2017.

Barkamol shaxsni shakllantirishda uning ma'naviyati, ehtiyojlari va manfaatlari o'rtasidagi muhim mutanosiblikni to'g'ri baholay olish hamda shaxsning moddiy ehtiyojlari va manfaatlarini yuksak ma'naviyat me'yorlari orqali mushohada etish nihoyatda zarurdir. Bu jarayonni Birinchi Prezidentimiz I.A.Karimov quyidagicha ifodalaydilar: "Insonga xos orzu-intilishlarni ro'yobga chiqarish, uning ongli hayot kechirishi uchun zarur bo'lgan moddiy va ma'naviy olamni bamisoli parvoz qilayotgan qushning ikki qanotiga qiyoslasak... o'rinli bo'ladi"².

Biz orzu qilgan yuksak ma'naviyatli shaxsning belgi va jihatlari tarkibida uning iqtisodiy bilim va madaniyatini belgilovchi fazilatlar ham alohida o'rin tutadi. Shunday ekan, zamonaviy bozor iqtisodiyotiga o'tish davrida jahon andozalariga mos ravishdagi adabiyotlarni yaratish hamda unib kelayotgan yosh avlodga singdirish muhim hisoblanadi.

Mazkur darslikni tayyorlashda hozirgi zamon strategiyalari, modellarning asosiy g'oyalarini tanqidiy o'rganib, ularning keraklisini olishga harakat qilingan. Darslikda mustaqil rivojlanayotgan Vatanimizning innovatsion rivojlanish sari harakat qilinayotganligi va bu sharoitda yashashimiz, faoliyat ko'rsatishimiz, iqtisodiy munosabatda bo'lishimizni hisobga olib, korxonalarni qay yo'sinda rivojlantirish, muhim strategik qarorlar qabul qilishimiz kabi muammolarini batafsilroq yoritishga harakat qilingan.

Darslikni tayyorlashda dialektik, ilmiy asbtraksiya, tahlil va sintez, tarixiylik va mantiqiylikning birligi va boshqa qator ilmiy usullardan foydalanilgan. Bunda ayniqsa, har bir iqtisodiy voqea, hodisa, jarayon va tushunchalar bir-biriga qarama-qarshi bo'lgan ikki tomon birligidan iborat deb qaralib, ikki tomonlama tahlil usuli kengroq qo'llanilgan va shu yo'l bilan yoritilayotgan masalaning asl mohiyatini tushunish osonlashtirilgan. Asosiy iqtisodiy tushunchalarni soddaroq qilib, oddiy tilda misollar, jadvallar, grafiklar asosida tushuntirishga harakat qilingan.

Ushbu darslik iqtisodiyot mutaxassisligidagi magistrlar uchun yaratilgan davlat standarti, malaka talablari bo'yicha tuzilgan va Respublika muvofiqlashtirish komissiyasi tomonidan tavsiya etilgan yangi dastur asosida yozilgan. Unda namunaviy dasturdagi barcha mavzular qamrab olingan, ko'pgina materiallar imkon darajasida qisqartirib berilgan. Shuning uchun matnda kamchilik va munozarali jihatlar ham bo'lishi mumkin.

Darslikni tayyorlashda ta'limning yangi innovatsion, pedagogik va axborot texnologiyalari talablari va xususiyatlari hisobga olingan hamda

² I.A. Karimov Yuksak ma'naviyat – yengilmas kuch. – T.: "Ma'naviyat", 2008, 67-b.

har bir bobdan keyin xulosalar, asosiy tayanch tushunchalar va atamalar, shuningdek, takrorlash va munozara uchun savollar ham berilgan.

Korxonalarni rivojlantirish strategiyasi bo'yicha mazkur darslik asosan 5A230102-Iqtisodiyot mutaxassisligi magistrantlari uchun mo'ljallangan bo'lib, undan shu sohaga qiziquvchi barcha kitobxonlar ham foydalanishi mumkin.

Mualliflar darslikning tuzilishi, mazmuni, muammolarning bayon qilinish tartibi va uslubi bo'yicha bildirilgan har qanday taklif-mulohazalarni minnatdorchilik bilan qabul qiladilar va keyingi o'quv qo'llanma, darsliklar tayyorlashda hisobga oladilar.

I bob. “KORXONALARNI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASI” FANING PREDMETI VA VAZIFALARI

Mazkur bobda “Korxonalarni rivojlantirish strategiyasi” fanining predmeti va vazifalari, o‘zaro iqtisodiy fanlar bilan aloqadorligi, faning bozor islohotlariga xos vazifalari, O‘zbekiston Respublikasida korxonada faoliyati qonunchilik asoslari bilan bog‘liq masalalar o‘rganilgan.

1.1. “Korxonalarni rivojlantirish strategiyasi” – fan va o‘quv kursi sifatida.

1.2. Kursning tuzilishi va uning iqtisodiy fanlar tizimida tutgan o‘rni hamda boshqa o‘quv fanlari bilan bog‘liqligi.

1.3. Kursning bozor iqtisodiyoti sharoitiga va islohotlar talabiga xos vazifalari.

1.4. O‘zbekistonda korxonalarni rivojlantirish to‘g‘risidagi qonunlar, farmonlar va nizomlar.

1.1. “Korxonalarni rivojlantirish strategiyasi” – fan va o‘quv kursi sifatida

Iqtisodiyot fanlari va amaliyot xo‘jalikni oqilona samarali boshqarish uchun unga mos xo‘jalik yuritish mexanizmini ishlab chiqqan. Unga mos iqtisodiy dastaklar (baho, soliq, foyda, kredit, ish haqi kabilar), kategoriyalar, ko‘rsatkichlar, usullarni (iqtisodiy yoki ma‘muriy usullar, rejalar, normallashtirish kabilar) xo‘jalik yurituvchilar o‘z maqsadlariga muvofiq boshqaruv jarayonlarida ishlatadilar.

Korxonalarni rivojlantirish strategiyasi fani yuqorida keltirilganlarni mazmuni va mohiyatini ochib beradi, ularni xo‘jalikni boshqarish uchun ishlatish shakl va usullarini o‘rgatadi. Korxonada faoliyatida jamiyatning rivojlanish iqtisodiy qonunlarini ko‘rinishi shakllari o‘z aksini topadi.

Korxonani boshqarish asosida iqtisodiy qonunlar talablari subyektiv holda ko‘ra bilish va unga asosan qarorlar qabul qilish zarur bo‘ladi. Masalan: iqtisodiy qonunlardan biri mehnat unumdorligini ish haqiga nisbatan tezroq o‘shiradi. Bu qonunning talabi buzilsa pul muomalasini

muvozanati buzilishiga olib kelishi, ortiqchilik pul vujudga kelishi, tovarlar defitsiti paydo bo'lishi kabi hodisalar vujudga kelishi muqarrardir.

“Korxonalarni rivojlantirish strategiyasi” – aholi va xalq xo'jaligi uchun zarur bo'lgan mahsulot ishlab chiqarish, ish bajarish va xizmat ko'rsatishning ijtimoiy-iqtisodiy va ma'muriy-xo'jalik mexanizmlarini o'rganuvchi va ochib beruvchi fandir. U tabiat va jamiyatning muayyan ishlab chiqarish sharoitlarida rivojlanishining obyektiv qonunlari namoyon bo'lishi va amal qilishiga, Shuningdek, korxonalar faohyatiga bevosita va bilvosita ta'sir ko'rsatuvchi davlat miqyosida qabul qilinuvchi qoida, normativ va qonun hujjatlariga tayanadi.

Hozirgi kunda korxonalarni rivojlantirish strategiyasiga bo'lgan qiziqish sezilarli ravishda o'sgan. Gap shundaki, bozor iqtisodiyoti sharoitida yangi huquqiy-tashkiliy shakldagi korxonalar, xomashyo, material va asbob-uskuna yetkazib beruvchilar, shuningdek, bevosita mahsulot yoki tovar iste'molchilari (xaridorlar) bilan yangicha iqtisodiy munosabatlar vujudga kelib, rivojlanib bormoqda. Bundan tashqari, korxonalar, bu – avvalo ishlab chiqarish jamoa, odamlarning turli tarzdagi faoliyati bo'lib, ular o'rtasidagi o'zaro munosabatlar tizimi yuzaga keladi hamda ma'lum bir turmush-tarzi, ma'naviyat va axloq normalari shakllanadi. Bularning barchasi xo'jalik yuritish shakli va usullarini qayta ko'rib chiqish, korxonaning iqtisodiyot rivojlanishidagi o'rni va roliga yangicha yondashishni talab qiladi.

Bugungi kunda aksar korxonalar aksiyadorlik jamiyatlari, xolding va moliya-sanoat guruhlarini tuzish yo'lidan bormoqda. Davlat korxonalarining tashabbuskorligi, ijodiy izlanish va tadbirkorligi uchun keng yo'l ochib, ularning ishlab chiqarish funksiyalarini rejali iqtisodiyot davridagi kabi nazorat, limit va qattiq normalalar bilan cheklab qo'yayotgani yo'q. Ya'ni qonunda taqiqlab qo'yilgan hollardan tashqari barcha holatlarda mustaqil xo'jalik faoliyati va erkinligi zamonaviy korxonalar faoliyatining eng asosiy xususiyati bo'lib, mazkur o'quv qo'llanmada ko'rib chiqiladigan barcha masalalar ushbu asosda yuzaga kelgan. Biroq bozor iqtisodiyoti avtomatik ravishda muvaffaqiyat va to'kinlikni ta'minlab beradi, davlat esa barcha korxonalar faoliyatiga umuman aralashmaydi, deb o'ylash mutlaqo xato bo'lar edi.

Davlat iqtisodiyotning asosiy islohotchisi bo'lib kelgan va hozir ham shundayligicha qoladi. Davlat o'z zimmasidan ma'muriy-buyruqbozlik funksiyalarinigina soqit qilib, maxsus iqtisodiy ta'sir choralari yordamida iqtisodiyotni nazorat qilish va boshqaruv funksiyalarini, Shuningdek, iqtisodiyotning xo'jalik yurituvchi subyektlarning to'g'ri-

dan to'g'ri majburiyatiga kirmaydigan hamda ularning qo'lidan kelmaydigan sohalarini rivojlanitirishdagi ishtirokini saqlab qolgan. Ma'lumki, iqtisodiyot jamiyat holatini, ishlab chiqarish kuchlaridan foydalanish va ularning rivojlanish darajasini, fan-texnika taraqqiyoti yutuqlaridan foydalanishni, odamlarning madaniyati, ma'lumoti darajasi va hokazolarni aks ettiradi.

“Korxonalarni rivojlantirish strategiyasi” bilimlarning mustaqil sohasi va iqtisodiyot fanining tarkibiy qismi sifatida masalaning aynan shu tomoniga ko'proq e'tibor qaratadi. Jamiyat uchun zarur bo'lgan moddiy boyliklardan tashqari milliy daromadning ham asosiy qismi aynan korxonalarda ishlab chiqarilishi sababli korxonalar iqtisodiyotining holati butun xalq xo'jaligiga to'g'ridan to'g'ri ta'sir ko'rsatadi, deb hisoblanadi.

Korxonaga qaysi tarmoqqa mansubligi va mulk shaklidan qat'i nazar qanchalik yaxshi va samarali ishlasa, iqtisodiyot ko'rsatkichlari hamda aholining turmush-tarzi shunchalik yuqori bo'ladi. Bunday sharoitlarda xo'jalik amaliyoti va fan oldiga **birinchi o'rinda** har bir korxonaga, to'g'rirog'i, ishlab chiqarishda qatnashuvchi butun jamoaning bozor munosabatlariga asoslangan hozirgi iqtisodiyotning rivojlanish tendensiyalari va qonunlarini, avvalo, uning asosiy ko'rsatkichlari - talab va taklif tushunchalarini bilishi va to'g'ri tushunishi, **ikkinchidan**, milliy iqtisodiyotning rivojlanishi va mamlakatni rivojlangan davlatlar qatoriga qo'shilishida o'z hissasini qo'shishi, **uchinchidan esa**, ishlab chiqarishning har bir bo'g'inida yuqori samara va sifat ko'rsatkichlariga erishish masalasi qo'yiladi.

Iqtisodiyotning rivojlanishiga kerakli bilim va ko'nikmalarni, mablag' va kuchlarni kiritmasdan turib korxonaga ham, jamiyat ham rivojlangan iqtisodiyotni hamda moddiy ne'matlarning to'kinligi va turmush-tarzining yuqoriligini talab qila olmaydi.

1.2. Kursning tuzilishi va uning iqtisodiy fanlar tizimida tutgan o'rni hamda hoshqa o'quv fanlari bilan bog'liqligi

Hozirgi kunda bozor iqtisodiyoti ishlab chiqarish kuchlarining rivojlanishi va korxonalarining mustaqil faoliyat ko'rsatishlariga keng imkoniyatlar ochib berish bilan birga kadrlarga, ularning bilimlari, ko'nikmalari va malakalariga katta talablar qo'ymoqda. Bir tomondan fan-texnika taraqqiyoti, ikkinchi tomondan esa bozor munosabatlari va

raqobatchilikning rivojlanib borish sharoitlarida mehnat bozorida faqatgina zamonaviy korxonalar iqtisodiyotini yaxshi biluvchi, uning balansini to'g'ri tushunuvchi, biznes-reja ishlab chiqarishga qodir, investitsion va boshqa xo'jalik faoliyati bilan bog'liq bo'lgan qarorlarni qabul qilishni to'g'ri amalga oshiruvchi mutaxassislar muvaffaqiyatga erishishi mumkin. Bundan ko'rinib turibdiki, asosiy e'tibor korxonalar mablag'lari va to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalar hajmi ko'lamini oshirish va buning natijasida ishlab chiqarishning texnika va texnologik quvvatlarini modernizatsiyalash, mehnat unumdorligini oshirish orqali aholining yuqori daromad olishiga erishish, bularning oqibatida esa, mamlakat farovonligini yuksaltirish maqsad etib qo'yilgan.

“Korxonalar rivojlantirish strategiyasi” fan sifatida boshqa iqtisodiy fanlar bilan, jumladan, “Iqtisodiy nazariya”, “Mikro va makroiqtisodiyot”, “Sanoat iqtisodiyoti”, “Lizing”, “Korxonalarda ishlab chiqarishni tashkil qilish”, “Xomashyo yetkazib berish va mahsulotni sotishni o'rganish” bilan chambarchas bog'liq bo'lib, unda korxonalar tashkiliy tuzilmasidan tashqari joriy va istiqboldagi ishlab chiqarishni rejalashtirish, mehnat iqtisodiyoti va sotsiologiyasi o'rganiladi hamda mehnatni tashkil qilish va haq to'lashning asoslari ishlab chiqiladi.

“Korxonalar rivojlantirish strategiyasi” korxonalar faoliyati va butun xalq xo'jaligi rivojlanishining miqdor ko'rsatkichlarini sifat ko'rsatkichlaridan ajralmagan holda o'rganuvchi “Iqtisodiy statistika” bilan, Shuningdek, joriy va istiqboldagi ishlab chiqarishni hamda ishlab chiqarish texnologiyalarini rivojlantirish uchun zarur bo'lgan “Korxonalar xo'jalik faoliyatining tahlili” bilan ham bog'liq. Gap shundaki, korxonalar hayotida ro'y berayotgan iqtisodiy jarayonlarni texnika va texnologiyalarni bilmasdan o'rganishning iloji yo'q. Fan-texnika taraqqiyoti sharoitlarida texnika va texnologiyada jadal sur'at bilan yuz berayotgan o'zgarishlar nafaqat ishlab chiqarish xususiyatlarida, balki ayirboshlash, taqsimlash va iste'mol qilish hamda ishlab chiqarishning iqtisodiy natijalarida ham aks etadi va shu sababli mazkur fanni o'rganishda hisobga olinmasligi mumkin emas.

Mazkur fanning “Korxonalar xo'jalik faoliyatining tahlili” fani bilan o'zaro aloqasini alohida ko'rsatib o'tish kerak. Bunda ishlab chiqarishning moliyaviy va boshqa jihatlariga baho berish, zaxiralarni aniqlashdan tashqari, bashoratlash yordamida korxonalar rivojlanishining istiqbollari aniqlanadi.

1.3. Kursning bozor iqtisodiyoti sharoitiga va islohotlar talabiga xos vazifalari

Korxonalarni rivojlantirish strategiyasi fani- korxonaning istiqbol maqsadi va imkoniyatini xodimlar manfaati bilan uyg'unlashtirishni nazarda tutuvchi uzoq muddatli boshqaruv usullarini o'rganishni talab etadi. Boshqacha qilib aytganda, strategik boshqaruv strategik maqsadni amalga oshirishga yo'naltirilgan boshqaruv faoliyatidir. Strategik boshqaruv usulining paydo bo'lishi va amahyotga qo'llanilish zaruriyati obyektiv sabablar bilan bog'liq bo'lib, bunda eng avvalo, korxonaga ta'sir qiluvchi tashqi muhitning o'zgaruvchanligi muhim o'rin tutadi. Bu usulning rivojlanishi bir necha bosqichni o'z ichiga oladi.

Ijroni nazorat qilish asosida boshqarish usuli. Bu bosqichda korxonada o'zgarishlarga nisbatan aks ta'sir voqea sodir bo'lgandan so'ng yuzaga keladi. Bu reaktiv moslashuv bo'lib, zamon bilan birga qadam tashlamaydigan rahbarlarga xos. Ammo tez sur'at bilan sodir bo'ladigan o'zgarishlar sharoitida bunday usul hech ham qo'l kelmaydi.

Ekstropoliya asosida boshqarish usuli. Bunda o'zgarish sur'ati tezlashadi. Ammo istiqbolni faqat o'tgan davr o'zgarishlari tendensiyasiga asoslanib ekstropoliya qilish yo'li bilan belgilash mumkin. Hozirgi bozor iqtisodiyoti davrida bu usul ham unchalik qo'l kelmaydi. Chunki bozor iqtisodiyoti kelajakni o'rganishni, oldindan bozorni o'rganib, keyin mahsulot ishlab chiqarishni talab etadi. O'zgarishlarni oldindan bashorat qilish asosida boshqarish usuli. Bu usul o'zgarishlar sur'ati tezlashib, kutilmagan hodisa sodir bo'lishini nazarda tutib ishlab chiqilgan strategiyani belgilash yordamida amalga oshiriladi. Bu bozor iqtisodiyotiga mos boshqarish usuli bo'lib, ishlab chiqarishni marketing asosida tashkil etishni talab etadi.

Shoshilinch ixcham qarorlarni qabul qilish asosida boshqarish usuli. Bunday usul bozor talablariga javoban korxonada faoliyatini tezkorlik bilan o'zlashtirish lozim bo'lgan hollarda qo'llaniladi. Bugun bozor munosabatlari barcha sohalarga shiddat bilan kirib kelayapti. Bunday sharoitda turli-tuman vazifalar favqulodda paydo bo'lishi tabiiy. Ular faqat uzoqni ko'zlamagan holda rejalashtiriladi va boshqarish amalga oshiriladi. Bu usul, ayniqsa korxonada muayyan inqirozga uchraganda ayrim muammolarga duch kelganda qo'l keladi.

Korxonalarni rivojlantirish strategiyasi strategik modellar qo'llanilganda asosan istiqbol rejasiga ahamiyat berish kerak. Uning juda muhim va zarurligi quyidagilar bilan izohlanadi:

- korxonaning aniq maqsadini belgilashga va shakllantirishga imkon beradi;
- korxonaning tashqi muhitiga moslashishga yordam beradi;
- samarali boshqarish tarkibi va tizimini yaratishiga imkon yaratadi;
- korxonada tarkibidagi barcha bo'g'inlar faoliyatini muvofiqlashtirishga sharoit tug'diradi;
- korxonaning barcha resurslarini, ya'ni ishchi kuchi, aylanma mablag' va asosiy fondlarning samarali taqsimotini ta'minlaydi va hokazo.

1.4. O'zbekistonda korxonalarni rivojlantirish to'g'risidagi qonunlar, farmonlar va nizomlar

Mamlakatimizda tadbirkorlik bilan bog'liq huquqiy normalar O'zbekiston Respublikasining 1991-yil 15-fevraldagi qabul qilingan "Tadbirkorlik to'g'risida"gi qonunda aks etgandi. Qonun qabul qilinishidan o'n yildan ko'proq vaqt o'tdi va hozirga kelib qonunlar yangilandi va o'zgardi. 1990-yilning 31-oktabrida qabul qilingan O'zbekiston Respublikasining "Mulkchilik to'g'risida"gi qonunini ham eslash o'rinli. Chunki bu qonun mulkiy huquqning tan olinishini va qonun bilan muhofaza qilinishini va mulkdor o'ziga tegishli mol-mulkka o'z ixtiyoriga ko'ra egalik qilishini, undan foydalanishini hamda uni tasarruf etishi mumkinligini normaladi. Tadbirkorlik, mulkchilik munosabatlarining rivojlanishi 1991-yil 19-oktabrda qabul qilingan O'zbekiston Respublikasining "Davlat tasarrufidan chiqarish va xususiy lashtirish to'g'risida"gi qonuni sezilarli turtki bo'ldi. Ushbu qonun ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyotini vujudga keltirish sharoitida O'zbekiston Respublikasi ommaviy mulkini o'zgartirishning tashkiliy-huquqiy asoslarini belgilab berdi.

Qonunchilik tajribasiga ko'ra, hayotimizning kechiktirib bo'lmaydigan jabxalaridagi munosabatlarning huquqiy yechimini Prezident farmonlari beradi. Ana shunday farmonlardan biri amalda O'zbekiston Respublikasida olib borilayotgan islohotlarning ikkinchi bosqichini belgilab bergan 1994-yil 21-yanvardagi "Iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish, xususiy mulk manfaatlarini himoya qilish va tadbirkorlikni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmonidir. Mamlakatimizda tadbirkorlik faoliyatining, shu jumladan, xususiy tadbirkorlikning gullab-yashnashida, shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995-yil 5-yanvardagi "Xususiy tadbirkorlikda tashabbus ko'rsatish va

uni rag'batlantirish to'g'risida"gi farmoni va shu farmon ijrosiga oid 1995-yil 14-fevraldagi Vazirlar Mahkamasining "Xususiy tadbirkorlikda tashabbus ko'rsatish va uni rag'batlantirish bo'yicha kechiktirib bo'lmaydigan chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarori ham juda katta ahamiyatga ega bo'ldi.

Keyinchalik 1995-yil 21-dekabrda "Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish to'g'risida", 1999-yil 14-aprelda "Tadbirkorlik va tadbirkorlik faoliyatining kafolatlari to'g'risida" (ushbu qonun amalga kiritilishi munosabati bilan 1991-yil 15-fevraldagi "Tadbirkorlik faoliyati to'g'risida"gi qonun o'z kuchini yuqotdi) qabul qilindi. 2000-yil 25-mayda O'zbekiston Respublikasining "Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida"gi qonuni (ushbu qonunga 2001-yil 12-mayda qo'shimcha va o'zgartirishlar kiritildi) amalga kiritilishi munosabati bilan yuqoridagi ikki nomdagi qonun ham o'z kuchini yo'qotdi.

Tadbirkorlik faoliyati subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish dastlabki muhim tashkiliy bosqich hisoblanib, mamlakatimizda bu sohada qadam-baqadam soddalashtirilgan tizim tomon siljish bo'lmoqda. Tadbirkorlik subyektlarining davlat ro'yxatidan o'tkazilishi, uning huquq va muomala layoqati vujudga kelganligini bildiradi. Binobarin, shu kundan boshlab xo'jalik yurituvchi subyekt o'z faoliyatini boshlashi mumkin. Tadbirkorlik faoliyati subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tegishli davlat organi tomonidan qonun hujjatlarida belgilangan tartibda va muddatlarda amalga oshiriladi.

Asosiy tayanch tushunchalar

Iqtisodiy qonunlar, mehnat unumdorligi, ishlab chiqarish kuchlari, to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiya, texnika va texnologik quvvatlarini modernizatsiyalash, strategik boshqaruv, asosiy fondlar, Tadbirkorlik subyekti, tadbirkorlik faoliyati.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. “Korxonalarni rivojlantirish strategiyasi” fanining predmetini yoritib bering.

2. “Korxonalarni rivojlantirish strategiyasi” fanini o‘qitishning maqsadi va vazifalari nimalardan iborat?

3. “Korxonalarni rivojlantirish strategiyasi” fanini iqtisodiy fanlar tizimida tutgan o‘rni va o‘zaro iqtisodiy fanlar bilan aloqadorligi.

4. Fanning bozor islohotlariga xos vazifalari nimalardan iborat?

5. Korxonalarni rivojlantirish strategiyasi modellarining istiqbol rejasiga bog‘liqligiga qanday omillar ta’sir ko‘rsatadi.

6. O‘zbekistonda korxonalar faoliyatini rivojlantirishning qonunchilik asoslarini qanday me’yoriy-huquqiy hujjatlar tashkil etadi.

II bob. KORXONALARNI STRATEGIK RIVOJLANISHIDA TADBIRKORLIK TUZILMALARINING IQTISODIY BARQARORLIGI

Mazkur bobda korxonalarni strategik rivojlanishini ta'minlashda iqtisodiy barqarorlikning o'rni va uning o'ziga xos yo'nalishlari, iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashning shart-sharoitlari va omillari, korxonalarining xo'jalik faoliyatini tahlil qilish tamoyillari bilan bog'liq jarayonlar tadqiq etilgan.

- 2.1. Korxonaning iqtisodiy barqarorligi**
- 2.2. Iqtisodiy barqarorlik va samaradorlik**
- 2.3. Korxonada xo'jalik tizimining samaradorligi**

2.1. Korxonaning iqtisodiy barqarorligi

Iqtisodiyotni barqaror rivojlantirish, fan-texnika taraqqiyotini yana ham jadallashtirish, ishlab chiqarish salohiyatidan oqilona foydalanish, resurslarning hamma turlarini har tomonlama tejash va ishlab chiqarishni boshqarishning bozor iqtisodiyoti qonunlariga mos ravishda olib borish mamlakatimiz iqtisodiy strategiyasining eng muhim tarkibiy qismidir. Bu muhim vazifalarni bajarish uchun korxonalarining ishlab chiqarish va xo'jalik faoliyatini chuqur tahlil qilish darkor. Tahlil korxonalarini boshqarish tizimida oraliq bosqichni egallaydi. Bu jarayonni ushbu formula orqali ifodalash mumkin:

$$I-A-Q-T-I_1-A_1-Q_1-T_1$$

Bu yerda:

I-informatsiya (axborot) bo'lib, uni buxgalteriya hisobi va hisoboti, operativ (tezkor) hisob va hisobot, statistik hisob va hisobot, biznes-reja hamda hisobdan tashqari ma'lumotlar tashkil qiladi:

A-analitik bosqich;

Q-tahlil natijalari asosida qarorlar qabul qilish;

T-qarorlarni ishlab chiqarish bo'g'larida tatbiq etish;

I₁-bajarilmagan qarorlar;

A₁-qayta tahlil qilish. Binobarin, ishlab chiqarishni boshqarish jarayonida uch bosqichni ko'rsatish mumkin:

1. Axborotlarni to'plash, qayta ishlash va tayyorlash.

2. Obyekt xolatini iqtisodiy tahlil qilish va tahlil natijalari asosida takliflar kiritish.

3. Boshqaruv qarorlarini qabul qilish. Qabul qilingan qarorlarning samarasi va sifati tahlilni o'z vaqtida hamda tezkor tarzda o'tkazilganligiga ko'p jihatdan bog'liq. Bu yerda asosiy vazifaana shu uch bosqichni bir-biri bilan uzviy ravishda bog'lash hisoblanadi.

Iqtisodiy tahlilning ikki xil yo'nalishini ko'rsatish mumkin:

1. Korxonalar, assotsiatsiyalar va konsernlarning xo'jalik faoliyatini tahlil qilish.

2. Iqtisodiyotni tahlil qilish. Bunda iqtisodiy tumanlar, viloyatlar va butun respublika iqtisodiyotni iqtisodiy tahlil qilish tushuniladi. Shuni aytish kerakki, iqtisodiyotni tahlil qilish iqtisodiy fanlar majmuasida mustaqil o'rin olmagan bo'lib, u iqtisodiy nazariya va tarmoqlar makroiqtisod kurslarida o'rganiladi. Holbuki, iqtisodiy tahlil qilish fani iqtisodiy fanlar qatorida o'ziga xos mustaqil o'rin olgan. Bozor iqtisodiyotini qurish ko'p jihatdan ishlab chiqarishning boshqarilishini, ichki xo'jalik rejasini tuzish va uni takomillashtirish, moddiy, moliyaviy va mehnat resurslaridan foydalanishni yaxshilash, korxonalar va iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida butun texnikaviy va iqtisodiy siyosatni olib borishni taqozo qiladi.

Korxonalarining xo'jalik faoliyatini tahlil qilish uchun asos qilib olingan quyidagi tamoyillari mavjud:

1. Obyekt holatini dastlabki iqtisodiy–nazariy jihatdan tahlil qilish zarurligi, o'rganiladigan hodisalar mohiyati va bir–biriga o'zaro bog'liqligi.

2. Tahlilning kompleks xarakterga ega ekanligi hamda o'zaro bir-biriga uzviy ravishda bog'liq analitik ko'rsatkichlar tizimining qo'llanilishi.

3. Iqtisodiy ma'lumotlarni anahtik jihatidan qayta ishlash jarayonida o'rganiladigan hodisalarni guruhlashtirish va ularga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni miqdoriy va sifat belgilariga qarab turkumlash.

4. Korxonalar faohyatini tahlil qilishda taqqoslash usulining ichki xo'jalik rezervlarini aniqlashdagi ahamiyati.

5. Tahlil natijalari asosida ilg'or tajribalarni keng yoyish va ommani korxonalarni boshqarishga yana ham keng jalb etish.

6. Korxonalarni boshqarishda hisob va hisobotning hal qiluvchi rohi hamda ularning iqtisodiy tahllda asosiy axborot manbai ekanligi. Korxonalarning xo'jahk faoliyatini tahlil qilishdan ko'zlangan asosiy maqsad rezervlarni aniqlashdir. Rezervlarni aniqlashni osonlashtirish uchun ularni ilmiy asosda turkumlash kerak. Rezervlar quyidagilardan iborat: iqtisodiyot, tarmoq, regional (yondosh) va ichki xo'jalik rezervlari. Aytaylik, mashinasozlik sanoatida mahsulot tannarxini kamaytirish borasida bo'lgan katta rezervlardan biri – rangli metallarni plastmassalar bilan almashtirish hisoblanib, bu o'z navbatida kimyo sanoatini yanada rivojlantirishni taqozo qiladi. Shu sababli, bunday rezervlar xalq xo'jalik rezervlari qatoriga kiradi. Ixtisoslashtirish darajasini oshirish esa tarmoq rezervlari qatoriga kirib, u asosan vazirliklarga bog'liqdir.

Regional rezervlarga, aytaylik, bir ma'muriy tumanda joylashgan turh boshqarmalarga qarashli sanoat korxonalarini kooperativlashtirish misol bo'la oladi. Ichki xo'jalik rezervlarini aniqlash va ularni xo'jalik aylanmasiga yo'naltirishda korxonalar katta imkoniyatlarga ega. Bu esa, asosan, uch guruh ishlab chiqarish resurslari (mexnat resurslari, mehnat vositalari va mehnat predmetlari) omillaridan oqilona va samarali foydalanishga bog'liq. Ishlab chiqarish samaradorligini oshirish – korxonahabariyatining doimiy vazifasidir. Bu vazifani yechish amaliyotda quyidagi omillar bilan bog'liq bo'ladi:

– bozor talablariga javob beruvchi yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarishda eng kam xarajatlar bilan ishlab chiqarishning maksimal hajmini ta'minlovchi, optimal ishlab chiqarish jarayonini tanlash;

– iste'molchilar talabini qondirishga yo'naltirilgan mahsulotni sotish va yuqori daromad (foyda) olish;

– aylanma vositalarni tejash imkoniyatini yaratuvchi optimal ishlab chiqarish zaxiralarini yaratish.

2.2. Iqtisodiy barqarorlik va samaradorlik

Islohotlar va iqtisodiy o'sish sifatini oshirish muhim rol o'ynadi. Iqtisodiy fanda-iqtisodiy o'sishning samaradorligi va iqtisodiy o'sishning sifati tushunchalari farqlanadi.

Iqtisodiy o'sishning samaradorligi deganda- "ijtimoiy ishlab chiqarish samaradorligi" tuslunchasining hamma tarkibiy qismlarini shu jum-

ladan tovar va xizmatlarning sifatini yaxshilanishi, ularning raqobatbardorshigini ortishi, yangi tugallangan yuqori texnologiyani o'zida mujassamlashtirgan tayyor tovarlarni ishlab chiqarishni o'zlashtirish, foydalaniladigan resurslarni qaytimini o'sishi, ishlab chiqarish xarajatlarini kamayishi tushuniladi.

“Iqtisodiy o'sishning sifati” tushunchasi esa mamlakatning iqtisodiy rivojlanishini ijtimoiy yo'naltirilganini kuchayishini ifodalaydi.

Iqtisodiy o'sish sifatini tarkibiy qismlari quyidagilardan iborat:

- aholining moddiy farovonligini yaxshilanishi;
- shaxsning har tomonlama rivojlanishini asosi hisoblangan bo'sh vaqtini ko'payishi;
- ijtimoiy infratuzilma tarmoqlari rivojlanish darajasini o'sishi;
- inson kapitaliga sarflanadigan investitsiyani ko'payishi;
- kishilarning turmush va mehnat sharoiti xavfsizligini ta'minlash;
- ishsizlarning va mehnat qobiliyatiga ega bo'lmagan aholini ijtimoiy himoya qilish;
- mehnat bozoridagi taklif o'sib borayotgan sharoitda to'la bandlikni qo'llab-quvvatlash.

2.3. Korxonada xo'jalik tizimining samaradorligi

Korxonada samaradorlikni aniqlash muhim ahamiyatga ega. Bugungi kunda samaradorlikni aniqlashda barcha ko'rsatkichlarni shartli ravishda ikki guruhga bo'lib o'rganish qabul qilingan.

Birinchi guruhga natural ko'rsatkichlar kiradi.

Ikkinchi guruhga iqtisodiy ko'rsatkichlar kiradi. Har ikki guruh ko'rsatkichlardan foydalanish samaradorlikni aniqroq ko'rsatadi.

Korxonalarining moliyaviy-iqtisodiy ahvoli monitoringi va tahlilini o'tkazish mezonlarini aniqlash tartibi to'g'risida»gi Nizomga ko'ra korxonalar quyidagi guruhlarga bo'linadi:

- iqtisodiy barqaror korxonalar;
- iqtisodiy xatarli korxonalar;
- iqtisodiy nochor korxonalar: o'z to'lov qobiliyatini tiklash imkoniyatiga ega; o'z to'lov qobiliyatini tiklash imkoniyatiga ega bo'lmagan korxonalar.

Yuqorida keltirilgan xo'jalik samaradorligini baholash usullari va ko'rsatkichlaridan tashqari bugungi kunda amaliyotda Iqtisodiy nochorlik qo'mitasi tomonidan ishlab chiqilgan korxonalarining iqtisodiy

nochorlik belgilarini aniqlash uchun mezonlar tizimi ham qo'llaniladi. Ularning qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin:

- To'lov qobiliyati koeffitsiyenti (K_{tq});
- Xususiy aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganlik koeffitsiyenti (K_{xm});
- Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari rentabelligi (R_{ix});
- Aktivlar rentabelligi (R_a);
- Xususiy va qarzga olingan mablag'lar nisbati koeffitsiyenti (K_{xq});
- Ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish koeffitsiyenti;
- Eskirish koeffitsiyenti (K_{esk});
- moliyaviy mustaqillik koeffitsiyenti (K_{fn}).

Bu ko'rsatkichlar bir qarashda mahsulot ishlab chiqarish sohasiga, demak, ishlab chiqarish samaradorligiga aloqasi yo'qday tuyuladi. Aslida esa aynan ular orqali korxonaning samarali faoliyatini anglatuvchi iqtisodiy va moliyaviy barqarorlik aks ettiriladi. Bundan tashqari, mahsulotning material sig'imi, fond qaytimi, mehnat unumdorligi va rentabellik ko'rsatkichlari, ishlab chiqarishni rejalashtirish va tahlil qilishda qo'llansa, mezonlar tizimi yordamida esa korxonalar o'zlarining faoliyat yuritish qobiliyatini ko'rsatadi hamda turli xil muammoli vaziyatlarda xo'jalik sudlarida o'z manfaatlarini himoya qiladi.

1. To'lov qobiliyati koeffitsiyenti (K_{tq}) korxonaning debitorlar bilan o'z vaqtida hisob-kitob qilish hamda tayyor mahsulot va boshqa moddiy vositalarini sotishning qulay sharoitlarda sotish orqali baholanadigan to'liq imkoniyatlarini ko'rsatadi. U quyidagi formula asosida hisoblanadi:

$$K_{tq} = \frac{\text{Joriy (aylanma) aktivlar}}{\text{Joriy majburiyatlar}} = \frac{A_2}{P_2 - D_0}$$

Bu yerda:

A_2 – aylanma aktivlar (ishlab chiqarish zaxiralari, tayyor mahsulot, pul mablag'lari, debitorlik qarzlari va hokazolar);

P_2 – majburiyatlar (qisqa muddatli qarzlar, qisqa muddatli kreditlar, budjet oldidagi qarzlar, kreditorlik qarzlari va hokazo), buxgalteriya balansining 770 satri;

D_0 – uzoq muddatli qarz va kreditlar, buxgalteriya balansining 490 satri Agar to'lov qobiliyati koeffitsiyenti hisobot yilining oxirida 1.25 dan kichik bo'lsa korxonaning to'lov qobiliyatini yo'qotgan hisoblanadi.

Xususiy aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganlik koeffitsiyenti (K_{xm}) korxonaning barqaror ishlab chiqarish-xo'jalik faoliyatini yuritish uchun zarur bo'lgan aylanma vositalar mavjudligini tavsiflaydi. Shuningdek u, korxonaga egalari va kreditorlar manfaatlaridagi munosabatlarni ham aks ettiradi. Mazkur koeffitsiyent quyidagi formula asosida hisoblanadi:

$$K_{xm} = \frac{(P1 + D_{zk2}) - A1}{A2}$$

Bu yerda:

A_1 – uzoq muddatli aktivlar (asosiy vositalar, kapital qo'yilmalar, nomoddiy aktivlar va hokazo).

D_{zk2} – uzoq muddatli aktivlarni sotib olish uchun yo'naltirilgan uzoq muddatli qarz va kreditlar, buxgalteriya balansining 570 va 580 satrlaridan hisoblanadi. Ushbu koeffitsiyentning minimal qiymati - 0,2.

3. Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari rentabelligi (R_{ix}),

$$R_{ix} = \frac{SF}{MIT}$$

Bu yerda:

SF – sof foyda;

J_{Ayk} – korxonaga jami aktivlarining o'rtacha yillik qiymati. Agar rentabellik koeffitsiyentlari nol dan kichik bo'lsa korxonaga zarar bilan ishlayotgan deb hisoblanadi. Agar 0.05 dan kichik bo'lsa past rentabellik deb hisoblanadi.

2. Xususiy va qarzga olingan mablag'lar nisbati koeffitsiyenti (K_{xq}) (joriy moliyaviy mustaqillik koeffitsiyenti) ularning shakllanish manbalarini inobatga olgan holda, pul mablag'lari bilan ta'minlanganlik darajasini aniqlaydi. U quyidagi formula asosida hisoblanadi:

$$K_{xq} = \frac{P1}{P2 - DO}$$

Bu yerda:

P_1 – xususiy mablag'lar manbalari (Nizom jamg'armasi, qo'shilgan kapital, taqsimlanmagan foyda va hokazo).

DO – uzoq muddatli qarz va kreditlar, buxgalteriya balansining 490 satri agar xususiy va qarzga olingan mablag'lar nisbati koeffitsiyentining

qiymati yil oxirida birdan kichik bo'lsa, korxonada moliyaviy xavf-xatar (risk) mavjudligining alomati bo'ladi. Xususiy va qarzga olingan mablag'lar nisbati koeffitsiyentining kamayishi korxonaning moliyaviy xatarini ortishini bildiradi.

3. Ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish koeffitsiyenti:

$$Q_{qf} = \frac{Q_{\text{haqiqiy}}}{Q_{\text{loyiha}} - (Q_{\text{ijara}} + Q_{\text{konserv}})}$$

Q_{haqiqiy} – haqiqiy ishlab chiqarilgan mahsulot hajmi;

Q_{loyiha} – maksimal, loyihaviy ishlab chiqarish quvvati;

Q_{ijara} – ijaraga berib yuborilgan quvvatlarga mos keluvchi mahsulot hajmi; Q_{konserv} – konservatsiya qilingan quvvatlarga mos keluvchi mahsulot hajmi;

Ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish koeffitsiyenti 0.5 dan yoki tarmoq bo'yicha o'rtacha qiymatdan kichik bo'lsa, korxonada ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish past darajada deb qabul qilinadi. Eskirish koeffitsiyenti (Kesk) eskirish summasining asosiy vositalar boshlang'ich qiymatiga nisbati sifatida quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$Kesk = Av.es / Av.bq$$

Bunda:

$Av.es$ – asosiy vositalar eskirish summasi;

$Av.bq$ – asosiy vositalarning boshlang'ich ishlab chiqarish qiymati;

$F1$ – 1-shakldagi — Buxgalteriya balansi; 010 va 011-satrlar – balans satrlari.

Asosiy vositalarni eskirish koeffitsiyenti 0.5 dan yuqori bo'lmasligi lozim.

Korxonalarining moliyaviy-iqtisodiy ahvoli monitoringi va tahlilini o'tkazish mezonlarini aniqlash tartibi to'g'risidagi Nizomga ko'ra korxonalarining to'lovga qobiliyatligi yoki nochorligini aniqlovchi parametrlar belgilab berilgan. Iqtisodiy xatarli korxonalar uchun to'lov qobiliyati koeffitsiyenti hamda xususiy va qarzga olingan mablag'lar nisbati koeffitsiyenti me'yordan kichik bo'lsa, moliyaviy mustaqillik koeffitsiyenti 0,5 dan kichik bo'lsa, xususiy aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganlik koeffitsiyenti 0,2 dan kichik bo'lsa korxonalar iqtisodiy xatarli korxonalar deb topiladi. Iqtisodiy nochor korxonalar uchun pul

majburiyatlari va majburiy to'lovlar bo'yicha 3 oydan ortiq qarzi bor bo'lishi lozim.

Pul majburiyatlari va majburiy to'lovlar bo'yicha 3 oydan ortiq qarzi bor bo'lib, shu bilan birga To'lov qobiliyatini tiklash imkoniyati bor bo'lsa, ya'ni to'lov qobiliyati koeffitsiyenti (K_{iq}) me'yorda, rentabelli va xususiy aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganlik koeffitsiyenti (K_{xm}) yuqori bo'lsa — To'lov qobiliyatini tiklash imkoniyati bor deb qabul qilinadi.

Pul majburiyatlari va majburiy to'lovlar bo'yicha 3 oydan ortiq qarzi bor bo'lib, uning qiymati eng kam ish xaqining 500 baravaridan yuqori bo'lsa va Aktivlar rentabelligi. (R_a) past, to'lov qobiliyati koeffitsiyenti (K_{tq}) kichik, xususiy aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganlik koeffitsiyenti (K_{xm}) past bo'lsa korxonada to'lov qobiliyati tiklash imkoniyati yo'q deb qabul qilinadi.

Korxonada nochorligi, demak, xo'jalik faoliyatining samarasizligi to'g'risidagi yakuniy qaror, nochorlik parametrlarining umumiy summasi yuqoridagi me'yorlardan kichik bo'lgan holda qabul qilinadi. Xo'jalik faoliyati samaradorligini oshirish juda ham murakkab jarayon bo'lib, buning hamma uchun to'g'ri keluvchi yagona yo'li mavjud emas. Har bir korxonada bu masalani yechishda o'z imkoniyatlari va yuzaga kelgan iqtisodiy shart-sharoitlaridan kelib chiqqan holda harakat qiladi. Biroq barcha hollarda ham samaradorlikning asosida foydani maksimallashtirish yoki xarajatlarni minimallashtirish yotadi.

Asosiy tayanch tushunchalar

Iqtisodiy barqarorlik, fan-texnika taraqqiyoti, ishlab chiqarishni boshqarish, taqqoslash usuli, ichki xo'jalik rezervlari, bozor talabi, iste'molchilar talabi, ixtisoslashtirish darajasi, iqtisodiy o'sish sifati, inson kapitali, mehnat bozori, ishlab chiqarish xarajatlari, to'lov qobiliyati koeffitsiyenti, to'lov qobiliyatini tiklash.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Iqtisodiy tahlilning qanday yoʻnalishlari mavjud?
2. Iqtisodiy oʻsish sifatini tarkibiy qismlari nimalardan iborat?
3. Korxonalarining xoʻjalik faoliyatini tahlil qilishning qanday tamoyillari mavjud?
4. Xususiy aylanma mablagʻlar bilan taʼminlanganlik koeffitsiyenti korxonaning barqaror ishlab chiqarish-xoʻjalik faoliyatini yuritish uchun zarur boʻlgan aylanma vositalar mavjudligini tavsiflaydimi?
5. Iqtisodiy nochorlik qoʻmitasi tomonidan ishlab chiqilgan korxonalarining iqtisodiy nochorlik belgilarini aniqlash uchun mezonlar tarkibida qanday koʻrsatkichlar mavjud?
6. Qanday holatda korxonada toʻlov qobiliyatini tiklash imkoniyati yoʻq deb qaror qabul qilishi mumkin?

III bob. IQTISODIYOTNI MORDERNIZATSIYALASH SHAROITIDA KORXONALAR FAOLIYAT YURITISHNING STRATEGIK MODELLARI

Mazkur bobda korxonalar faoliyat yuritishida qo'llaniladigan zamonaviy strategiyalar, ularning turlari, zamonaviy strategiyalarni rejalashtirishda foydalaniladigan modellar, zamonaviy strategiyalarni qo'llashning chet el tajribasi asosida korxonalar faoliyati samaradorligini oshirishga yo'naltirilgan zamonaviy strategiyalardan foydalanish kabi masalalar o'rganilgan.

3.1. Korxonalar faoliyat yuritishida qo'llaniladigan zamonaviy strategiyalar, ularning turlari.

3.2. Zamonaviy strategiyalarni rejalashtirishda foydalaniladigan modellar.

3.3. Zamonaviy strategiyalarni qo'llashning chet el tajribasi (Benchmarkingning yaponcha chehrasi).

3.4. Korxonalar faoliyati samaradorligini oshirishda zamonaviy strategiyalardan foydalanish.

3.1. Korxonalar faoliyat yuritishida qo'llaniladigan zamonaviy strategiyalar, ularning turlari

Korxonalar strategiyasiga tuzatishlar kiritish me'yordagi oddiy holat hisoblanadi. Ba'zan strategiyaga o'zgartirish kiritish zarur bo'lib qoladi. Kamdankam hollardagina korxonalar strategiyasi vaqt sinovidan o'ta oladi. Korxonalar strategiyasining asosiy masalasi quyidagicha:

“Korxonamizni biz qanday tasavvur qilamiz, nima qilmoqchimiz va nima qilmoqchimiz?”, “Biz kimmiz, nima qilaymiz va qayoqqa ketaymiz?”- degan savolning javobi firmaning yo'nalishini belgilab, kuchli o'ziga xoslikni ishlab chiqish imkonini beradi. Korxonalar nima qilayotgani va nima qilmoqchi ekanligi korxonaning missiyasini anglatadi.

Korxonalar menejerlarining “tashkilot faoliyatning qanday turlari bilan shug‘ullanmoqchi va kelajakda qanday bo‘lmoqchi?” - degan masalaga qarashlari strategik ko‘rish deyiladi.

Olimlar strategiya to‘g‘risida o‘z fikrlarini quyidagicha bildirishgan:

– **Sheron M. Oster: strategiya** – bu qandaydir boshqa tarzda emas, aynan belgilangan tarzda harakat qilish majburiyatidir.

– **Piter Lorenju: strategik rejalashtirishning** vazifasi ishni tashkil etishda yangiliklarni qo‘llash.

Piter Lorenju fikriga ko‘ra, strategik rejalashtirish korxonani boshqarish uchun yordam beradigan vosita hisoblanadi.

Firmaning uzoq muddatli rejalari aniq o‘lchanadigan konkret vazifalarga aylantirilmaguncha missiya va firmaning kelajak niyatlari chiroyli so‘zlar bo‘lib qolaveradi. Maqsadni aniqlash strategik boshqarishning hal qiluvchi daqiqasidir.

Korxonalar faoliyatini rivojlantirishda zamonaviy strategiyalardan foydalanish milliy iqtisodiyotning samarali faoliyat ko‘rsatishini ta‘minlash rejimining tarkibiy qismidir. Korxonani modernizatsiyalash jarayonini rejalashtirish asosida fondlarni kengaytirilgan takror ishlab chiqarish, amaldagi korxonalarni texnik qayta jihozlash, qayta ta‘mirlash va kengaytirish iqtisodiy bog‘liq asosiy vazifalar hal qilinadi. Odatda u amaldagi qonuniy hujjatlar va iqtisodiy boshqaruvning me‘yoriy qoidalari asosida, shuningdek, xo‘jalik yuritishning u yoki bu bosqichida qabul qilinadigan hukumat qarorlari asosida amalga oshiriladi.

Strategiya variantlari turli xil bo‘lishiga qaramasdan muqobil strategiyalarni ajratish, raqobatbardosh strategiyalar foydaliroq bo‘lishi mumkin. Ushbu to‘rt muqobil variantga quyidagilar kiradi:

1. Konsentratsiyalashgan (chegaralangan) o‘shish strategiyasi.

Bunga shunday strategiyalar kiradiki, ular ikkita element – mahsulot va bozor elementlarining o‘zgarishi bilan bog‘liq. Qolgan uch elementga tegishli bo‘lmaydigan sohaga, firmaning soha ichidagi mavqeiga bog‘liq. Ushbu strategiyalarga asosan firma o‘z mahsuloti sifatini yaxshilashga yoki yangi mahsulot ishlab chiqarishni boshlashga harakat qiladi. Bir vaqtning o‘zida u mavjud bozorda o‘z mavqeyini yaxshilashgagina emas, balki yangi bozorga o‘tishga ham intiladi. Konsentratsiyalashgan o‘shish strategiyalari muvaffaqiyatga erishgan sanoat korxonalari tarmog‘ida qo‘llaniladi. Bu strategiya ancha qulayligi va kam tavakkalchiligi bilan o‘ziga jalb qiladi. Menejerlar psixologiyasi shundayki, ular tizimning o‘zgarishini yoqtirishmaydi.

2. Integratsiyalashgan o'sish strategiyasi. Har yili ilgoriga qaraganda ma'lum darajada o'sish bilan tavsiflanadi va amalga oshiriladi. Integratsiyalashgan o'sish strategiyasini o'z firmasini har tomonlama rivojlantirish uchun stagnatsiya holatidagi bozorlarni tark etish maqsadidagi rahbarlar qo'llab – quvvatlaydilar. O'sish tashqi va ichki bo'lishi, masalan ichki o'sish tovarlar assortimentini ko'paytirish yo'li bilan tashqi o'sish esa bir tarmoq gorizontol va vertikal o'sish shaklida bo'lishi, boshqa firmani birlashishi va boshqa ko'rinishlarda amalga oshishi mumkin.

3. Diversifikatsiyalangan o'sish strategiyasi. Agar firmalar faoliyat yuritayotgan tarmoqda, bozorda o'zi ishlab chiqargan mahsulot bilan rivojlana olmasa, bu strategiyani amalga oshirishi mumkin.

Ushbu strategiyani tanlashning asosiy omillari quyidagilarga olib keladi:

- bozorlar ushbu mahsulot bo'yicha to'yingan yoki mahsulotning hayotiylik sikli tugashi natijasida unga bo'lgan talab tezlik bilan qisqaradi;

- firmaning bo'sh pul mablag'lari foydaliroq bo'lishi mumkin;

- yangi biznes amaldagi faoliyatga nisbatan strategik samara berishi mumkin, masalan, ishlab chiqarish apparatining yaxshiroq kooperatsiyalashuvi hisobiga;

- firmalar o'zi faoliyat yuritayotgan biznesni kengaytirish uchun antimonopol qonunlar mavjud;

- soliqlarni qisqartirish;

- jahon bozoriga chiqishni kengaytirishi;

- kadrlar potensialidan unumli foydalanish.

4. Qisqartirish strategiyasi. Ushbu strategiyaga firmalar pasayish davrida, ma'lum o'sish davridan keyin qayta tarkibiy tuzish yoki samaradorlikni oshirish zarurati bilan bog'liq holda, murojaat etadi. Bu holda ishlab chiqarishni maqsadli va rejali qisqartirish zarurati paydo bo'ladi. Bunday siyosatni amalga oshirish firma uchun og'riqsiz kechmaydi, lekin hodisalar yuz berganda biznesni saqlab qolish, rivojlantirishning yagona yo'li ushbu strategiyadir.

Strategiyada qarorlar, rejalar, farmoyishlar shaklida namoyon bo'ladi. Uni hayotga tatbiq etishda esa boshqarishning barcha bo'g'inlari ishtirok etishadi. Korxonada strategik rejalashtirish jarayoni quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi:

- vazifalarni aniqlab olish;
- yangi mahsulotni yaratish va o'zlashtirish texnologiyasini joriy etish rejasini tuzish;
- SWOT tahlilni amalga oshirish;
- qabul qilingan yechimlarni baholash;
- asosiy strategik yechimni tanlab olish.

Strategiyalarni amalga oshirish usullari marketing faoliyatini amalga oshirishga shakllanadigan mavjud munosabatlardan obyektiv sur'atda kelib chiqadi. Strategiyalarni amalga oshirish usul va uslubiylarini iqtisodiy, tashkiliy (ma'muriy), ijtimoiy – ruhiy psixologik usullarga bo'lishga imkon beradi. Strategiyalarni amalga oshirish usullarini, ularda aks etadigan iqtisodiy va boshqa munosabatlari turlariga qarab turkumlash bilan bir qatorda, bu usullarda xodimlarning faoliyat sabablarini hisobga olib turib, ularga ta'sir ko'rsatish nuqtayi nazaridan ham farq qilish mumkin. Ular quyidagilardir:

- har bir xodimning huquqi va burchlaridan kelib chiqadigan faoliyat sabablari (majburiy motivatsiya);
- moddiy manfaatlardan kelib chiqadigan sabablar;
- ma'naviy (ruhiy) sabablar.

Shunga muvofiq strategiyalarni amalga oshirish usullari ham quyidagicha bo'lishi mumkin:

- bevosita direktiv usullar;
- xodimlar va jamoani moddiy rag'batlantirishga asoslangan usullar;
- mehnatni ma'naviy (ruhiy) rag'batlantirishdan foydalanishni ko'zda tutuvchi usullar.

Strategiyalarni amalga oshirish usullari – hozirgi obyektiv qonunlardan foydalanish mexanizmi tizimidagi eng muhim qismidir.

Strategiyalarni amalga oshirishning iqtisodiy usullarini ikki asosiy turga: direktiv reja topshiriqlari va turli–tuman iqtisodiy omillarga bo'lish mumkin.

Yuqori organlarning direktiv topshirishlari bilan marketing faoliyatiga ta'sir o'tkazishning iqtisodiy omillaridan foydalanishni to'g'ri qo'shib olib borish yo'lga qat'iy amal qilinmoqda.

3.2. Zamonaviy strategiyalarni rejalashtirishda foydalaniladigan modellar

Iqtisodchi olimlar va amaliyotchilar marketing faoliyatida strategik qarorlar qabul qilish uchun yordami tegishi mumkin bo'lgan bir qator modellar ishlab chiqqanlar. Ko'pgina bazis strategiyalar bu modellar bilan bog'liq. Model aniq bir vaziyatdan kelib chiqib tanlanadi. O'suvchi bozor sharoitida strategiyalarni yaratish uchun model taklif etiladi.

Boshlang'ich nuqta korxonaning haqiqiy va rejadagi rivojlanishi o'rtasidagi farq yoki marjasi hisoblanadi. Bu korxonaga maqsadlari avvalgi strategiyalar yordamida amalga oshirilganini bildiradi. Bu vaziyatga yoki maqsadga o'zgartirish kiritish yoki boshqa strategik yo'llarni qidirish lozim. O'suvchi bozor sharoitida Ansoff «mahsulot – bozor» deb ataladigan matritsa yordamida tuzgan.

3.1-jadval

«Mahsulot – bozor» matritsasi (Ansoff matritsasi.)

Bozorlar mahsulotlar	Mavjud Bozorlar	Yangi bozorlar
Mavjud mahsulotlar	Bozorga yanada chuqurroq kirib borish	Bozor chegaralarini kengaytirish
Yangi mahsulotlar	Mahsulotni takomillashtirish	Diversifikatsiyalash

I. Ansoff matritsasi yordamida olinadigan asosiy strategik tavsiyalar quyidagidan iborat:

1. Bozorni takomillashtirish: mavjud mahsulotning mavjud bozorlarda bozor ulushini barqarorlashtirish yoki oshirish yoxud bozor hajmini kengaytirish maqsadida kuchaytirish.

Mumkin bo'lgan erishish yo'llari iste'molini oshirish (narxni tushirish, qadoqlash hajmini oshirish, sifat yo'qolishini kamaytirish), xaridorlarni raqobatbordosh mahsulotlarga qiziqtirish, iste'molni faollashtirish (reklama, sinab ko'rishni taklif etish, narxlarni tushirish).

2. Bozor chegaralarini kengaytirish: yangi bozorga eski mahsulotlar bilan chiqish. Mumkin bo'lgan variantlar: yangi mintaqaviy, milliy yoki xalqaro bozorga chiqish (baynalminallashtirish va globalashtirish); mahsulot vazifalarini oshirish; eski mahsulotga yangi hududlar ochish; mahsulotni iste'molchining belgilangan segment talablariga javob berishi uchun moslashtirish (bozorni segmentlash).

3. Mahsulotni rivojlantirish (innovatsiya): yangi bozorga eski bozorlarda yangi mahsulotlarning sotilishi. "Innovatsiya" tushunchasi quyidagi imkoniyatlar: asl innovatsiya (bozorda yangi); juda yangi mahsulotlar (eskilari bilan bog'liq); Metoo mahsulotlar (faqat korxonaga uchun yangi mahsulotlar)ni o'z ichiga oladi.

4. Diversifikatsiya: korxonaga ortiqcha faoliyat doirasidan ajrab, yangilariga o'tadi. Sabablari: bozorlarning stagnatsiyaga uchrashi, xavf-xatarning kamayishi, moliyaviy natijalar, jamg'arma va iste'mol bazalarini sug'urtalashdan iborat. Ishlab chiqarish dasturi korxonaning oldingi mahsulotlar bilan hech qanday aloqasi bo'lmagan mahsulotlarni o'z ichiga oladi. Diversifikatsiyaning uch turi mavjud:

1) o'sha darajadagi diversifikatsiya (gorizontal) avtomobil korxonasi motosikl ishlab chiqarishni yo'lga qo'yadi;

2) iste'mol va jamg'arish bozorlaridagi diversifikatsiya (vertikal) to'qimachilik korxonasini ochadi;

3) lotereali diversifikatsiya (moddiy o'zaro aloqaning yo'qligi), «Pepsi-Cola»ning sport buyumlarini ishlab chiqarishda qatnashishi. Diversifikatsiyaning asosiy xavfi kuchlarning tarqalib ketishi mumkinligidir.

Raqobat matritsasi (Potter). Amerikalik olim Potter 1975–1980-yillarda o'sish sur'atini pasayishi va sanoatning ko'pchilik tarmoqlarning stagnatsiyaga uchrash davrida raqobat strategiyasi konsepsiyasini ishlab chiqdi. Korxonaga diqqat markazida nafaqat xaridorlar ehtiyojini qondirish, balki bozordagi raqobat kuchlari ham turadi. Potter tomonidan ko'rsatilgan raqobatni harakatga keltiruvchi 5 ta kuch quyidagi 3.1.1 – rasmda berilgan.

M.Potterning tadqiqotlari quyidagi xulosalarga olib keldi: avvalo katta bozor ulushiga ega bo'lgan yirik korxonalar bir tomondan va ikkin-

chi tomondan, kichik ixtisoslashtirilgan korxonalar talab qllinadigan rentabellik darajasiga erishish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Demak, o‘rta pozitsiya xavfli, bozorda yetakchilik qilishga erishish qobiliyati yoki mablag‘lari yo‘q, barcha korxonalarga o‘z ishini belgilangan segmentda jamlab, raqobatchilarga nisbatan afzalliklarni barpo etish tavsiya etiladi.

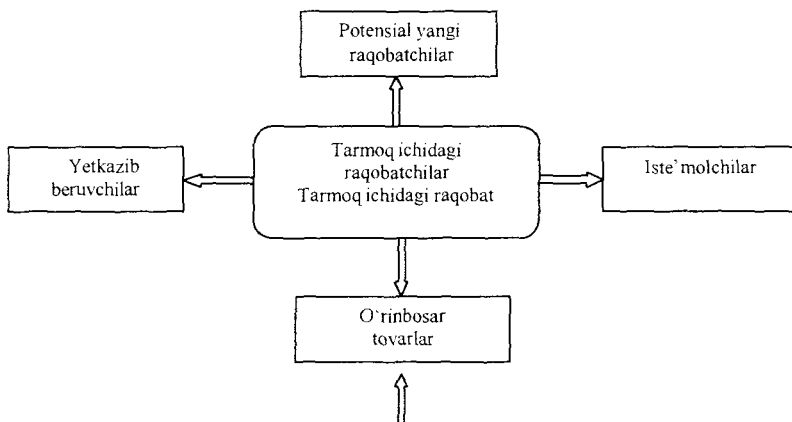
Dastlabki holatning muhim tomonlarini oydinlashtirish, baholash uchun asos raqobat matritsasidagi holatlardan qaysi biri korxonaga ko‘proq manfaat keltirishidir. Porter modeli, avvalo konsentratsiya, bozorning yetilganlik darajasi va jahon raqobatining intensivligi nuqtayi nazaridan farq qiluvchi bo‘lingan, yosh va yetilgan tarmoqlarning strategiyalarini boshqarish uchun kerak.

Poter strategiyasining afzalliklari:

– korxonaning boshqa raqobatchilari kuchli kurash natijasida zarar ko‘ra boshlasa, uncha kam bo‘lmagan xarajatlar bilan ham korxonada daromad oladi;

– xarajadagi afzallik samaradorligi bo‘yicha ikkinchi sotuvchining qilgan xarajatlarga nisbatan bahoni ortiq tushira olmaydigan kuchli xaridorlardan himoya qiladi;

– kam xarajatlar mol yetkazib beruvchilarga afzallik yaratadi, baholarning ko‘tarilishi esa yetakchiga kamroq ta‘sir qiladi;



3.1- rasm. Raqobatni yuzaga keltiruvchi kuchlari³.

³ М. Поттер. Межконтинентальный конгресс. М. Прогресс, 2006, 202 стр.

“Bozor ulushi – bozor o‘sishi” matritsasi (portfolio – tahlil). Portfolio – tahlil yoki “bozor ulushi – bozor o‘sishi” matritsasi XX asrning 60-yillari so‘ngida Amerikaning “Boston konsalting grupp” konsalting firmasi tomonidan ishlab chiqilgan. Bu model, asosan mahsulotning hayot sikliga va tajriba egri chizig‘i kontsepsiyasiga asosangan.

Korxonada (moliya muhitida kapitalni joylashtirish tahlili bo‘yicha) Portfolio yordamida, ya‘ni strategik ishlab chiqarish birliklari yig‘indisi sifatida ta‘riflanadi. Strategik ishlab chiqarish birliklari (SICHB) asosan bir-biriga bog‘liq bo‘lmagan boshqa SICHB mahsulotlari yoki Portfolio tahlili bugungi kunda zamonaviy strategiyalarni rejalashtirishning eng ko‘p qo‘llaniladigan usullaridan biridir.

Eng asosiy Portfolio kontsepsiyalari. Turli Portfolio kontsepsiyalaridan “bozor o‘sishi – bozor ulushi” va “bozorning jalb qilish darajasi raqobatdagi ustunlik” modellari eng katta amaliy ahamiyatga ega.

Bu ikkala kontsepsiya ikki koordinatali matritsa yordamida SICHB bir jinsli yig‘indiga birlashtirildi. Ular uchun maqsadli va strategik rejalashtirishda hamda korxonada resurslarini taqsimlashda qo‘llaniladigan harakatlarning bazis namunalari (*normativ strategiyalar*)ni aniqlab berish mumkin.

Konsepsiyalarning o‘ziga xos xususiyatlari. SICHB to‘rtta katakdan iborat matritsada joylashadi. Matritsada joylashuviga qarab, SICHB 4 xil turi farqlanadi. Portfolio terminalogiyasiga asosan ular quyidagicha ataladi: “so‘roq belgisi”, “yulduzlar”, “sog‘iladigan sigirlar”, “yovvoyi mushuklar”:

1. Matritsaning tepa o‘ng burchagida joylashgan SICHB “so‘roq belgisi” deyiladi. Bu hayot siklining boshlang‘ich davrida turgan mahsulotdir. Ular katta o‘shish sur‘atlariga ega bo‘lishi mumkin, lekin ularning bozordagi ulushi unchalik katta emas. Shuning uchun bu holda korxonalar hujum strategiyalari va katta investitsiyalari yordamida tajriba egri chizig‘ini qo‘llash imkoniyatiga ega bo‘lish uchun bozordagi ulushini kattalashtirishga harakat qiladilar. Kelajakda katta foyda keltiridigan mahsulotlarni kerakligi uchun bu mahsulotlarni qo‘llab – quvvatlash zarur. Shuni hisobga olish kerakki, SICHB foydadan ko‘proq xarajatga ega bo‘ladi. Menejment mavjud resurslar yordamida bozordagi ulushning kengaytirilishi mumkinligini tekshirib ko‘rilishi lozim.

2. Tepadan chap burchakda joylashgan SICHB “yulduzlar” hayot siklining o‘shish bosqichidir. “Yulduzlar” ma‘lum bir foyda keltiradi, lekin bu foyda “yulduzlar”ning bozordagi o‘rnini mustahkamlash uchun sarflanadi.

O'sish sur'atlarining pasayishi va savdo–sotiq stagnatsiya tufayli “yulduzlar” “sog'iladigan sigirlar”ga aylanadi.

3. “Sog'in sigirlar” - yetuklik darajasiga yetgan mahsulot. Bozordagi katta ulush bu turdagi mahsulotning xarajatlari bo'yicha katta afzallik yaratadi.

4. “Yovvoyi mushuklar” bozorning to'yinishi va degeneratsiyasi bosqichiga tegishlidir. Ular bozorlarning katta ulushiga ham, yuqori o'sish sur'atlariga ham ega emas. Agar ular foyda keltirayotgan bo'lsa, bu foydani ularning “so'roq belgisi” yoki “yulduzlar”ga kirib borishi uchun investitsiyalash tavsiya etiladi. Bu SICHB zarar keltirishni boshlashi xavfli bo'lsa, dezinvestitsiya strategiyasini amalga oshirish va ularni ma'lum muddatga korxonaning Portfoliosidan chiqarish lozim.

Modelning afzalliklari:

- korxonaning strategik muammolarini tizimga solish va ko'rgazmali taqdim etilish imkoniyati mavjudligi;

- strategiyani tuzish uchun model sifatida qo'llanishi, shu bilan birga, asosan, joriy ishlar bilan shug'ullanuvchi menejment korxonaning kelajagiga e'tibor qaratishi kerak;

- SICHB ning bozordagi ulushi va o'sish sur'atlarini aniqlashning qulayligidan iborat.

Yuqorida bayyon qilingan strategiyalarni amaliy faoliyatda qo'llash korxonaning rivojlanish darajasiga, ilmiy tadqiqot ishlarining yo'lga qo'yilganligiga, ishlab chiqarilayotgan mahsulotning xususiyatlariga, bozorning segmentiga va yana boshqa bir qancha omillarga bog'liqdir.

3.3. Zamonaviy strategiyalarni qo'llashning chet el tajribasi (Benchmarkingning yaponcha chehrasi.)

Chet el tajribasini qo'llash mumkinligi masalasi hanuz tortishuvlarga sabab bo'lmoqda. Haqiqatan ham chet eldan olingan tajribalar qanchalik yashovchan?

Benchmarkingning yaponcha chehrasi. Bir qaragandan, benchmarking va sanoat josusligi - bu bitta narsa. Haqiqatda esa, ushbu ikki usul o'rtasidagi farq tamoyillarga asoslangan. Yaponlarni benchmarkingning asoschilari, deb hisoblashadi, ular boshqalarning yutuqlaridan benuqson nusxa ko'chirishni o'rganishdi. Ular Yevropa va Amerika tovarlari va xizmatlarini sinlikovlik bilan o'rganib, ularning kuchli va

kuchsiz tomonlarini aniqlashgan, keyin esa shunga o'xshashini arzonroq narxda chiqarishgan. Shu bilan birga, yaponlar texnologiya va nou-xaularni biznesning bitta sohasidan ikkinchisida muvaffaqiyatli qo'llashgan.

G'arbda benchmarkingni 1970-yillarning oxirida faol qo'llay boshlashdi. Bu vaqtda Yaponiya korxonalari Amerika korxonalarini siqib chiqarayotgan edilar. Xerox kompaniyasi nusxa ko'chirish apparatlari bozorida o'z ulushini keskin yo'qotayotganligi sababini qidira boshladi. Xususan, Xerox Yaponiyani Fuji kompaniyasi tajribasini o'rganib chiqdi. Xerox rahbariyati nafaqat texnik yutuqlarni, balki menejment sohasida turli kompaniyalar, jumladan biznesning boshqa sohalaridan ham, joriy qilingan yangiliklarni o'rganish uchun hatto ma'lum muddatga Yaponiyaga ko'chib o'tishdi. Ushbu tajribani o'rganish bilan Xerox xarajatlarni kamaytirish, mehnatni ishlab chiqaruvchanligini oshirishga erishdi va h.k. Shundan beri benchmarking Xerox biznes-strategiyasining bir qismi bo'lib qoldi.

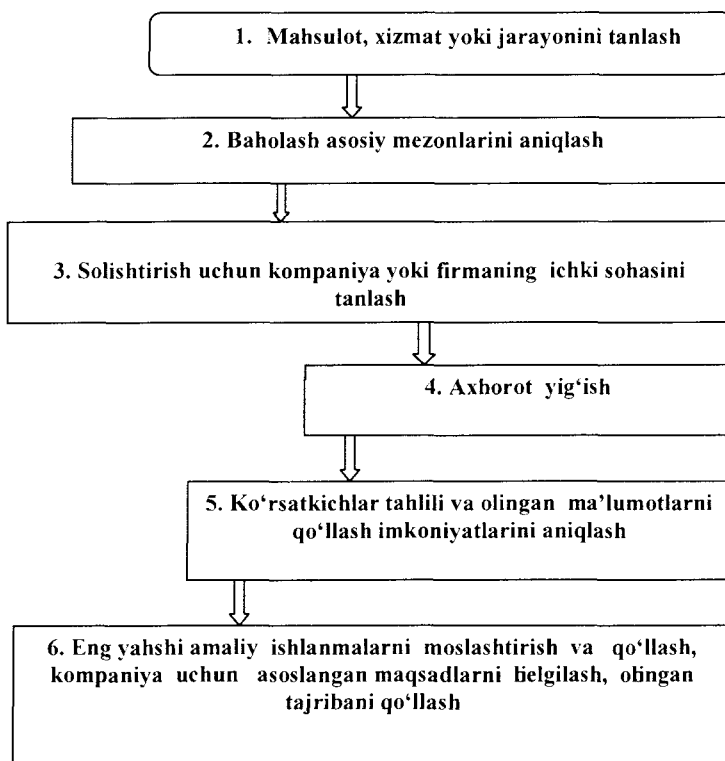
Yaponiya AQSH va boshqa davlatlarda benchmarking dasturlari davlat tomonidan rivojlantiriladi. U yerda benchmarking borasida hamkorlarni qidirish uchun maxsus yaratilgan o'ziga xos "sanoat tanishuvi byurolari" (globalbenchmarking.com, benchnet.com va boshqalar) ish yuritadi. Ushbu shakldagi tajriba almashishdan umumiy mamlakat iqtisodiyoti yutuqqa erishadi, deb hisoblanadi. Yetakchi kompaniyalar uchun o'zi haqida axborotni olishdan nima foyda bor? Ko'pchilik chet el kompaniyalari namuna kompaniyasi sifatida tanilish nufuzli deb bilishadi. Ayniqsa, bu ularning investitsion jozibadorligini oshiradi va har xil darajalarda o'z manfaatlarini olg'a surishga yordam beradi. Yaponlar esa, agar kompaniya boshqalarni o'qitsa, demak, o'zi ham rivojlanadi degan fikirda. "Benchmarking" yordamida korxonalar o'z raqobatdoshligini oshirishlari mumkin.

"Benchmarking" – bu bitta korxonada faoliyati samaradorligining boshqa, muvaffaqiyatliroq korxonalar ko'rsatkichlari bilan qiyosiy tahlil mexanizmidir. "Benchmarking" korxonaning barcha faoliyat sohalarida qo'llaniladi – logistikada, marketingda, xodimlarni boshqarishda va h.k.

Bain & Co konsalting kompaniyasi ma'lumotlariga qaraganda, bench-marking yirik xalqaro korporatsiyalarda biznesni boshqarish usullarining eng ko'p tarqalgan uchtaligiga kirar ekan. Bunday mashhurlikning sababi oddiy - benchmarking biznes - jarayonlarini nisbatan tez va kamxarajatli takomillashtirishga yordam beradi.

Nazariy jihatdan, ma'lumot almashinuvi bo'lishi mumkin. Lekin, amalda bu kamdan kam uchraydi. Raqobatchilarni o'rganishda tahlilchi-

dan asosiy ahamiyatga ega, ular raqobatchilarning narxlari, maxsus takliflari va boshqa hujjatlarini o'rganib chiqishadi. Ko'pchilik kompaniyalar iste'molchilar orasida so'rov o'tkazishadi: raqobatchilar tovar va xizmatlari, ularning kuchli va kuchsiz tomonlari haqida fikrlarini bilib olishadi. Tajribali tahlilchilar ushbu ma'lumot asosida raqobatchilarning qaysi harakatlari muvaffaqiyatga olib kelganligi haqida aniq xulosa chiqara oladilar. Raqobat razvedkasi asosiy qurol. Raqobatchilar bir-biridan tovarni sotish usullarini ham faol o'rganishadi. Masalan, doimiy raqobatchilar - PepsiCo va Coca-Cola navbatma – navbat “qopqoq tagiga qarang” marketing usulini qo'llashiadi, bu bilan ular ichimlik iste'molchilarini sovrin yutib olish imkoniyati bilan jalb qilishadi.



3.2- rasm. Benchmarkingning asosiy bosqichlari

Raqobat benchmarkingi yordamida kompaniyalar o'zlarining ichki muammolarini hal etishadi.

Benchmarkingning ko'p misollari MDH kompaniyalari tomonidan chet el tajribasini kiritish bilan bog'liq. Va G'arb tajribasi bizda ishlaymaydi, degan fikr mavjud bo'lsada, muvaffaqiyatli menejerlar nimani, qayerda va qanday samarali o'zlashtirishni juda aniq topishadi. Har xolda, ular doim g'arb texnologiyalaridan umumiy miqyosdagi oriyentir sifatida foydalanishadi.

Chet el analoglarini o'rganish ("G'arb analoglarini o'rganish uslubini") boshqaruv tizimini yo'lga qo'yishda rivojlanishning ustuvor yo'nalishlarini aniqlashda qo'l keladi.

Vazifalar benchmarkingidan alohida vazifalar (sotuvlar, xoridlar xodimlar boshqaruvi va b.) samaradorligini taqqoslashda foydalaniladi. O'zgalar tajribasida olmos zarralari bor, lekin ularni o'zligicha silliqlash zarur.

Ba'zan muvaffaqiyatli yechim uchun uzoqqa borishning keragi yo'q – uni firmani o'zida ham topsa bo'ladi. Ichki benchmarking - bitta tashkilotda turli bo'linmalar faoliyati samaradorligini taqqoslashdir, masalan, sotishlar va xaridlar bo'limlari. Xoldinglarda bitta vazifani turh korxonalarda taqqoslasa bo'ladi.

Ichki benchmarkingni xalqaro korporatsiyalar yangi bozorga chiqayotganda hududlar o'rtasidagi o'xshashhkn hisobga olishadi va boshqa davlatlarda tekshirib ko'rilgan usullardan foydalanishadi.

Foydali tajribani boshqa sohalarda ishlayotgan korxonalar ham o'zlashtirsa bo'ladi. Benchmarkingning ushbu turi umumiy deb nomlanadi. Raqobat benchmarkingidan farqli o'laroq, bunda birorta korxon bilan kelishish va "rasmiy tashrif" buyurish imkoniyati ko'proq. Ichki benchmarking uncha ko'p tarqalmagan - xamma menejer ham ko'zi oldidagi ijobiy tajribani ko'ra olmaydi. Ammo shunday solishtirma tahlil sezilarli foyda olib keladi.

Xalqaro kompaniyalar Rossiyada ham odatda boshqa davlatlarda tekshirib ko'rilgan strategiyalarni ishlatishadi. Masalan, Xerox kompaniyasi butun dunyoda to'g'ridan to'g'ri sotuvlar tamoyilidan foydalanardi. Ammo, Yevropada bu yaxshi foyda keltirsa, ulkan hududga ega davlatlarda ushbu uslub bilan butun bozorni egallab olish mushkul.

Bizni qiynayotgan muammoni qaysi korxonada qanday yechishganini qayerdan bilsa bo'ladi? Namunalarni har xil yo'l bilan qidirsa bo'ladi. Eng keng tarqalgan usul - gazeta va jurnallar maqolalarni

o'qish. Boshqa firmalarda ishlagan xodimlar ham ma'lumotning yaxshi manbasi bo'lishadi.

Benchmarkingga to'g'ri keluvchi variant - kompaniyaning hamkorlari, distributorlar va ta'minotchilari, chunki ular haqiqatan ham umumiy biznesni rivojlanishidan manfaatdordirlar.

Agar hamkorlarni, ularning biznesi rivojlantirilsa, ular sizdan yanada ko'proq sotib olishadi. Benchmarking borasida hamkorni topishning yana bitta usuli - uni ikki tomonlama foyda bilan qiziqtirishdir.

3.4. Korxonalar faoliyati samaradorligini oshirishda zamonaviy strategiyalardan foydalanish

Strategiyani tavsiflash uchun korxonaning joriy holati haqida, u muayyan istiqbolda o'zini qanday tutishi kerakligi va qanday yo'nalishda istalgan maqsad tomon harakat qilishi haqida aniq tasavvurga ega bo'hshi kerak. Strategiyani ishlab chiqishga algoritmik yondashuv mavjud bo'lib, shu sababli har qanday korxonada bu yo'nalishda mustaqil harakat qilishi mumkin. Masalaning nozik tomoni shundaki, har bir alohida biznesning xususiyatlari, shuningdek uning maqsadlariga erishishning o'ziga xos vositalari hech qanday yo'riqnomada berilmagan.

Investor o'z mablag'larini samarali kiritishni rejalashtirish uchun korxonaning maqsadlari va imkoniyatlarining tavsifini boshqa xuddi shunday tavsiflar bilan solishtiriladigan shaklda olishi kerak. Shuning uchun korxonada strategiyalarni ishlab chiqish va taqdim qilishning umume'tirof etilgan qoidalariga mos holda hujjatlashtirilishi lozim.

Strategiya korxonaning investitsiyaviy jozibadorligini oshirishning vositalaridan biri bo'lib hisoblanadi va odatda keng miqyosli faoliyatni yo'lga qo'ygan yirik korxonalarda ishlab chiqiladi. Uni ishlab chiqishni muayyan obro' e'tiborga ega bo'lgan, bunday xizmatlarni ko'rsatishga ixtisoslashgan konsalting kompaniyalariga topshirish maqsadga muvofiq.

Bunday maslahatchilarning ijobiy imidji strategiyaning muhimligi foydasiga jiddiy dalildir. Biroq bunday maslahatchilarning xizmati yuqori baholanadi va hammaning ham imkoniyatlariga to'g'ri kelmaydi.

Masalan, faoliyatni rivojlantirish muammolariga birinchi marta duch kelgan kichik yoki o'rta korxonada bunday xizmatlardan foydalana olmaydi. Bunday korxonada uchun maqbul yo'nahishni belgilab olish

uchun ushbu muammolarni batafsilroq ko‘rib chiqamiz. Kichik va o‘rta korxonalarda biznesni rivojlantirish sharoitida strategik boshqarish muammolarini taxminan quyidagicha tavsiflash mumkin:

Bunday vaziyatda maqsadlarni belgilashning muayyan madaniyati hamda aksiyadorlar va menejmentning ushbu maqsadlarga erishish yo‘lidagi hamjihatligi talab etiladi. Bu madaniyatning asosi – vaziyatni bilish va tahlil qila olish, maqsadlarni tavsiflash, vazifalarni taqsimlash, resurslarni ta‘minlash va ularni boshqarish huquqini bo‘lib berishdir.

Berilgan strategik maqsadlar ro‘yxatini SMART12 mezonlarini hisobga olgan holda yana bir marta aniq ta‘riflab berish zarur:

S Specific	Har bir maqsad aniq muayyan natija sifatida bayon qilinishi zarur
M Measurable	Maqsadni muayyan indikatorlar va standart o‘lchash protseduralari yordamida o‘lchash mumkin bo‘lishi zarur
A Assignable	Maqsad asoslangan, inson yoki tashkilot uchun hayotiy muhim bo‘lishi lozim
R Realistic	Maqsad realistik, amalga oshiriladigan bo‘lishi zarur
T Time-related	Maqsad vaqt bo‘yicha aniq belgilangan bo‘lishi lozim

Bu tadbirlar aksiyadorlar, korxonalar menejerlari va maslahatchilar bilan birga olib boriladigan shaklida amalga oshirilishi mumkin.

Avvalo, yuqorida ta‘kidlab o‘tganimizdek, har qanday korxonaning uzoq muddat mobaynida samarali faoliyat ko‘rsatishi ko‘pincha uning korxonalar salohiyatini yaxshiroq tarzda amalga oshirish imkonini beruvchi strategik yo‘nalishini, ya‘ni strategik rejalarni va bozordagi raqobat strategiyalarni to‘g‘ri tanlashiga bog‘liq. Barcha korxonalar uchun yagona strategiya mavjud emas. Agarda korxonaning mavjud bozordagi raqobat strategiyalari istiqbolsizligi aniqlansa, u holda bu borada tahlil amalga oshiriladi, rivojlanishning mumkin bo‘lgan strategiyalari baholanadi va tanlanadi.

“Bechmarking”, odatda, “o‘zidan” boshlanadi, ya‘ni korxonalar ichki muhitni o‘rganishdan. Birinchi odim - muvaffaqiyatning muhim omillarini (MMO) aniqlash. Iste‘molchi uchun bizning mahsulotimiz yoki xizmatimizda eng muhimi nima ekanligini tushunib olishi zarur. Keyingi odim – ushbu jarayonni eng yaxshi tashkillashtirgan namunali

korxonami izlash. Keyin esa mas'uliyatli axborot yig'ish bosqichi keladi. Axborot dalillarga tayangan bo'lmog'i darkor. Keyingi bosqich - axborot tahlili. Olingan ma'lumotlarni tahlil qilib, korxonaga va olingan namuna korxonaga o'rtasidagi tafovutni kamaytirish uchun xulosalar chiqarish zarur. Xulosalar ishlab chiqiladi va muvaffaqiyat ehtimoli aniqlanadi. Asosiy xulosalar tayyor bo'lgach uni amalga oshirish uchun korxonaga tahlilidan kelib chiqqan holda yondoshiladi.

Tushunarlik, gap boshqalar yutuqlaridan ko'r - ko'rona nusxa ko'chirish haqida ketmayapti. Biznes jarayonlarni qayta qurish uchun to'lanadigan narx muhim ahamiyatga ega. "Bechmarking"da topilgan yechimlarni joriy qilish bahosi va ulardan keladigan foyda o'rtasidagi muvozanatni saqlash zarur.

Asosiy tayanch tushunchalar

Strategik rejalashtirish, strategik boshqaruv, strategik qaror, strategiya variantlari, direktiv reja, normativ strategiya, konsratsiyalashgan (chegaralangan) o'sish strategiyasi, integratsiyalashgan o'sish strategiyasi, diversifikatsiyalangan o'sish strategiyasi, qisqartirish strategiyasi, raqobat matritsasi, Porter strategiyasi, Benchmarking, investitsion jozibadorlik.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. “Strategiya” va “strategik rejalashtirish” to‘g‘risida qanday yondashuvlar mavjud?

2. Strategik rejalashtirishning korxonada boshqaruv jarayoniga ta‘siri qanday?

3. Korxonalar faoliyatida strategiyalarni amalga oshirishning qanday usullari mavjud?

4. Korxonada strategik rejalashtirish jarayoni qanday bosqichlardan iborat?

5. Korxonada qanday holatlar uchun diversifikatsiyalangan o‘shish strategiyasini qo‘llaydi?

6. Konsentratsiyalashgan o‘shish strategiyasi uchun xos bo‘lgan xususiyatlar nimadan iborat?

7. Korxonada qanday maqsadlar uchun integratsiyalashgan o‘shish strategiyasi qo‘llaniladi?

8. I.Ansoff matritsasida korxonada faoliyati uchun qanday strategik tavsiyalar mavjud?

9. M.Porterning “Raqobat matritsasi”da raqobatni harakatga keltiruvchi kuchlar qanday omillar ta‘siri ostida yuzaga keladi?

10. Benchmarking strategiyasini qo‘llashning xorij tajribasi va uning o‘ziga xos xususiyatlari.

11. Benchmarking strategiyasini amalga oshirish jarayoni qanday bosqichlardan iborat?

IV bob. KORXONALARNING TASHKILY TUZILMASI VA BOSHQARUV JARAYONLARI STRATEGIYASI

Mazkur bobda korxonada tashkiliy tuzilmasining o'ziga xos xususiyatlari, boshqaruv qarorlarini qabul qilish jarayonida tashkiliy tuzilmalarning asosiy elementlari bilan shtab funksiyalarini muvofiqlashtirish masalalari o'rganilgan. Korxonada boshqaruv jarayonining samarasini ta'minlovchi tashkiliy tuzilmani tanlash va shakllantirish nuqtayi nazaridan kelib chiqib, korxonada tashkil etilgan boshqaruv strukturasi boshqarish masalalari va uni rivojlantirish bilan bog'liq shart-sharoitlar tadqiq etilgan.

4.1. Korxonada tashkiliy tuzilmasi haqida tushuncha va uning turlari

4.2. Korxonada boshqaruv faoliyatida tashkiliy tuzilmalarning afzalliklari hamda kamchiliklari

4.3. Korxonada tashkiliy tuzilmalarini loyihalashtirishning o'ziga xos xususiyatlari

4.4. Korxonada strategik boshqarish mazmuni va uning iqtisodiyotdagi ahamiyati

4.5. Korxonada boshqaruv jarayonida strategik rejalashtirish

4.6. Samarali faoliyat olib borishda strategiyani amalga oshirish bo'yicha asosiy vazifalar

4.1. Korxonada tashkiliy tuzilmasi haqida tushuncha va uning turlari

Korxonada tashkiliy tuzilmasi deganda, boshqaruv bo'g'inlari va bosqichlari miqdori va tarkibi tushuniladi. Korxonada tashkiliy tuzilmasining oddiy va tushunarli bo'lishi uning ish qobiliyati yuqori bo'lishini kafolatlaydi, ya'ni boshqaruv tashkiliy tuzilmasida bosqich va bo'g'inlar qancha kam bo'lsa, boshqaruv shunchalik samarali bo'ladi.

Boshqaruv bo'g'inlari – bu bitta yoki bir - qancha vazifalarni bajaruvchi mustaqil tarkibiy unsurlardir. Tuzilma elementlari, ularning

bo'linmalari va boshqaruv apparatida ishlovchilardir.

Boshqaruv bosqichlari - bu boshqarishning biror darajasidagi ma'lum bir bo'g'inlar yig'indisidir. Shu belgisiga ko'ra boshqaruvning tashkiliy tuzilmalari – ko'p bosqichli (ko'p bo'g'inli), uch, ikki bosqichli (bo'g'inli) bo'ladi. Bosqichlar va bo'g'inlar o'rtasidagi aloqa vertikal va gorizontal bo'llishi mumkin. Vertikal bo'g'inlar rahbarlarning ularga bo'yinuvchilar o'rtasidagi munosabatlarni, gorizontal aloqalar boshqaruvning teng huquqli bo'g'in va unsurlari o'rtasidagi munosabatlarni bildiradi. Iqtisodiyotni boshqaruv tashkilotlari yuqori, quyi, teng huquqli tashkilotlarga bo'linadi. Yuqori tashkilotlar respublika va tarmoq boshqaruv tashkilotlariga ajratiladi. Umumdavlat boshqaruv tashkilotlari ishlab chiqarishning turli tarmoqlarini birlashtiradilar. Umumdavlat boshqaruv tashkilotlari Respublika Konstitutsiyasiga asoslangan holda faoliyat yuritadi.

Xalq xo'jaligini boshqarishning umumdavlat tashkilotlari qonun chiqaruvchi, ijro etuvchi va sud tashkilotlariga bo'linadi. Qonun chiqaruvchi oliy tashkilot - O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisidir. U xo'jalik faoliyatini tartibga soluvchi qonun, qonuniy aktlarni tasdiqlaydi. Davlat rejalari va budjetining bajarilishi haqida hisobotni muhokama qilib tasdiqlaydi, iqtisodiyotni boshqarishning ijroiya tashkilotlarini shakllantiradi. Xalq xo'jaligini boshqarishning ijroiya tashkilotlariga umumiy tarmoq va maxsus vakolatga ega tashkilotlar kiradi. Umumiy vakolatga ega ijroiya tashkilotlariga O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi, Qoraqalpog'iston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi va hokimiyatlar kiradi. Maxsus vakolatli tashkilotlar tarmoqlararo xususiyatga ega vazifalarni bajaradilar. Ular qatoriga Davlat qo'mitalarini kiritish mumkin. Umumdavlat boshqaruvi tashkilotlarining asosiy vazifalari: FTTning asosiy yo'nalishlarini belgilash, tabiiy muhitni muhofaza qilish, pul va kredit tizimiga rahbarlik qilish, soliq va daromadlarni belgilash, hisob va statistikani tashkil etish, narx, tariflar belgilash, xalq xo'jaligi tarmoqlariga rahbarlik qilish kiradi.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining doimiy ish yurituvchi tashkilotlari faoliyati tarmoqlararo ilmiy-texnikaviy ishlarga rahbarlik qilish, fan-texnika sohasida tanlov, ko'ngilli asosda ishlarni tashkil etish kabi vazifalarni bajaradi.

Respublika tovar birjalarining asosiy vazifasi korxonalar bilan hamkorlikda mintaqada moddiy texnikaviy ta'minotning barqaror va samarali tizimini tashkil etish, iste'molli va ishlab chiqaruvchilar o'rtasida barqaror mintaqaviy aloqalarni o'rnatish, mahsulot yetkazib

berishni nazorat qilish, korxonalariga ularni moddiy texnikaviy ta'minlashda ko'mak berishdan iboratdir. Moddiy-texnikaviy ta'minot tashkilotlari xo'jalik hisobi asosida ishlab chiqarish vositalarini sotishning ko'p tarmoqli savdoni ta'minlash va moddiy resurslardan maqbul foydalanishga rahbarlik qiladilar.

Moliya Vazirligi va uning joylardagi tashkilotlari davlat va korxonalar manfaatlarini liimoya etishga asoslangan butunlay yangi moliyaviy siyosatni amalga oshiradi, xo'jalik yuritish samaradorligini so'm bilan nazorat etishni ta'minlaydi, shirkat va individual mehnat faoliyatini moliya-kredit vositasida tartibga solish bo'yicha choralarni belgilaydi, aholi daromadlaridan soliq olish, bozor iqtisodiyotiga mos ish usullari va shakllarini joriy etadi, budjet tashkilotlari faoliyatini moliyalashtirish tizimini o'zgartiradi, uni iqtisodiy me'yor va normativlar asosida tashkil etadi, ish sifatini oshirishni iqtisodiy rag'batlantirish va ajratilgan mablag'lardan maqbul ravishda foydalanishni Iqtisodiy rag'batlantirish usullarini keng qo'llashni ta'minlaydi. Respublika Markaziy banki iqtisodiyotdagi barcha kredit va hisob-kitob munosabatlarini tashkil etuvchi va tartibga soluvchi bosh bankdir. Tijorat banklari tizimi faoliyati to'liq xo'jalik hisobi va o'z-o'zini moliya bilan ta'minlashi asosiga o'tkaziladi. Mehnat va ijtimoiy masalalar bilan shug'ullanuvchi davlat tashkilotlari va ularning joylardagi bo'linmalari to'liq bandlikni, band bo'lmagan mehnat resurslarini qayta tayyorlash va kasb o'rgatish, kadrlarga bo'lgan talabni qondirishni ta'minlaydilar.

Respublika vazirliklari respublika hududidagi kontsernlar tarmoqlarni boshqarishni amalga oshiradilar. Tarmoqni boshqarish tizimiga yakka rahbarlik asosida ish yurituvchi vazir boshchilik qiladi. U qo'l ostidagi vazirlik va unga qarashli korxonalar faoliyatiga shaxsan javobgardir.

Har bir vazirlikda vazir tarmoqni boshqarishning muhim masalalarini kollegial ravishda ko'rib chiqish va amalga oshirishga imkon beruvchi maslahat tashkilotlari tashkil etiladi. Bosh maslahat beruvchi tashkilot - kollegiya bo'lib, uning tarkibiga vazir o'rinbosarlari, boshqarma boshliqlari, korxonalar rahbarlari kiradi. Xalq xo'jaligi tarmog'i tarkibida ham davlat, ham xususiy korxonalar, firma, aksionerlik jamiyatlari faoliyat yuritadi. Korxonalar, firma, aksionerlar jamiyatlari fan-texnika salohiyatidagi samarali foydalanish, ishlab chiqarishni kooperatsiyalash va uyg'unlashtirish va uyg'unlashtirish asosida mahsulot ishlab chiqarish maqsadida tashkil etiladi. Ular xo'jalik hisobi asosida sanoat, qurilish, transport, savdo va boshqa sohalarda faoliyat yurituvchi

tarkibiy qismlardan tashkil topadi. Tarkibiy qism bankda alohida balans va hisobraqamiga ega bo'lishi va ijara pudrati bo'yicha, xususiy sohada ish yuritishi mumkin.

Korxonada, firma, aksionerlik jamiyati tarkibiy birlikka qarashli asosiy fond va mablag'larni birlashtiradi, ichki xo'jalik munosabatlarini amalga oshirish, tarkibiy birliklar o'rtasidagi munozaralarni hal etish, shuningdek, ular o'z majburiyatlari bo'yicha javobgarlik tartibini belgilaydilar. Tarkibiy birlik qonunda belgilangan huquqlari doirasida unga birlashtirilgan mulkni tasarruf etadi, firma, AJlari nomidan boshqa tashkilotlar bilan shartnomalar tuzadilar.

Korxonada, firma, aksionerlar jamiyatlari tarkibiy birlikka o'z nomidan shartnoma tuzish va bu shartnoma bo'yicha javobgar bo'lish huquqini beradi.

Tashkiliy tuzilmalar juda turli-tuman, lekin ular umumiy izchil bog'liqlikka ega va qonuniyatlarga bo'ysunadi. Boshqarishning tashkiliy tuzilmasining asosiy turi chiziqli va funksional turlaridir. Ular birikishi asosida turli xil chiziqli-funksional tuzilmalar tarkib topadi⁴.

Chiziqli tuzilma uning quyi boshqaruv bo'g'inlari yuqori bosqichdagi rahbarga bevosita bo'ysinishi bilan tavsiflanadi. Chiziqli tuzilmada har bir xodim bitta rahbarga bo'ysunadi va yuqori tizim bilan faqat u orqali bog'langan bo'ladi. Chiziqli tuzilmaning ijobiy tomonlari uning oddiy, ishonchli, kamxarjligidir. Har bir rahbar butun mehnat jamoasi faoliyati natijalari bo'yicha javobgar. Bu strategik va joriy qarorlarni qabul qilish huquqi markazlashishiga olib keladi.

Chiziqli tuzilmalarni hal etiluvchi masalalar doirasi keng bo'lmagan, bu masalalar yechilishi oson bo'lgan hollarda qo'llash maqsadga muvofiqdir. Sof xolda chiziqli boshqaruv juda kam, asosan, brigada, bo'lim, shirkat, kichik korxonalarda qo'llaniladi.

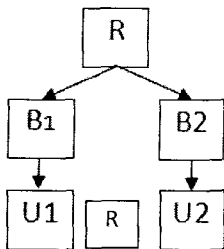
Funksional tuzilma - boshqaruv vazifalarining funksional bo'g'inlar va rahbarlar o'rtasida taqsimlanishiga asoslanadi. U boshqaruv murakkablashuvi va ixtisoslashuv rivojlanishi bilan bog'liq holda vujudga kelgan.

Funksional tuzilmada boshqaruvchi ko'rsatmalar nisbatan malakali bo'ladi, lekin yakka boshchilik tamoyiliga rioya qilinmaydi. Funksional bo'g'inlar soni ortishi bilan har bir bo'g'in mustaqil ravishda hal etuvchi masalalar doirasi torayib boradi. Muammoning mohiyati har bir bo'g'in o'z masalasini birinchi navbatda hal qilishdan manfaatdor bo'lishida emas, balki bitta ham bo'g'in bu masalani yetarli darajada asoslangan

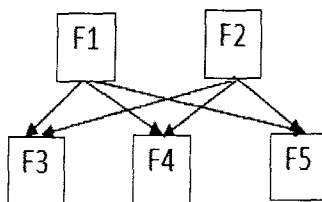
⁴ Kadirxodjayeva N.R., Ashrapova I.K. «Menejment»: O'quv qo'llanma. –Toshkent: TDIU, 2010.67 – bet.

holda va to'g'ri hal qila olmasligi, yechimlar maydalashib, to'liq bo'lmay qolishidadir. Bu boshqaruvni marakkablashtirib, uning samaradorligini kamaytiradi.

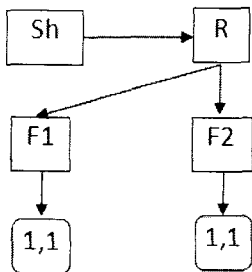
Chiziqli



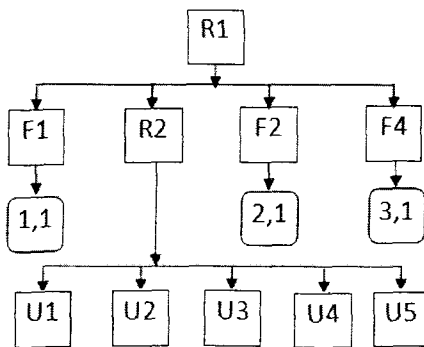
Funksional



Chiziqli shtabli



Chiziqli funksional



4.1-rasm. Shartli belgilar: R - rahbar, B - boshliq, U - usta, F - funksional rahbar, Sh - shtab, 1,1; 1,2; 1,3 - funksional bo'limlar.

Chiziqli tuzilmani tashkil etish va funksional tuzilmaning kamchililari qo'shma, birlashtirilgan tuzilmalar - chiziqli-shtabli, chiziqli-funksio-

nal va boshqa tuzilmalar vujudga kelishiga sabab bo'ldi.

Chiziqli-shtabli tuzilmada chiziqli tuzilma asos qilib olinadi, lekin boshqaruvning quyi bo'g'inga ega har bir bo'g'inida ayrim muhim muammolar bo'yicha shtablar tuziladi. Shtablar malakali qarorlar tayyorlaydilar, lekin chiziqli tuzilma rahbari tasdiqlab, quyi darajaga yuboradi. U shtab tavsiyalarini koordinatsiya qiladi, muvofiqlashtiradi va natijada boshqaruv sifati yaxshilanadi, lekin vazifalar miqdori ko'p bo'lsa chiziqli tuzilma rahbari vazifalari xam ortadi. Shu sababli, amaliyotda boshqa qo'shma tuzilmalar vujudga keladi. Ular orasida eng keng tarqalgani chiziqli-funksional tuzilmadir.

Chiziqli-funksional strukturada, funksional zvenolar quyi turgan bo'linmalarga o'zlari buyruq bera oladilar, lekin ular kompetentsiyasiga taaluqli bo'lgan aniq belgilangan savollar bo'yicha. Masalan, rejalashtirish-iqtisodiy bo'limi sex boshlig'iga rejalashtirishni rivojlantirish savollari bo'yicha buyruq berishi mumkin, Zavodning bosh buxgalteri esa sexda hisob va hisobotni yaxshilash bo'yicha va h.k. Chiziqli funksional strukturasi uning ustunligi uning boshqaruv prinsiplarini buyruq berishning yagonaligi prinsipi bilan uzviyligidadir. Lekin bu ustunlik strukturada aloqalarning murakkab tiplari mavjud: loyiha bo'yicha boshqarish; matritsali struktura va boshqalar. Loyiha bo'yicha boshqarish ishlab chiqarish texnologiyasining o'zgarishi bilan bog'liq qayta ko'rishlar va yangi texnologiyalar kiritilishi zarur bo'lgan korxonalar va tashkilotlarda qo'llaniladi. Bunday qayta ko'rishni amalga oshirish uchun faqatgina shu loyihaga javob beruvchi boshqaruv organi tuziladi. Boshqaruvning loyiha bo'yicha organi vaqtinchalik tashkilot hisoblanadi. Unga yuklatilgan vazifalar amalga oshirilgandan so'nggina tugatiladi.

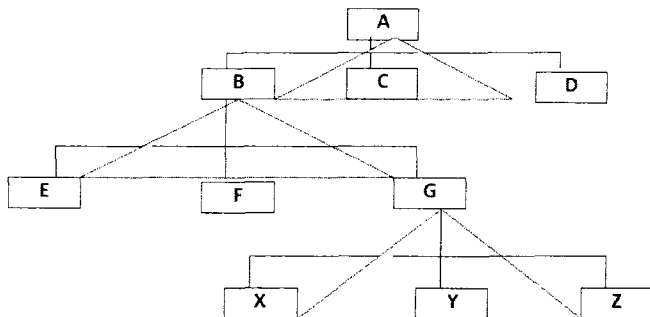
Matritsali struktura chiziqli va loyiha bo'yicha boshqaruv strukturalarining birlashtirilishi natijasida ko'riladi. Boshqaruvni tashkil qilishning matritsali strukturasi loyiha yoki dastur rahbarlarining faoliyati erkinligi ta'minlanadi, ular oldiga qo'yilgan masalalar maqsadli hal qilinadi. Ishni tashkil qilish bo'yicha rahbarning ma'suliyati aniqlanadi, ularning bajarilish muddati, yakuniy natijalar bo'yicha ham rahbarning ma'suliyati aniqlanadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida boshqaruv apparatini belgilangan darajada qisqartirishga, boshqaruvning har-xil darajalari va xar bir zveno chegarasida aloxida darajalarning vazifalari va funksiyalarini aniq ajratish, xalq xo'jaligi, korxonalar (firmalar) tarmoqlarining xo'jalik mustaqilligini ta'minlashga imkon beradigan yangi tashkiliy strukturalar tuziladi.

4.2. Boshqaruv faoliyatida tashkiliy tuzilmalarning afzalliklari hamda kamchiliklari

Tashkilot bo'linmalararo aloqa ko'rinishiga qarab, tashkiliy tuzilmani quyidagilarga ajratish mumkin: chiziqli, funksional, chiziqli – funksional (shtabli) va matritsali.

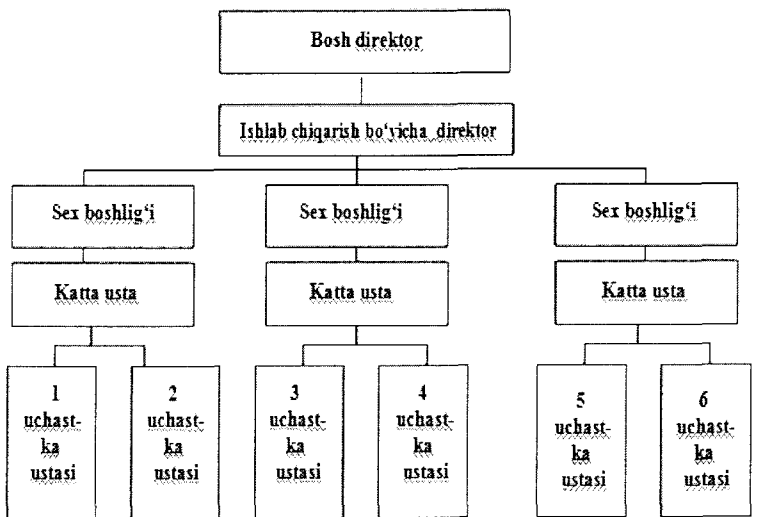
Boshqaruvning chiziqli tashkiliy tuzilmasi. Bu boshqaruvning sodda, oddiy boshqaruv tuzilmasi. U shu bilan xarakterlanadiki, har bir tuzilma bo'linmalari boshida hamma vakolatlarga ega bo'lgan va o'ziga bo'ysinuvchilar uchun yakka hokimlik xislatiga ega bo'lib, o'z qo'lida boshqaruv funksiyasini mujassamlashtira oladigan rahbar – yakkahokim bo'ladi.

Chiziqli boshqaruvda har bir zveno va har bir bo'ysinuvchi bitta rahbarga ega bo'lib, u orqali yagona kanal orqali boshqaruvning hamma komanda (ko'rsatma) lari o'tadi. Ushbu holatda boshqaruvchilik zvenolari rahbar faoliyatining hamma natijalariga javob beradi. Chunki ularning har biri hamma ish ko'rinishlarini bajarib, mavjud obyekt boshqaruviga bog'liq bo'lgan qarorlarni ishlab chiqadi va qabul qiladi. Chiziqli boshqaruv tuzilmasi faoliyatini baholash uchburchak ko'rinishiga ega. Chiziqli boshqaruv tuzilmasida qarorlar “tepadan pastga” zanjirida yuborilib, boshqaruvning quyi zvenosi rahbari undan yuqori pog'onadagi rahbarga bo'ysunadi, shu tufayli o'ziga xos mavjud tashkilot rahbarlari iyerarxiyasi vujudga keladi (masalan, seksiya mudiri, bo'lim boshlig'i, magazin direktori yoki uchastka ustasi (masteri), muhandis, sex boshlig'i, korxonada direktori).



4.2-rasm. Natija – uchburchak tamoyili bo‘yicha boshqaruvning chiziqli tuzilma sxemasi⁵.

Shu tarzda yakka hokimlik tamoyili amalga oshiriladi. Uning mazmuni shundan iboratki, bo‘ysinuvchilar faqat bitta rahbar farmoyishini bajarishadi. Boshqaruv yuqori organi bo‘linma boshliqlarisiz ish bajaruvchilarga u yoki bu arfmoyish bera olmaydilar, chunki boshqa boshliq “mening” bosblig‘im boshqaruvning chiziqli tuzilmasini quyidagicha ifodalashi mumkin.



4.3-rasm. Boshqaruv tuzilmasining chiziqli tashkiliy sxemasi⁶

Chizmadan ko‘rinib turibdiki, boshqaruvning chiziqli tuzilmasida har bir bo‘ysinuvchi boshliqqa ega, har bir boshliq esa bir necha yordamchilarga ega. Bunday tuzilma boshqaruvning quyi pog‘onasidagi (seksiya, brigada va sh. k) uncha katta bo‘lmagan tashkilotlarga oiddir.

Tashkilotni boshqarishning chiziqli tizimi ishlab chiqarish belgisi bo‘yicha texnologik xususiyatlarga, ishlab chiqariladigan mahsulotlarga qarab mujassamlashtirish darajasini hisobga olgan holda olib boriladi.

Boshqaruvning chiziqli tuzilmasi mantiqan ancha tartibli va rasman aniq, shu bilan birga epchil bo‘lib hisoblanadi. Har bir rahbar hokimlikni

⁵ Mahkamova M.A., Yuldasheva S.A., Holmatova Sh.R., Shmigun O.Menejment.T.:2007 yil.

⁶ Mahkamova M.A., Yuldasheva S.A., Holmatova Sh.R., Shmigun O. Menejment.T.:2007-yil.

to'liq egallagan bo'ladi, biroq ular maxsus bilimni talab qiladigan funksional muammolarni hal etishda nisbiylikka ega bo'ladilar.

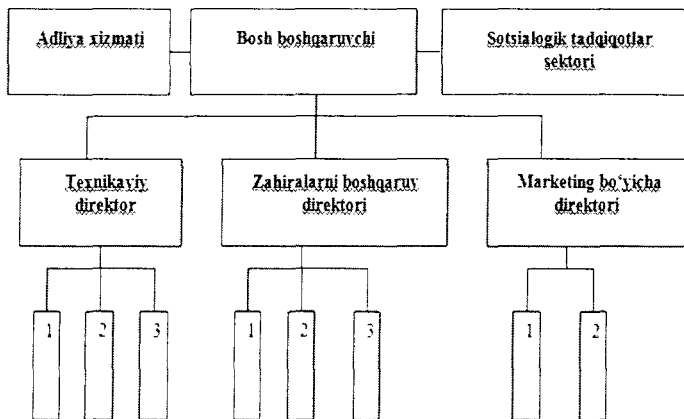
Boshqaruvning chiziqli tashkiliy tuzilmasi o'z ijobiy va salbiy tomonlariga egadir.

Chiziqli tuzilmadagi jiddiy kamchiliklar ma'lum bir darajada funksional tuzilma yordamida tuzatilishi mumkin. Chiziqli tuzilmadagi kattalashmaguncha samarali harakatda bo'lishi mumkin. Firmaning o'sishi bilan uning menejmentiga maxsus ekspertlarga qaramlik paydo bo'la boshlaydi. Agar ekspertlar ishga tushsa, tuzilma chiziqli – shtabli bo'ladi. Chiziqli rahbarlar bosh maqsadni amalga oshishida javobgarlikni his etadilar, shtabli rahbarlar esa, ikkinchi darajali masalalarni hal etishadi. Shtab rahbarlari chiziqli rahbarlarga bo'ysungan holda maslahatchi funksiyani bajaradilar.

Shtab rahbarlariga bo'lgan talab tashkilotdagi funksional murakabliklarni ko'payishiga olib keladi.

Boshqaruvning chiziqli – funksional (shtabli) tuzilmasi.

Bunday tuzilmadagi boshqaruvda ma'lum bir jamoaga rahbarlik qiluvchi chiziqli rahbar hamma javobgarlikni o'ziga oladi. Unga (chiziqli) aniq masalalarni ishlab chiqishda va o'ziga xos qarorlarni, dasturlarni tayyorlashda funksional bo'limlardan iborat bo'lgan (boshqarma, bo'limlar, byuro va sh.k) maxsus apparat yordam beradi. Ushbu holda bo'linmalar funksional tuzilmalari bosh chiziqli rahbarning qaramog'ida bo'ladi. Ular o'z qarorlarini bosh rahbar orqali yoki (o'z vakolati bo'yicha) bevosita ish bajaruvchi bo'limlar rahbarlari orqali amalga oshiradilar.



4.4-rasm. Chiziqli – funksional (shtabli) tashkiliy tuzilma sxemasi⁷

Shunday qilib, chiziqli funksional tuzilma o‘z tarkibiga chiziqli rahbariyatidagi tashkilot masalalarini bajarishga yordam beruvchi bo‘linmalarni qamrab oladi. Chiziqli funksional tuzilma ham o‘z afzallik va qiyinchiliklariga ham egadir.

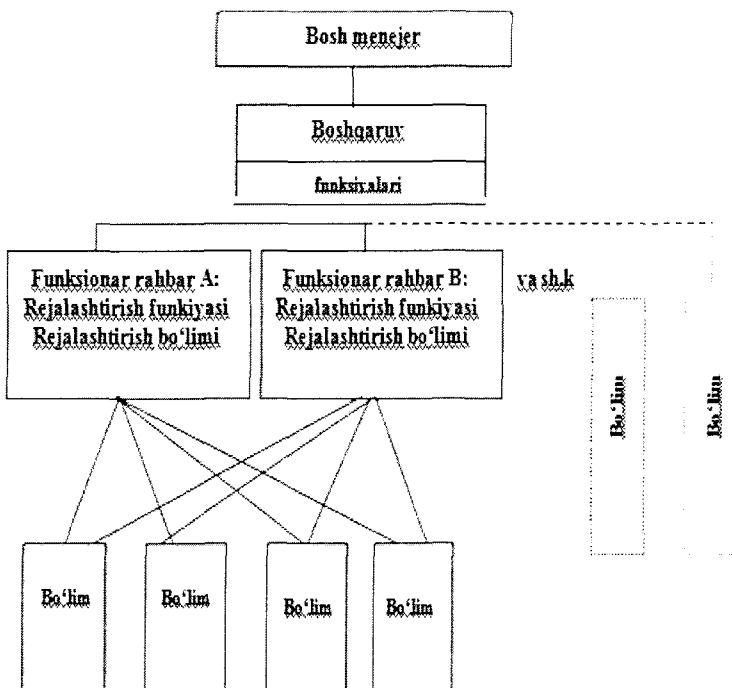
4. 1-jadval

Chiziqli funksional tuzilma ham o‘z afzallik va qiyinchiliklari

Afzalliklar	Kamchiliklar
<ul style="list-style-type: none">– ishchilar mutaxassisligi bilan bog‘langan qaror va rejalarni chuqurlashtirilgan holda tayyorlash.	<ul style="list-style-type: none">– ishlab chiqarish bo‘limlariaro gorizontal pog‘onasidagi quyuq o‘zaro aloqa va o‘zaro harakatlarning yo‘qligi.
<ul style="list-style-type: none">– bosh chiziqli menejerni muammoni chuqur tahlil qilishdan ozod qilish.	<ul style="list-style-type: none">– tayyorlanayotgan qaror, odatda uni joriy etilishida ishtirok etmasligi uchun aniq javobgarlikning yo‘qligi.
<ul style="list-style-type: none">– maslahatchi va ekspertlardan foydalanish imkoni.	<ul style="list-style-type: none">– vertikal bo‘yicha o‘zaro ta‘sirning haddan tashqari rivojlangan tizimi jumladan: boshqaruvning iyerarxiyasi bo‘yicha bo‘ysunishi ya‘ni, haddan tashqari markazlash-tirish

Tashkilotni boshqarishning funksional – tashkiliy tuzilmasi. Funksional boshqaruv aniq ishlar ko‘rinishini bajarishga mo‘ljallangan va chiziqli boshqaruv tizimida qaror qabul qilish uchun kerak bo‘lgan bo‘linmalar majmuasi orqali amalga oshiriladi.

⁷ Mahkamova M.A., Yuldasheva S.A., Holmatova Sh.R., Shmigun O.Menejment.T. 2007-yil. 89-bet.



4.5-rasm. Boshqaruvning funksional tashkiliy tuzilmasi sxemasi.⁸

Tashkilotda odatda bir xil sohadagi mutaxassislar mutaxassisligi bir bo'lgan bo'linmalarga (bo'limlarga) birlashtiriladi, masalan marketing bo'limi, rejalashtirish bo'limi, buhgalteriya va sh.k. shunday qilib, tashkilotni boshqarishning umumiy masalalari o'rta zvenodan boshlab funksional mezon bo'yicha bo'linadi. Shuning uchun boshqaruvning funksional tuzilmasi degan nom kelib chiqqan. Funksional boshqaruv chiziqli boshqaruv bilan yonma-yon bo'lib ish bajaruvchilar uchun ikki tomonlama bo'ysunishga olib keladi.

Rasmdan shu narsa ko'rinib turibdiki, hamma funksiyasini tahlil etib uni bajaradigan universal menejerlar o'rniga o'z sohasida katta iqtidorga ega bo'lgan va ma'lum bir yo'nalish uchun javob beradigan (masalan, rejalashtirish va istiqbollash) mutaxassislar shtatlari paydo

⁸ Azlarova M.M. "Menejment va marketing asoslari". O'quv-uslubiy majmua. -T.: TDIU, 2013. -350 b.

bo'ladi. Boshqaruv apparatining bunday funksional ixtisoslashuvi tashkilot faoliyati natijaviyligini ancha oshiradi.

4.2-jadval

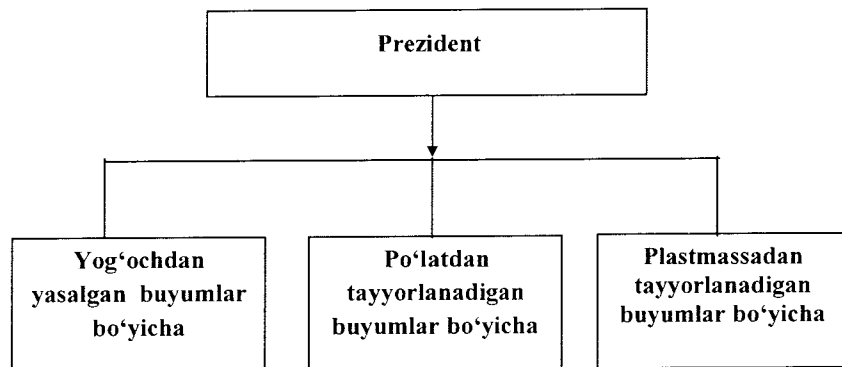
Chiziqli va funksional tuzilmasining afzallik va kamchiliklari

Afzalliklar	Kamchiliklar
1) Aniq funksiyalarni amalga oshirishga javob beradigan mutaxassislar iqtidorining yuqoriligi.	1) "O'z" bo'linmalari masalalari va maqsadlarni amalga oshirishga haddan tashqari qiziquvchanlik.
2) Chiziqli menejerlarni ayrim maxsus masalalarni hal etishdan ozod etish.	2) Turli xil funksional xizmatlar orasidagi doimiy o'zaro aloqani ushlab turishning murakkabligi.
3) Hodisa va jarayonlarni standartlashtirish, rasmiylashtirish va dasturlash.	3) Haddan tashqari markazlashtirilishi.
4) Boshqaruvchilik funksiyalarning bajarilishini qaytarilish va paralelligiga yo'l qo'ymaslik.	4) Qaror qabul qilishning cho'zilib ketishi.
5) Keng miqyosdagi mutaxassislarga bo'lgan ehtiyojni kamaytirish	5) Nisbatan tashkiliy shaklni o'zgartirish qiyin bo'lgan turg'unligidir.

Boshqaruvning chiziqli va funksional tuzilmasining kamchiliklari chiziqli - funksional tuzilma orqali tuzatiladi.

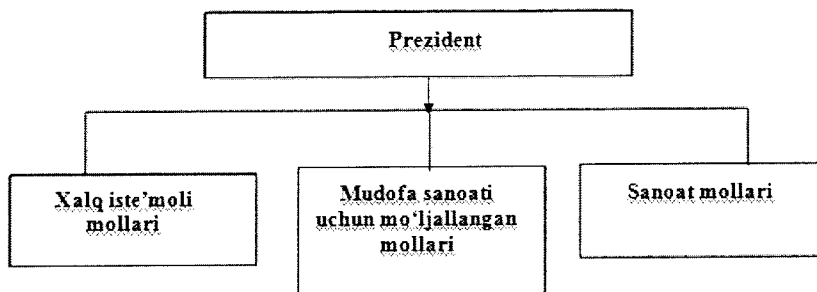
Funksional tuzilma kichik va ayrim firmalarda saqlanib qolgan katta korporatsiyalar bir necha o'n yil bo'ldiki divisional tuzilmani qo'llab kelishmoqda. Ushbu ko'rinishdagi tuzilmalarda tashkilotlarni bo'lim-

larga bo'lish uchta boshqa belgilar asosida sodir bo'ladi: mahsulot bo'yicha, sotib oluvchilar guruhi bo'yicha va grafik hududlar bo'yicha. Ushbu bo'limlar mustaqil tashkilotlar sifatida faoliyat ko'rsatib faqat korporatsiyani boshqarish markaziy organigagina bo'yso'nadi. Quyida Divizional tashkiliy tuzilma ko'rinishlarini keltiramiz.

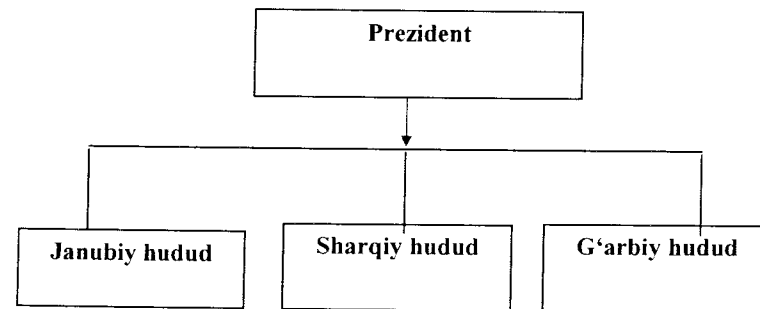


4.6-rasm. Mahsulot tuzilmasi. Bo'limlar-vitse prezidentlari

Bo'limlar – vitse prezidentlari



4.7-rasm. Divizional tashkiliy tuzilma ko'rinishlari.⁹



4.8-rasm. Hududiy tashkiliy tuzilma. Vitse-prezidentlar¹⁰

4.3-jadval

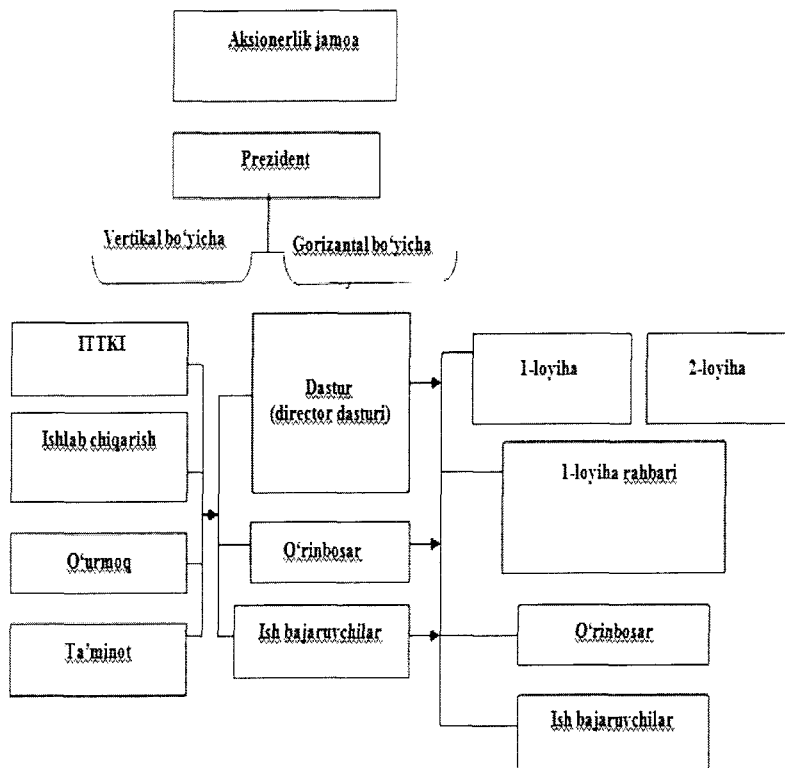
Divizional tuzilma o'z afzallik va kamchiliklarga ega¹¹

Afzalliklar	Kamchiliklar
1. Bu firmani o'sishining birdan-bir yo'li. 2. Menejrlarni yuqori darajadagi mustaqilligi ular javobgarligini oshiradi. 3. Menejer bilim doirasining kengligi.	1. Faoliyatni qaytarilish ehtimoli bor. 2. Turli xil bo'limdagi mutaxassis-larning yetarli muloqotda bo'lolmasliklari. 3. Bosh tashkilot bilan kuchsiz aloqasi.

⁹ Azlarova M.M. "Menejment va marketing asoslari". O'quv-uslubiy majmua. -T.: TDIU, 2013. -350 b.

¹⁰ O'sha yerda. 58-b.

¹¹ O'sha yerda. 60-b.



4.9-rasm. Boshqaruvning matritsali tashkiliy tuzilmasi¹²

Boshqaruvning matritsali tuzilmasi ikki xil ko'rinishdagi tuzilmani birlashtirish yo'li bilan amalga oshiriladi, ya'ni chiziqli va dasturiy-maqсадli tuzilmalarni qo'shish evaziga. Dasturiy-maqсадli tuzilma faoliyat ko'rsatayotganda boshqaruvchilik ta'siri ma'lum bir maqsadli masalani hal etishga qaratilgan bo'ladi va bu faoliyatda tashkilotning hamma zvenolari ishtirok etadi.

Oldindan ma'lum bo'lgan maqsadni amalga oshirishdagi ishlar majmuasi mavjud bo'yso'nish iyerarxiyasi bo'yicha emas, balki dasturda bayon qilingan maqsadga erishish yo'li bilan bajariladi. Bunda asosiy e'tibor ayrim bo'linmalarni mukammallashtirish uchun emas balki

¹² Kadirxodjayeva N.R. «Menеjment»: O'quv qo'llanma. –Toshkent: TDIU, 2013 yil. 67-b.

hamma faoliyat ko‘rinishlarini integratsiyalash, maqsadli dasturni samarali bajarilishi uchun hamma sharoitni bunyod etish bo‘lib hisoblanadi. Bunda dasturlar rahbarlari ishni amalga oshirish, joriy etish hamda boshqaruv funksiyasini sifatli bajarish, koordinatsiyalash javobgarligini o‘z bo‘yniga oladi.

Chiziqli tuzilmaga muvofiq (vertikal bo‘yicha) tashkilot faoliyatining ayrim sohalari bo‘yicha boshqaruv olib boriladi: ITTKU, ishlab chiqarish, ta‘minot va sh.k.

Dasturiy-maqsadli tuzilma doirasida (gorizontal bo‘yicha) dasturni (loyihalar, mavzular) boshqarish tashkil etiladi.

Yuqoridagi rasmdan ko‘rinib turibdiki, tashkil topgan chiziqli-funksional tuzilmaga alohida shtab organlari (shaxs va shaxslar guruhi) kiritilib (doimiy yoki vaqtinchalik) shu tuzilmaga xos bo‘lgan vertikal munosabatlarni saqlagan holda konkret dasturlarni (loyihalarni) bajarilishi bo‘yicha mavjud gorizontal aloqalarni koordinatsiya qilinadi. Dasturni amalga oshirishda qatnashuvchi ishchilarning asosiy qismi turli xil masalalar bilan shug‘ullanuvchi eng kamida ikkita rahbarga bo‘yso‘nadi.

Dasturni boshqarish dastur bo‘yicha hamma aloqani koordinatsiya qilishga javobgarlikni his etadigan va o‘z vaqtida qo‘yilgan maqsadni amalga oshiradigan maxsus belgilangan rahbarlar ijro etishadi. Bunda yuqori darajadagi rahbarlar joriy masalalar bo‘yicha qaror qabul qilishdan ozod bo‘ladilar. Shuning natijasida o‘rta va quyi pog‘onalarda aniq operatsiya va tartiblarni bajarish uchun javobgarlik ortadi va bu tariqa tashkilotdagi maxsus bo‘linmalar rahbarlari roli va obro‘si ortib boradi. Matritsali tuzilma boshqaruvida dasturlar rahbarlari o‘zlariga bevosita biriktirilmagan mutaxassislar bilan emas chiziqli rahbarlar bilan birga amalga oshiriladi. Chiziqli rahbarlar u yoki bu ishni kim va qanday qilib bajarishini hal etadi.

Boshqaruvning matritsali tuzilmasini bunyod etishda qisqa vaqt ichida qator murakkab buyumlarni chiqarishni tashkil etish, texnologik yangiliklarni joriy etish, bozorning raqobatiga tezda e‘tiborni jalb qilish kabi muammolar bo‘lsagina u maqsadga muvofiq bo‘ladi.

Matritsali tuzilma boshqaruvida dasturlar rahbarlari o‘zlariga bevosita biriktirilmagan mutaxassislar bilan emas chiziqli rahbarlar bilan birga amalga oshiriladi. Chiziqli rahbarlar u yoki bu ishni kim va qanday qilib bajarishini hal etadi.

Matritsali tuzilma ham o'z afzallik va kamchiliklariga ega¹³

Afzalliklar	Kamchiliklar
<ul style="list-style-type: none"> - tashkilotning tez sodir bo'lib turadigan ichki va tashqi muhitga tezda e'tibor berish va moslashish imkoni bor. - funksional tuzilmalar bilan faol o'zaro ta'sirlanuvchi, dasturiy bo'linmalarining shakllanishi hisobiga ma'muriy – boshqaruv ijodiy faolligini oshishi. - turli xil ko'rinishdagi mehnat faoliyatini ixtisoslashtirish evaziga kadrlardan ratsional foydalanish. - boshqaruvni markazlashtirish va rahbarlikning demokratik tamoyillarini kuchaytirish hisobiga faoliyat motivate-siyasini ko'paytirish. - loyiha ayrim masalalari bo'yicha nazoratni kuchaytirish. - ayrim huquqlarni vakillarga uzatish hisobiga yuqori pog'onadagi rahbarga bo'lgan yuklanishni qisqartirish. - dastur va uning tarkibiy elementlarini bajarishdagi shaxsiy javobgarlikni oshirish 	<ul style="list-style-type: none"> - topshiriqlarni belgilashda va ularni bajarish uchun ajratiladigan vaqtni taqsimlash bilan bog'liq bo'lgan ishlarni bajarishda paydo bo'ladigan muammolarni kelib chiqishiga olib keluvchi bir-biriga bo'yso'nishdagi tuzilmali murakkabliklar. - dastur rahbarlari orasidagi nosog'lom "ruh"ning ishtirok etishi. - maqsadlar bilan bog'liq vazifalarni boshqarishdagi kuchlar "nisbati"ni doimiy nazorat qilish kerakligi. - yangi dastur bo'yicila ishlash uchun kerak bo'lgan tajribani orttirishdagi qiyinchilik.

¹³ Kadirxodjayeva N.R. «Menejment»: O'quv qo'llanma. –Toshkent: TDIU, 2013 yil. 55-b.

Shuning natijasida oʻrta va quyi pogʻonalarda aniq operatsiya va tartiblarni bajarish uchun javobgarlik ortadi va bu tariqa tashkilotdagi maxsus boʻlinmalar rahbarlari roli va obroʻsi ortib boradi.

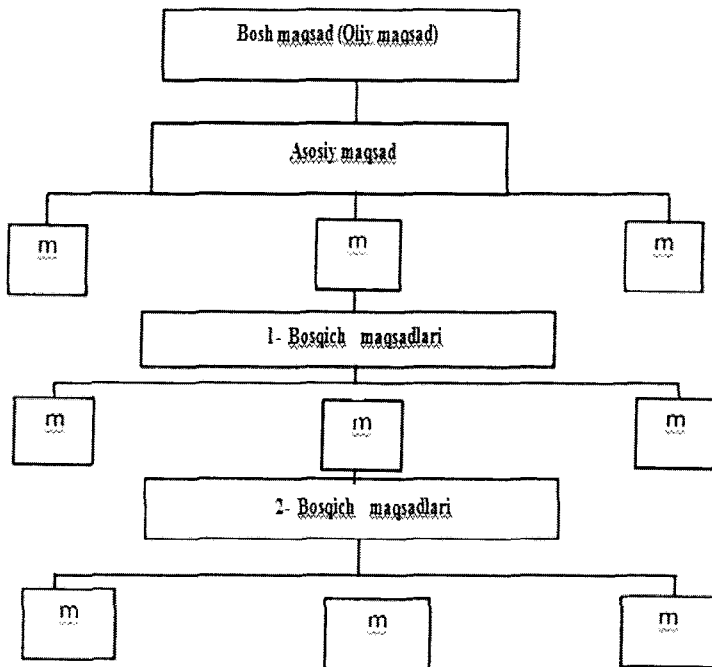
4.3. Korxonada tashkiliy tuzilmalarni loyihalashtirishning oʻziga xos xususiyatlari

Bozor iqtisodiyoti shiddat bilan rivojlanib borayotgan bir paytda korxonada va tashkilotlarning daromad olishga boʻlgan imkoniyatlari bir tomondan kamayib ketsa, ikkinchi tomondan ortishi mumkin. Bunda esa asosiy omil sifatida tanlangan tashkiliy tuzilma maydonga chiqadi. Shuning uchun ham, ikki imkoniyatdan birini tanlash va unga erishish rahbar-menejerdan mahorat va uddaburonlikni talab qiladi.

Boshqaruvning tashkiliy strukturalarini tashkil qilish ishlab chiqarishni tashkil qilish va tipiga eng yaxshi mos keluvchi boshqaruv apparatini yaratishdan va bozor iqtisodiyoti sharoitida boshqaruvning har bir zvenosining ishlab chiqarish-texnik, xoʻjalik ijtimoiy va moliyaviy faoliyatini boshqarish boʻyicha hamma funksiyalarni bajarilishining zaruriyatidan kelib chiqadi. Bu muammolarning yechimi boshqaruvni isloh qilish boshqaruv ishlari va funksiyalarini ratsional taqsimlash boshqaruvning aniq maqsad va vazifalarini belgilash boʻyicha bir qator tadbirlarni oʻtkazish orqali amalga oshiriladi.

Maqsad boshqaruv nazariyasining asosiy kategoriyalaridan biri hisoblanadi. Boshqaruv maqsadlarini shakllantirish boshqaruvning boshlangʻich, unga erishish esa yakuniy bosqich hisoblanadi. Boshqarish maqsadi boshqaruv obyekti va uning alohida parametrlarining istalgan holatidir. Aniq bir korxonada uchun boshqaruv maqsadi aniq bir mahsulot turini eng kam resurslar xarajatini sarflagan holda kerakli miqdorda va yuqori sifatda chiqarishdan iborat.

Maqsadli yondashuv boshqaruv organlari ishining kollektiv oldiga qoʻygan maqsadlariga erishishga boʻysunishni talab qiladi. Boshqaruvning har bir tag tizimi oʻzining maqsadlari (tashkiliy, iqtisodiy, marketing, texnik, ijtimoiy)ga ega, shuning uchun maqsadlarning mos kelishi muammosi uʻziga keldi. Boshqaruvning har xil darajalari umumiy maqsadga javob berishlari, bir-birini toʻldirib turishi zarur. Maqsadlarni tartiblash usullaridan biri maqsadlar daraxtini tuzish hisoblanadi. Quyida maqsadlar va ularga erishish vositalari oʻrtasidagi aloqalarning grafik tasvirini koʻrishimiz mumkin boʻladi.



4.10-rasm. Maqsadlar va ularga erishish vositalari o'rtasidagi aloqalar¹⁴

Davlat masalalarini bajarishning maqsadi aniqlovchi hisoblanadi, u ilmiy texnik, ishlab chiqarish, iqtisodiy, ijtimoiy va boshqa maqsadlar bilan uzviy bog'liq. Maqsadli yondashuv boshqaruvning zamonaviy strukturasi o'tishga imkon beradi. Bu maqsadlar, maqsadosti va rivojlanish masalalari tarkibini va loyihalashtirilayotgan boshqaruv obyektini faoliyat yurgizishni ishlab chiqsin. Maqsadlar daraxtini qurishda uning sifat va miqdor tavsifini to'g'ri aniqlash muhimdir. Sifat tavsifi boshqaruv funksiyalarining namoyon bo'lishining asosi hisoblanadi, sifat tavsifi esa strukturali bo'linmalar (bo'lim, sex va h.k.) turining asosi bo'lib xizmat qiladi. Loyihalashtirilayotgan tashkiliy struktura sistemasi elementlari oldida to'rgan maqsad va vazifalar raxbarlar va mutaxassislar tarkibini asoslashga imkon beradi, vazifalar nomenklaturasi esa strukturali bo'linmalar xodimlari o'rtasidagi vazifalar taqsimlanishidir.

¹⁴ Kadirxodjayeva N.R., Ashrapova I.K. «Menejment»: O'quv qo'llanma –Toshkent:TDIU,2010-yil, 57-het

Tashkiliy strukturani loyixalashtirishning mustaqil metodi bo'lib tashkiliy-iqtisodiy modellashtirish hisoblanadi. Uning asosida ijro etuvchilarning vakolatlari va ma'suliyatining taqsimotining grafik, matematik, maketli-devoriy tasviri yotadi.

Boshqaruv tashkiliy strukturasi shakllantirishda boshqaruv pog'onalari va zvenolari soni, chiqikli va funksional boshqaruvning markazlashuvi darajasi, boshqaruv bo'limi va funksiyalari tarkibi, bitta raxbarga to'g'ri keladigan buyrunuvchilar sonini asoslash zarur. Boshqaruv sistemasida pogonalar qancha ko'p bo'lsa buyruqni yuqoridan pastga va axborotni pastdan yuqoriga o'zatishtirish shuncha qiyin bo'ladi. Buyruqni va axborotni o'zatishtirish jarayonida bo'zilishtirishning xavfi shunchalik yuqori bo'ladi. Shuning uchun boshqaruv tashkiliy strukturasi loyixalashtirish va mukammallashtirishda boshqaruv pogonalari soni optimal bo'lishiga intilish zarurdir. Har qanday tashkiliy strukturaning sifati uning shakllantirishda quyidagilarga qanchalik amal qilingani bilan aniqlanadi:

- sistemali yondashuv, ya'ni boshqaruv obyekti va organiga ta'sir qiluvchi iloji boricha hamma faktorlarni hisobga olish;

- boshqaruv markazlashuvi va birlamchi zvenolar mustaqilligining optimal birligi;

- oliy rahbarlar to'gridan to'g'ri ijro etuvchiga axborotni borishi va vaqtning maksimal qisqarishi;

- loyihalashtirilayotgan strukturada har bir tarkibiy qismning funksiyasi vazifasi va huquqini to'g'ri aniqlash;

- boshqaruv sistemasidagi o'zgarishlarga javob qaytarishning imkoniyati;

- har bir aniq holat bo'yicha qaysi bo'linmada axborot ko'p bo'lsa shu savolni yechish bo'yicha bo'linmaga vakolat berish.

Boshqaruv apparati strukturasi asosiy talab uning operativligidir. Apparat strukturasi shunchalik darajada egiluvchan va oddiy bo'lishi kerakki boshqaruv sistemasida qaror qabul qilish va uni amalga oshirish kerak. Operativlik bilan faoliyat yurgizishning ishonchililigiga bog'liqdir. Bu degani boshqaruv apparati axborot uzatishning to'g'riligiga kafolat berish uzatilayotgan ma'lumotlarning buzilishiga yo'l qo'ymasligi kerak, boshqaruv sistemasida aloqaning uzluksizligini ta'minlash kerak.

Apparat strukturasi boshqaruv iqtisodini ta'minlashi kerak. Buning ma'nosi shundaki, boshqaruvdan keladigan samaraga boshqaruv apparatiga bo'lgan xarajatlarning minimalligi orqali erishilsin.

Apparat strukturasi ishlab chiqarish xarakterining o'zi, uning tarqoqli xususiyatlari (ishlab chiqarilayotgan mahsulot tarkibi, tayyorlash texnologiyasi, ishlab chiqarish masshtabi va tipi, texnik jixozlanganlik va mehnat jarayoni darajasi va boshqalar), shuningdek boshqaruv ishi-ning mexanizatsiyalanganligi va avtomatlashganligi darajasi ishchilar malakasi, ular mehnatining samaradorligi bo'yso'nuvchilar soni va boshqaruvchi tomonidan ularni nazorat qila olish imkoniyatlari o'rtasi-dagi bog'liqlik ta'sir ko'rsatadi.

Tashkiliy strukturani loyihalashtirishning mustaqil metodi bo'lib tashkiliy-iqtisodiy modellashtirish hisoblanadi. Uning asosida ijro etuvchilarning vakolatlari va mas'uliyatining taqsimotining grafik, matematik, maketli-devoriy tasviri yotadi.

Boshqaruv tashkiliy strukturasi shakllantirishda boshqaruv pog'o'nalari va zvenolari soni, chiziqli va funksional boshqaruvning markazlashuvi darajasi, boshqaruv bo'limi va funksiyalari tarkibi, bitta rahbarga to'g'ri keladigan bo'yso'nuvchilar sonini asoslash zarur. Bu esa, o'z navbatida, boshqaruv jarayonini to'g'ri tashkil etish hamda samarali faoliyat olib borishda muhim hisoblanadi. Shuning uchun to'g'ri va samarali boshqaruv strukturasi tanlash hamda amalga oshirish rahbar-menejerdan alohida mahorat talab qiladi.

4.4. Korxonani strategik boshqarish mazmuni va uning iqtisodiyotdagi ahamiyati

Strategiya korxonaning muvaffaqiyatini ta'minlash uchun rahbariyat foydalanadigan tadbir-choralar majmuasidan iborat. Rahbariyat korxonada biznesini qanday boshqarishni bilish uchun hamda ko'p omilli muhitda muqobil yo'nalishlardan birini to'g'ri tanlash uchun strategiyani yaratadi. Rahbariyat foydalanishga qaror qilgan strategiya mavjud biznes yo'nalishlaridan biri va biznesni yuritishni muayyan usuli tanlanganligini ko'rsatadi.

Korxonada moliyaviy va strategik maqsadlarni alohida belgilashi lozim. Moliyaviy maqsadlarning mavjud emasligi, moliyaviy resurslarni yuqori tavakkalchilik bilan sarflanishiga sabab bo'ladi. Natijada korxonaning o'sishi va raqobatbardoshligi pasayadi.

Korxonada strategik maqsadlari shuning uchun muhimki, ular korxonada raqobat mavqeini mustahkamlaydi va biznesning rivojlanish yo'nalishini ko'rsatadi.

Strategiya – bu faoliyat turlarining ma’lum dastasini nazarda tutuvchi noyob va qulay mavqeni yaratishdir. Strategik mavqeni egallashning mazmuni raqobatchilardan ustun bo’lgan faoliyat turlari dastasini yaratishdan iborat.

Strategiyani yaratish asosiy boshqaruv muammosini ko’taradi ya’ni, korxonaning hozirgi va kelajak imkoniyatlarini hisobga olib, kerakli natijalarga qanday erishish mumkinligini ko’rsatadi.

“Strategik boshqaruv” termini yuqori darajadagi boshqaruvni ishlab chiqarish darajasidagi joriy boshqaruvdan farqini aks ettirish uchun 60–70-yillarda muomalaga kiritilgan. Operativ boshqaruvdan strategik boshqaruvga o’tishning mohiyatini aks ettiruvchi asosiy g’oya sifatida yuqori rahbariyat diqqat markazini atrof-muhitdagi o’zgarishlarga muvofiq tarzda va o’z vaqtida ta’sir ko’rsatish uchun tashqi muhitga o’tkazish zaruriyati sifatidagi g’oya bo’ldi.

Strategik boshqaruv nazariyasining nufuzli ishlab chiqaruvchilari tomonidan taklif etilgan bir qancha ta’riflarni ko’rib chiqaylik. Shendel va Xatten uni “tashkilotni uning atrofidagi muhit bilan aloqani aniqlash va o’rnatish jarayoni” sifatida tushunganlar.¹⁵ Ushbu jarayon tanlangan maqsadlarni amalga oshirish va resurslarni taqsimlash vositasida atrof-muhit bilan ko’ngildagidek o’zaro munosabatlar holatiga erishish harakatlaridan iborat. Xichchens bo’yicha strategik boshqaruv - bu tashkilotni uning atrof-muhiti bilan o’zaro ta’sirini boshqarish vositasida tashkilot vazifalarini amalga oshirish maqsadidagi boshqarish jarayoni: Pirs va Robinsan strategik boshqaruvni “tashkilot maqsadiga erishish uchun ishlab chiqilgan strategiyalarni shakillantirish va bajarish bo’yicha qarorlar va harakatlar to’plami” sifatida aniqlaydilar. Strategik boshqaruvning u yoki bu aspektlari va xususiyatlariga ko’proq e’tibor beruvchi bir qator ta’riflar bor.

Demak, strategik boshqaruvni tashkilotning asosi sifatida inson potentsialiga suyanuvchi, ishlab chiqarish faoliyatini iste’molchilar talablariga yo’naltiruvchi, tashkilotda egiluvchan boshqaruv va o’z vaqtida o’zgarishlarni amalga oshiruvchi boshqaruv sifatida aniqlash mumkin.

Strategik boshqaruv murakkablashib borayotgan raqobat kurashida muvaffaqiyatga erishishning eng muhim omili bo’lishiga qaramay tashkilot harakatlarida strategiyaning yo’qligini kuzatish mumkin. Strategik boshqaruvning yo’qligi quyidagi ikki shaklda namoyon bo’ldi.

Birinchidan, tashkilotlar o’z faoliyatini atrof-muhit umuman o’zgar-

¹⁵ Попов С.А. Стратегический менеджмент: Видение-важнее чем знания. - М.: Дело, 2008 г. 75 стр.

maydi yoki unda katta o'zgarishlar bo'lmaydi degan taxmindan kelib chiqqan holda rejalashtiradilar. Nostrategik boshqaruvda ham hozirda, ham kelajakda aniq harakatlar rejasi tuziladi. Nimaiki va qachon qilishni o'z ichiga olgan uzoq muddatli rejalarni tuzish va dastlabki davrda kelgusi yillar uchun yechim izlash, "ko'p uzoq yillarga" sotib olish - bularning barchasi nostrategik boshqaruvning belgilaridir. Uzoq muddatli istiqbolni qurish-boshqaruvning juda muhim tarkibiy qismidir.

Strategik boshqaruv holatida tashkilot atrof-muhit va tashkilot hayotining sharoitlari o'zgarishidan kelib chiqqan holda kelajakda ko'zda tutish maqsadlarga erishish uchun har bir hozirgi lahzada u aynan hozirgi paytda nima strategik boshqaruvda kelajakdan turib hozirgi paytga nazar tashlanadi. Tashkilotga ma'lum kelajakni ta'minlovchi hozirgi davrdagi tashkilot harakatlari aniqlanadi va amalga oshiriladi. Bunda strategik boshqaruv uchun shu narsa ham xarakterliki, nafaqat kelajakda korxonaning ko'zda tutilgan holati qayd qilinadi, balki shu ham strategik boshqaruvning eng muhim vazifalaridan hisoblanadi, ko'zda tutilgan maqsadlarga erishish imkoniyatini beruvchi atrofda o'zgarishlarga aks ta'sir ko'rsatish qobiliyati ishlab chiqiladi.

Ikkinchidan, nostrategik boshqaruvda harakat dasturini ishlab chiqish tashkilotning ichki imkoniyatlari va resurslari tahlilidan boshlanadi. Bunday yondashuvda tashkilot faqat qanday miqdorda mahsulot ishlab chiqarish va bunda qancha harakat qilishnigina aniqlashi mumkin. Ishlab chiqarish hajmi va xarajatlar miqdori firma tomonidan yaratilgan deb javob bera olmaydi, qanday miqdorda va qanday narxda mahsulot sotib olinishini bozor aniqlaydi.

Yaqqol afzalliklar bilan bir qatorda strategik boshqaruv undan foydalanish bo'yicha kamchilik va cheklolarga ega va bular ushbu boshqaruv turi boshqa turlar singari har qanday vazifa va masalalarni hal qilishda har qanday holatda qulashning universalligiga ega emasligini ko'rsatadi.

Birinchiidan, strategik boshqaruv o'z mohiyatidan kelib chiqqan holda kelajakning aniq va batafsil sur'ati, ifodasini bera olmaydi. Strategik boshqaruvda shakllanuvchi tashkilotning kelajakdagi istalgan holati - bu uning ichki va tashqi holatining batafsil tasviri emas balki kelajakda korxonada qanday holatda bo'lishiga, bozor va biznesda qanday pozitsiyani egallashga, qaysi ishbilarmonlik guruhlariga kirishiga va h.k. sifatli istakdir. Bularning barchasini majmui kelajakda raqobat kurashida tashkilot yutib chiqadimi yoki yo'qmi? Shuni aniqlab berish lozim.

Ikkinchiidan, strategik boshqaruv protsedura va chizmalar yig'im-disidan iborat bo'lishi mumkin emas. Unda ma'lum masalalarni hal qilishda yoki aniq vaziyatlarda nima va qanday qilish lozimligini ko'rsatuvchi nazariya yo'q. Strategik boshqaruv - bu ko'proq biznes va menejmentning ma'lum falsafasi yoki mafkurasidir. Har bir menejer tomonidan u ma'lum ma'noda o'zgacha tushuniladi va amalga oshiriladi. Albatta, muammolarni tahlil qilish va strategiyani tanlash, shuningdek strategik rejalashtirishni amalga oshirish va strategiyaning amaliy realizatsiyasining bir qator tavsiyalari, qoidalari va mantiqiy ehtiyojlari mavjud. Lekin umuman olganda, strategik boshqaruv - bu strategik maqsadlarga tashkilotni yetkazishda yuqori rahbariyat intuitsiyasi va san'atining simbiozi, xizmatchilarning yuqori malakasi va ijodi, barcha xodimlarning tashkilot vazifalarini amalga oshirishga, maqsadlariga erishishning eng yaxshi yo'llarini izlashga aktiv kirishidir.

Uchinchiidan, tashkilotda strategik boshqaruv jarayonining amalga oshirilishi boshlanishi uchun vaqt va resurslarni katta xarajati talab qilinadi. Strategik rejalashtirishni yaratish va amalga oshirish zarur. Shuningdek, atrofni kuzatuvchi va tashkilotni muhitga kirituvchi xizmatlarni yaratish zarur. Marketing, jamoa munosabatlari bo'yicha xizmatlar va h.k. katta ahamiyatga ega bo'ladi va katta miqdorda qo'shimcha xarajatlarni talab qiladi.

To'rtinchiidan, strategik oldindan ko'ra bilish xatolarining salbiy oqibatlarini keskin kuchayadi. Qisqa muddatda umuman yangi mahsulotlar yaratilganda, qisqa davrda qo'yilmalarning yo'nalislii keskin o'zgarganda, kutilmaganda biznes uchun yangi imkoniyatlar vujudga kelganda va uzoq yillar davomida mavjud bo'lgan imkoniyatlar ko'z oldidan yo'qolganda, noto'g'ri oldindan ko'ra bilish va strategik tanlovning xatoliklari uchun haq ko'pincha tashkilotga qimmatga tushadi. Ayniqsa, faoliyat yuritishning noalternativ yo'lini prognoz oqibatlarini yomon bo'ladi.

Beshinchiidan, strategik boshqaruvni amalga oshirishda asosiy e'tibor strategik rejalashtirishga beriladi. Aslida esa strategik boshqaruvning asosiy tarkibiy qismi bo'lib strategik rejani amalga oshirish hisoblanadi. Bu birinchi navbatda strategiyani realizatsiya qilish imkoniyatini beruvchi tashkiliy madaniyatni yaratish, mativlashtirish va mehnatni tashkil etish tizimlarini yaratish, tashkilotda ma'lum egiluvchanlikni yaratishni va h.k.ni ko'zda tutadi. Bunda strategik boshqaruvda bajarish jarayoni rejalashtirishga aktiv teskari ta'sir ko'rsatadi, bu esa bajarish bosqichining ahamiyatini yanada oshiradi. Shuning

uchun agar tashkilotda strategik rejalashtirish podsistemi yaratilgan bo'lsa va shu bilan birga strategik bajarish podsistemasini yaratish uchun imkoniyatlar bo'lmasa, u strategik boshqaruvga o'ta olmaydi.

Strategiya umumiy tarzda firmaning mavqegini mustahkamlash, iste'molchilarning talablarini qondirish va qo'yilgan maqsadlarga erishishga qaratilgan boshqarish rejasi sanaladi. Aniq strategiyani tanlash rivojlanishning mumkin bo'lgan turli yo'llari va usullari ichidan eng maqbulini tanlab olish demakdir.

Firmani boshqarish rejasi o'z ichiga quyidagi asosiy funktsiya va bo'linmalarni oladi: ta'minot, ishlab chiqarish, moliya, marketing, xodimlar, ilmiy tadqiqotlar va ishlanmalar. Strategik tanlash bu biznes yechimlari va raqobatga bardoshlilik harakatlarini yagona tizimga baholashni anglatadi.

Strategiyani ishlab chiqish menejrlarning asosiy funktsiyalaridan biridir. Ba'zi menejrlar kuchli strategiya ishlab chiqadilar, biroq uni hayotga tatbiq eta olmaydilar. Boshqa menejrlar o'rtacha strategiya ishlab chiqadilar va uni mohirona amalga oshiradilar ham. Strategiya qanchalik yaxshi o'ylangan va mohirona amalga oshirilgan bo'lsa, kompaniyaning mavqeyi shunchalik kuchayadi. Boshqarish yaxshi tashkil etilgan kompaniyalar ham kutilmagan noxush vaziyatlarga duch keladi. Pirovard natijada yaxshi strategiya bozorda kuchli mavqeni egallash, kutilmagan holatlar, kuchli raqobat va ichki muammolarga qaramay, muvaffaqiyatli ishlashga zamin yaratadi.

Strategik boshqaruv jarayonida korxonada tashkilotda faoliyat olib borayotgan menejrnin vazifasi quyidagilarni aniqlashdan iborat:

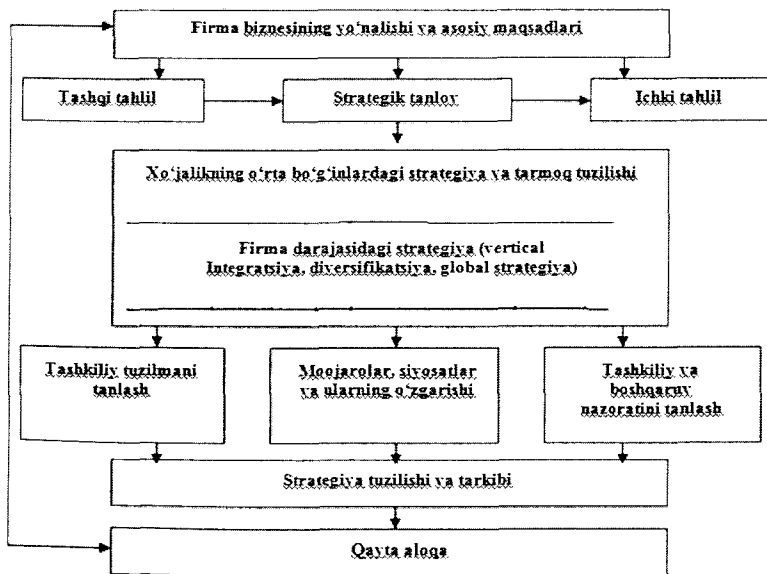
- biz qayerdamiz?
- qayoqqa ketyapmiz?
- faoliyatimizning maqsadi nimadan iborat?
- maqsadga erishish yo'llari qanaqa?
- optimal yo'lni tanlash mezonlari nimalardan iborat?
- pirovard natija qanday bo'lishi kerak?

Bu savollariga javob topish kelgusi boshqaruv sikllarida foydalanish, maqsad va natijalarni aniqlash uchun o'ta muhim.

Strategik menejment kompaniyaning uzoq muddatli maqsadlar va faoliyatiga taalluql. Aytish mumkinki, strategiyani (harakatlar tarzini) va uning aniq vositalarini ifodalash boshqaruv negizini tashkil qiladi va kompaniyada menejmentni yaxshi yo'lga qo'yilganligini ko'rsatuvchi eng to'g'ri belgi bo'lib xizmat qiladi.

Strategik menejmentning mazmuni quyidagilardan iborat:

- firma biznesining yoʻnalishi va asosiy maqsadlarini belgilab olish;
 - firmaning tashqi muhitini tahlil qilish;
 - undagi ichki vaziyatni tahlil qilish;
 - firma yoki xoʻjalikning oʻrta boʻgʻinlarida strategiyani tanlash va ishlab chiqish;
 - diversiyalangan firma portfelini tahlil qilish;
 - uning tashkiliy tuzilmasini loyihalash;
 - integratsiya darajasini va boshqaruv tizimini tanlash;
 - “strategiya - tuzilma – nazorat” majmuasini boshqarish,
 - firma faoliyatining baʼzi sohalaridagi siyosati va uning feʼl-atvor meʼyorlarini belgilash;
 - kompaniya strategiya va natijalarining teskari aloqasini taʼminlash;
 - strategiya tuzilma va boshqaruvni takomillashtirish.
- Bularning barchasi 1-rasmda keltirilgan.



4 11-rasm. Strategik boshqaruvning mazmuni¹⁶

¹⁶ Гапоненко А. Стратегические инструменты вверх по течению: учеб. Для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент орг.» - М.: «Омега - Л», 2010. - 464 стр.

Strategik menejment kompaniyaning uzoq muddatli maqsadlar va faoliyatiga taalluqli. Aytish mumkinki, strategiyani (harakatlar tarzini) va uning aniq vositalarini ifodalash boshqaruv negizini tashkil qiladi va kompaniyada menejmentni yaxshi yo'lga qo'yilganligini ko'rsatuvchi eng to'g'ri belgi bo'lib xizmat qiladi.

Strategik boshqarish tizimi bir qarashda murakkab jarayon bo'lib, u korxonada va tashkilot rahbaridan, menejerlardan kuchli mahorat hamda ehtiyotkorlikni talab qiladi. Rahbarlar korxonada va tashkilotning kelajagini ko'ra olishi va unga mos strategiyani ishlab chiqishlari lozim bo'ladi. Bu juda murakkab va mas'uliyath tizim hisoblanadi. Bunda ularga yuqori pog'ona menejerlari, ya'ni top menejerlarning yordami kerak bo'ladi. Top menejerlar kuchli analitik hamda rejalashtiruvchi mutaxassislar hisoblanadi.

4.5. Korxonada boshqaruv jarayonida strategik rejalashtirish

Strategik rejalashtirish - bu boshqaruv jarayoni bo'lib, kompaniyani rivojlantirish maqsadlari va ularga erishish yo'llarini ishlab chiqishga qaratilgan. Strategik rejalashtirish korxonada menejment uchun asosni yaratadi, butun kompaniyani birlashtiradi hamda uning barcha darajalarini qamrab oladi. Strategik rejalashtirish faqat rahbariyatning vazifasi emas, unga kompaniyaning barcha darajalaridagi xodimlar jalb etilishi kerak. Strategik rejalashtirishning asosiy tushunchalari kompaniya missiyasi (kompaniya vazifasining ta'rif), qadriyatlar, asosiy kompetentsiyalari (kompaniya nimani yaxshiroq uddalaydi), kelajak tasavvuri (kompaniyaning bir-ikki yil uchun kelajakdagi obrazi), strategik muammolar (maqsadlarga erishishga to'sqinlik qiladigan tizimli muammolar), strategik muammolarni yengishga qaratilgan maqsadlar va vazifalar hamda ularga erishish yo'llarini o'z ichiga oladi.

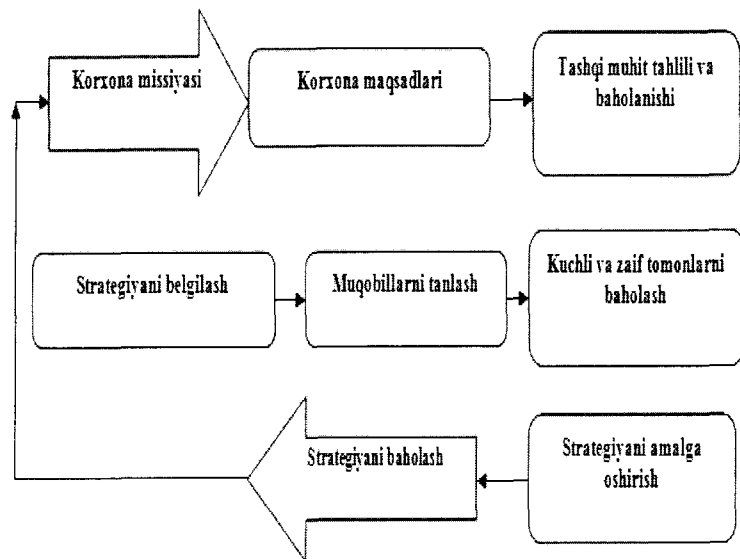
Rejalashtirish bozor bilan umuman mos kelmaydi, deb hisoblagan bozor munosabatlari tarafdorlari ham bugungi kunda o'zlarining avvalgi fikrlarida qattiq turmayptilar. Vaqt va hayotning o'zi, xususan, ko'plab xorijiy kompaniya, firma va korxonalar tajribalari rejalashtirish va bashorat qilishning muhim ahamiyat kasb etishini tasdiqlaydilar. Masalan, Rossiyada islohotlar boshida qabul qilingan "tadbirkorlar Rossiyani qutqaradilar" shiori garchi nafaqat Rossiya, balki barcha sobiq ittifoq mamlakatlarining barchasida ham biznes va tadbirkorlik sohasi iqtisodiyotning ustivor yo'nalishiga aylangan bo'lsada, o'z tasdig'ini topdi.

Gap shundaki korxonalar bu nafaqat bozor subyekti, u shu bilan bir paytda davlat tizimining elementi ham hisoblanadi. U davlat boshqaruv tizimi va siyosatidan to'liq mustaqil bo'la olmaydi. Markazlashgan iqtisodiyotga asoslangan mamlakatlarda bozor munosabatlarini erkinlashtirish yo'nalishida amalga oshirilgan islohotlar ishlab chiqarish jarayonini chetlab o'tib, shu bilan bir paytda mulkchilik shaklidan qat'i nazar korxonalarda mehnat motivatsiyasi va rejalashtirish tizimini sezilarli ravishda o'zgartirib yubordi.

Menjment sohasi mutaxassislarining ta'kidlashicha, butun rejalashtirish va boshqaruv tizimi xodimlarning ish sifati va samaradorligini oshirishdan manfaatdorligiga yo'naltirilishi lozim bo'lib, bu firma rivojlanishining muhim sharti hisoblanadi. Biroq bu xuddi boshqa muvaffaqiyatlar kabi o'zidan o'zi kelmaydi. Buning uchun resurslar asoslaridan tashqari mohir tashkilotchilik, ilmiy asoslangan rejalashtirish va boshqaruvni talab qilinadi. Ayniqsa kishilarning ishlab chiqarish mehnatidan moddiy manfaatdorligi muhim ahamiyat kasb etib, bugungi kunda buni mehnat hayotining sifati deb nomlanadi. Masalan, Janubiy Koreyaning "DAEWOO" transmilliy firmasi rahbari Kim U Jung ta'kidlashicha: "biznesda odam boshqa hech qayerda bo'lmagan ahamiyatga ega. Inson - hamma narsadan yuqori. U buyuk kuchdir. Shu sababli kompaniyalar tobora ko'proq kadrlar bilan bog'liq masalalarga e'tibor qaratmoqdalar. Chunki umuman olganda odamlar ishlaydilar. Firmaning gullab-yashnashi yoki inqirozga uchrashi ularga bog'liq. Shu sababli bo'lsa kerak, Yaponiya firmasi "Matsusita" quyidagi shiorni tanlab olgan: "narsalarni yaratishdan avval "Matsusita" kadrlarni yaratadi". Bugungi kunda O'zbekistonda turli mulkchilik shaklidagi, turli soha va tarmoqlarga taalluqli 300 mingdan ortiq korxonalar mavjud bo'lib, ulardan 280 mingtasi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari hisoblanadi. Ularning ishlab chiqarish faoliyati, shubhasizki, rejalashtirish va boshqarish obyekti bo'lib, bozorga va iste'molchilar talabini qondirishga yo'naltiriladi. Amaliyotning ko'rsatishicha, ishlab chiqarish faoliyatini rejalashtirishda har bir korxonalar o'zining bugungi kundagi va kelajak uchun strategiyasini belgilab oladi. Shu sababli rejalashtirish korxonani rivojlantirish strategiyasidan ajralmas bo'lib, buni quyidagi sxema yordamida aks ettirish mumkin.

Mazkur holatda strategiya kelajak uchun umumiy g'oyani shakllantirishga imkon berdi. Rejalashtirish jarayonining o'zi va bevosita strategik reja esa korxonaga aniqlik, individuallik hadya etib, bu unga ma'lum turdagi xodimlarni jalb qilish va boshqa turdagi xodimlarni jalb

qilmaslikka imkon beradi. Bu reja korxonaga uchun istiqbollar ochib berib, yangi xodimlarni jalb qiladi, mahsulot ishlab chiqarishdan tashqari uni sotishga ko'maklashadi (2-rasm)¹⁷.



4.12-rasm. Strategik rejalashtirish jarayoni¹⁸

Rejalar shunday tuzilishi kerakki, ular uzoq vaqt davomida buzilmasligi, shu bilan bir paytda zarur hollarda yo'nalishni o'zgartirishga moslashgan bo'lishi lozim. Amalda rejalashtirish jarayonida ikkita muhim savolga javob topish zarur:

- 1) korxonaga uchun bozordagi vaziyat bilan bog'liq joriy vazifalarni bajarishda to'siqlar yaratmaydigan strategik maqsadni qanday tanlash;
- 2) strategik maqsadlarga tayangan holda eng murakkab va kutilmagan hodisa va tashqi tendensiyalarga munosib va samarali javob qaytarishi uchun moddiy, moliyaviy va mehnat resurslarini qanday shakllantirish lozim.

Avvalgi buyruqbozlik tizimidagidan farqli o'laroq ko'plab korxonalarda, ayniqsa, mikrofirma va kichik korxonalarda rejalar mustaqil ravishda ishlab chiqiladi va tasdiqlanadi. Biroq korxonaning ishlab

chiqarish faoliyatini rejalashtirish xuddi avvaldagi kabi ko'rsatkichlar tizimi yordamida amalga oshirilib, bu ko'rsatkichlar sifat va miqdor, hajm va solishtirma turlarga taqsimlanadi.

Miqdor ko'rsatkichlari – absolut ko'rsatkichlar bo'lib, bu qatorga yalpi va tovar mahsulotlar hajmi, sotuv hajmi, xodimlar soni, ish haqi fondi, foyda yoki daromad miqdori, ishlab chiqarish resurslarining sarflanishini kiritish mumkin.

Sifat ko'rsatkichlari - nisbiy kattalik hisoblanadi. Ular ishlab chiqarishning iqtisodiy samaradorligini, uning ayrim omillarini aks ettiradi. Bu mehnat malisuldorligining o'sishi, mahsulot tannarxining pasayishi va hokazolardir. Bu qatorga shuningdek, o'zaro miqdor ko'rsatkichlarini ifodalovchi ko'rsatkichlar, masalan, ishlab chiqarish rentabelligi, fond sig'imi, malisulot sifati va boshqalarni ham kiritish mumkin.

Hajm ko'rsatkichlari – ishlab chiqarishning, uning ayrim jarayonlari va unda ishtirok etuvchi omillarning absolyut kattaligini belgilaydi. Bu qatorga masalan, yalpi, tovar va sotilgan mahsulot hajmi, mehnat xarajatlari hajmi, olingan foydaning umumiy hajmi va boshqalar kiritiladi.

Solishtirma ko'rsatkichlar – ikki yoki undan ortiq o'zaro bog'liq ko'rsatkichlar va mahsulot birligi xarajatlari salmog'ining nisbatlarini tavsiflaydi. Masalan, malisulot birligiga metall, elektr energiyasi, yoqilg'i sarflanishi, ishlab chiqarish quvvati birligiga kapital qo'yilmalar, jami to'lovlar hajmida mukofotlarning salmog'i va hokazolardir.

Ushbu barcha ko'rsatkichlar o'rtasida o'zaro aloqalar mavjud. Bu ko'rsatkichlar rejalashtirish jarayonida ham, korxonaning xo'jalik faoliyatini tahlil qilishda ham qo'llanadi.

Bozor munosabatlari sharoitlarida har bir korxonaga ishlab chiqarishning to'xtovsiz o'sishi, mahsulot sifatining oshirilishi va uning o'z vaqtida sotilishi, shuningdek, rejalashtirilgan foyda va daromadni o'z vaqtida olish asosida o'zining gullab-yashnashini ta'minlashga intiladi. Shu sababli korxonaga faoliyati ko'p maqsadli va dinamik xarakterga ega bo'ladi. Birinchidan, fan-texnika taraqqiyotiga yo'naltirilgan, ikkinchidan, ishlab chiqarish quvvatlari va resurslardan samarali foydalanishga erishuvchi, uchinchidan esa, bozor kon'yunkturasiga o'z vaqtida va tezkorlik bilan javob berishi mumkin bo'lgan korxonaga rivojlanadi va gullab-yashnaydi.

Istiqboldagi vaziyatni qat'iy rejalashtirish bu holda o'zini oqlamaydi. Bozor kon'yunkturasi va raqobat, talabga mos ravishda chiqarilayotgan mahsulot tavsifnomasiga o'zgartirish kiritish imkoniyatlari

¹⁷ Sharifov J. M., Abdullayev Yo. "Menejment". Toshkent -2001-yil. 68-b.

¹⁸ Yo'ldoshev N. Q., Xodjamuratova G. Yu. Strategik menejment-2. O'quv-uslubiy majmua. T.: TDIU. 2012, - 328 b.

bilan bog‘liq bo‘lgan uzoq muddatli dastur talab qilinadi. Bu vazifa odatda istiqbolga yo‘naltirilgan korxonalar faoliyatini joriy rejalashtirish jarayonida aniqlangan ko‘rsatkichlarni tartibga solish yo‘li bilan bajariladi. Shu sababli ko‘plab korxonalar bozor kon‘yunkturasining o‘zgarib turishini hisobga olgan holda ishlab chiqarish texnologiyasiga tezkor o‘zgartirishlar kiritish hamda bunda asbob-uskuna va qurilmalarning imkoniyatlarni kengaytirish, butlovchi qismlar va materiallarni bixillashtirish, mahsulot sifatini oshirish va assortimentini kengaytirishga majbur bo‘ladilar.

Korxonalar faoliyatini rejalashtirish vazifalari qaysidir ma‘noda ma‘lum bo‘lgani sababli uni rejalashtirish va ishlab chiqarishni tashkil etish jarayonida tartibga solish zamonaviy fan tomonidan nisbatan kam tadqiq etilgan va umumlashtirilgan. Bu yerda amaliyot nazariyadan ancha ilgari ketgan. Shunday bo‘lsada, korxonalar faoliyatining oldindan belgilab qo‘yilgan ko‘rsatkichlarini tartibga solishga to‘g‘ri keladi. Bu iste‘molchilik talabining o‘zgarishidan tashqari, korxonalar hayotida va iqtisodiy muhitda ro‘y berayotgan yangi vaziyatlar, xom-ashyo va materiallar ta‘minotchilari bilan aloqalar, siyosiy vaziyat va hokazolarga bog‘liq bo‘ladi.

Gap shundaki, bugun ishlab chiqarilayotgan narsa ertaga yoki indinga kerak bo‘lmay qolishi mumkin. Shu sababli rejalashtirish nafaqat bugungi, balki ertangi kunga ham yo‘naltirilgan bo‘lishi loim. Hech qaysi korxonalar o‘z faoliyatida istiqbolni ko‘zdan qochira olmaydi. Bu bozor sharoitlarida korxonalar barqarorligining asosiy qoidasidir. Barcha xodimlar, ayniqsa, korxonalar rahbariyati shuni aniq bilishi kerakki, bugungi kunda oson bajarilayotgan har qanday ish 3-5 yildan so‘ng qiyinlashishi yoki umuman imkoni bo‘lmay qolishi mumkin. Demak, oldindan belgilab qo‘yilgan reja (bashorat) ko‘rsatkichlarini tartibga solish – korxonalar faoliyati va ishlab chiqarishni bashorat qilish va rejalashtirishning uzviy bir qismi hisoblanishi mumkin.

Tartibga solish bu hodisa va jarayonlarni yo‘lga qo‘yish, bir tartibga keltirish jarayonidir. Shuningdek u boshqaruv mexanizmi va ularning elementlarini normal va samarali ishlaydigan holatga keltirishni ham anglatadi.

Rejalashtirishga nisbatan bu yerda gap shu haqda boradiki, oldindan ishlab chiqilgan reja va dasturlarni o‘zgarib turuvchi sharoitlarga moslashtirish, ular rejali iqtisodiyotda bo‘lgani kabi har qanday baho evaziga bajarilmasdan, bozor talablariga mos kelishi hamda korxonalar maqsadlariga erishish, ishlab chiqarishning daromadli va foydali bo‘li-

shiga xizmat qilishi lozim. Har holda zamonaviy biznes va tadbirkorlik aynan shu tamoyillarga asosan faoliyat ko'rsatadi. Rejada belgilab qo'yilgan, kechagi kun ishlab chiqilgan va bugunda o'z ahamiyatini yo'qotgan mahsulot ishlab chiqarish, ish bajarish va xizmat ko'rsatish mumkin emas.

Gap shundaki, korxonalar faoliyatining oldindan belgilab qo'yilgan ko'rsatkichlarini tartibga solish malakasiz rejalashtirishning sababi va natijasi bo'lib, ishlab chiqarishni tashkil qilish va rejalashtirish jarayonlarida turli xato va kamchiliklar natijasida yuzaga keladi. Shu sababli ayrim korxonalar, ayniqsa, biznes va tadbirkorlik sohasida hayotiylik davri yuqori bo'lmaydi, ular zarar keltiradigan korxonalar aylanadilar va hatto bankrotga ham uchraydilar. Amaliyotning ko'rsatishicha, asoslangan rejalashtirish odatda obyektiv zarurat talab qilgan hollardan tashqari kelgusida tartibga solishni talab qilmaydi. Korxonaning joriy faoliyatini tartibga solishdan maqsad quyidagilardan iborat:

- barqaror ishlashni ta'minlash;
- minimal xarajatlar bilan maksimal natijalarga erishish;
- chiqarilayotgan mahsulotning sifat ko'rsatkichlarini yaxshilash;
- ishlab chiqarish rentabelligini oshirish va xarajatlarni kamaytirish.

Bugungi kunda, iqtisodiyotning nodavlat sektorini rivojlantirishga katta e'tibor qaratilayotgan bir paytda biznes va tadbirkorlik sohasi ustivor ahamiyat kasb etib, korxonalar iqtisodiy faoliyatda erkinligi kuchaymoqda, rejalashtirish va tartibga solish jarayonlarini liecli kim cheklab qo'ymayapti. Hozirda korxonalar yuqoridan buyruq va ko'rsatmalar asosida topshiriqlarni belgilab beruvchi vazirlik va mahkamalar tizimi yo'q. Korxonalar katta qismi ishlab chiqarishning borishi va natijalarini o'zlari rejalashtiradi va tartibga soladi.

Shu bilan bir paytda yuqorida aytib o'tilgan mustaqillik va iqtisodiy xatti-harakatlar erkinligi korxonalar faoliyatining davlat tomonidan tartibga solinishini inkor qilmaydi. Masalan, AQSH, Yaponiya va boshqa ba'zi mamlakatlarda hukumat organlari asosan yirik korporatsiyalar bilan birgalikda ishlaydi. Bunda ular quyidagilarni aniqlaydi:

- zarur investitsiyalar hajmi va tarkibi;
- texnika darajasi, shuningdek, eng muhim mahsulot turlarining hajmi va proporsiyasi;
- oylik ish haqi darajasi va korxonalar faoliyatining boshqa ayrim turlari.

Belgilangan umummilliy vazifalar iqtisodiy tartibga solish vositalari – soliqlar, kreditlar, subsidiyalar va kvotalar yordamida bajariladi. Shu sababli davlat bozor mexanizmiga aralashmasligi lozim va bozor toʻlaligicha oʻzini-oʻzi tartibga soluvchi, iqtisodiyotning bir tekisda proporsional rivojlanishini qoʻllab-quvvatlashga qodir tizim deb hisoblovchilar unchalik haq boʻlib chiqmaydilar. Davlat oʻta ehtiyotkorlik bilan bozor mexanizmiga aralashuvi, uning kamchiliklarini toʻgʻrilashi, raqobatning yakkahokimlikka aylanishining oldini olishi, biznes va tadbirkorlikning huquqiy asoslarini takomillashtirishi, baho diskriminatsiyasi va boshqa salbiy tendensiyalarga qarshilik koʻrsatishi lozim.

Quyidagilar davlat tomonidan tartibga solishning asosiy yoʻnalishlari hisoblanadi:

- maʼmuriy-huquqiy tartibga solish;
- iqtisodiyot va biznes uchun huquqiy asoslarni yaratish;
- qonunlarga rioya qilinishini taʼminlash;
- jamiyat hayotining eng muhim sohalarini boshqarish;
- davlat dasturlari va buyurtmalari;
- moliya va soliq siyosati;
- ijtimoiy siyosat.

Oʻzbekiston Respublikasi hukumati davlatning tartibga solish funksiyasini jahon xoʻjalik amaliyotida maʼlum boʻlgan va tekshirib koʻrilgan iqtisodiy tartibga solish vositalari yordamida amalga oshiradi. Masalan, sohq siyosati davlat va mahalliy budjetlarni shakllantirishning fiskal funksiyalarini bajarishdan tashqari ishlab chiqarish tuzilmasi, dinamikasi va joylashuviga iqtisodiy taʼsir koʻrsatish mexanizmi vazifasini ham bajaradi. Imtiyozli soliqqa tortish biznes va tadbirkorlikni ragʻbatlantirishning eng kuchli vositalarida hisoblanadi¹⁹.

Davlat tomonidan tartibga solish bozor mexanizmini toʻldirib, unga oʻzgartishlar kiritadi, biznes va tadbirkorlikning oyoqqa turib ohshiga koʻmaklashadi. Bunda u maksimal darajada maksimal pogʻonada, minimal darajada minimal pogʻonada tarqaladi. Tartibga solish, qaysi miqyosda amalga oshirilishidan qatʼiy nazar doimiy harakat, talab va taklif, daromad va xarajatlar oʻrtasida muvozanatga intilish hisoblanadi.

Bu tenglik doim ham taʼminlanmasada, u koʻngildagidek darajada boʻlavermaydi. Biroq barcha hollarda ham davlat tomonidan tartibga solish va korxonaning oʻzini-oʻzi tartibga solishi iqtisodiyot va biznesni boshqarishning muhim elementi boʻlib qolaveradi. “Ekonomiks” darsligi

¹⁹ Ziyonet.uz saytidan 2013-yil.

muallifi Samuelsonning fikricha, busiz “bir qo‘l bilan qarsak chalganday” qolaveramiz.

Tashkilotni boshqarishning strategiyasi - bu tizimning turli bosqichi (pog‘onasi)da joylashgan va tashkilotning ishlab chiqarish (xizmat ko‘rsatish) tuzilmasi sifatida faoliyat ko‘rsatishini ta‘minlaydigan o‘zaro bog‘liq boshqaruv organlarining yig‘indisidir. Tashkilotni boshqarish tuzilmasi nisbatan alohida qismlarga - boshqaruv organlari (bo‘linmalar, bo‘hmlar, byurolar, sexlar, qismlar, markazlar, filiallar, kichik korxonalar, ayrim rahbarlar)ga bo‘linuvchi boshqaruv apparati (shtabi) dan iboratdir.

Korxonani strategik boshqarish va rejalashtirish samaradorligini oshirishda ko‘zda tutilgan barcha tadbirlar, amaliyotning ko‘rsatishicha, ishlab chiqarishni rivojlantirish vazifasi korxonada rahbariyatidan tashqari xodimlar jamoasining ham zimmasida bo‘lsa muvaffaqiyatli tuzilishi, kelgusida esa o‘z vaqtida va samarali amalga oshirilishi mumkin. Xodimlar iqtisodiyotda boshqaruvning aksiyadorlik shakllari yetakchilik qilayotgan, biznes va tadbirkorlik faqatgina biznes uchun tug‘ilgan, tanlangan shaxslarning emas, balki har bir shaxs shug‘ullanishi mumkin bo‘lgan hozirgi sharoitlarda ko‘plab xo‘jalik subyektlarining xulq-atvori uchun qoidaga, deyarli zaruratga aylanib bormoqda. Biroq, korxonada muvaffaqiyati yo‘lidagi butun jamoaning, kollektivning harakatlari ilmiy menejment tamoyillari va talablariga zid kelmasligi kerak. Birinchidan, jamoaning har bir a‘zosi – oddiy ishchidan to birinchi rahbargacha korxonada belgilangan qonun-qoidalarga asosan o‘z vazifa va majburiyatlarini bajarishi, ikkinchidan, mansabdor shaxslar, bo‘linma va xizmatlar o‘rtasidagi o‘zaro bo‘ysunishning ta‘minlanishi, uchinchidan esa, boshqaruvni tashkil qilishda chuqur bilimga ega xodimlarni tanlash va samaradorlik ta‘minlanishi lozim. Ma‘lumki, har bir shaxs o‘ziga yaraSha alohida xususiyatlarga ega bo‘ladi. Agar rahbar xodim, mutaxassis o‘z salohiyatini to‘liq ochib berishini istasa boshqaruv jarayonida har bir shaxsga o‘ziga xos yondashishi zarur. Inson tabiatini yaxshi bilmagan rahbar muvaffaqiyatga umid qilishi qiyin, tashkiliy reja esa qog‘ozda qolib ketadi. Tajribalarning ko‘rsatishicha, ko‘plab qo‘l ostidagi xodimlar faoliyati ko‘p jihatdan rahbariyat bilan munosabatlar xarakteriga bog‘liq bo‘ladi. Aynan rahbariyat kimning nima ish qilishi va kim nima uchun javobgar bo‘lishini belgilab beradi. Boshqaruv san‘atidan yaxshi xabardor bo‘lish rahbariyatning turli xil ichki va tashqi vaziyat omillarini oldindan ko‘ra bilish qobiliyatini anglatadi. Bu jarayonning asosini rejada kutilayotgan natijalarni beradigan darajada odamlar

faoliyati va ishini tashkil qilish hisoblanadi. Bu esa ko'p jihatdan to'plangan ish tajribasidan tashqari, boshqaruv usullariga, asosiy vazifalarni ikkinchi darajali vazifalardan ajrata olish, jamoaning va har bir shaxsning xatti-harakatlarini baholash va rag'batlantirish qobiliyatiga bog'liq bo'ladi. Ko'rinib turganidek, boshqaruvni tashkil qilish ko'p qirrali jarayon bo'lib, o'z mazmuniga ko'ra oddiy boshqaruvdan ko'proq ma'noni anglatadi. U odatda, avvalo, korxonahabariyati tomonidan boshqaruv tuzilmasi va kommunikatsiya tizimini shakllantirish, ishlab chiqarishning borishini nazorat qilish bo'yicha belgilangan boshqaruv qarorlarining qabul qilinishi bilan bog'liq bo'ladi. Boshqacha qilib aytganda, boshqaruvni tashkil qilish ikki xil jihatga ega: ishlab chiqarishni tashkil qilish va ishlab chiqarishni boshqarishni tashkil qilish. Tashkil qilish jarayonida korxonaning tanlangan rivojlanish strategiyasi bilan uning boshqaruvi tashkiliy tuzilmasi o'rtasidagi munosabat muhim ahamiyat kasb etadi. Ko'plab olim va mutaxassislar fikriga ko'ra boshqaruv tuzilmasining rivojlanish strategiyasiga mos kelishi eng yuqori iqtisodiy samaradorlikka erishishdan tashqari, ortiqcha boshqaruv xarajatlarini kamaytirish, boshqaruvning tizim sifatida moslashuvchanligi hamda korxonaning raqobatli muhitda yashovchanligi va uning o'sishida ham katta ahamiyatga ega. Bunday mutanosiblikka erishish korxonada boshqaruvni tashkil qilishning asosiy vazifalaridan biridir. Biroq bu yerda ko'p narsa korxonahajmi, mulkchilik shakli, ish faoliyati va boshqa belgilariga ham bog'liq bo'ladi. Masalan, korxonahajmi o'sishi bilan uning tuzilmasi ham o'zgaradi, u yanada standartlashgan va formallashgan bo'ladi. Korxonahajmining kengayishi yoki kichrayishi mos ravishda boshqaruv bo'g'inlari soniga ta'sir ko'rsatadi, boshqaruv faoliyati bilan mashg'ul bo'lgan xodimlar soniga o'zgartirish kiritadi, boshqaruv xarajatlarining o'sishi yoki kamayishiga olib keladi. Ayrim korxonalar o'z tuzilmasini maxsus tashkiliy axborotnomalar chiqarish yo'li bilan formallashtiradi. Bu axborotnomalarda odatda korxonaning tarixi va uning tashkiliy tuzilmasi, ishlab chiqarish maqsadi va turlari, rahbariyat faoliyatining yoritilishi, kadrlar siyosati, bandlik sharoitlari, eng kam va eng yuqori ish haqi kabi ma'lumotlar o'rin oladi. Bunday axborotlar shuningdek, ko'p hollarda korxonah faoliyatini reklama qilish va bozordagi imidjini oshirishga xizmat qiladi.

Biznes-reja va uning bo'limlari hayotiyiligini ta'minlash maqsadida boshqaruv tizimi – menejmentni marketing bilan bog'lashi muhim. Ular u yoki bu darajada tashkiliy reja bilan bog'liq bo'lib, korxonaning ishlab

chiqarish muvaffaqiyati va kutilayotgan foyda darajasiga erishishga 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, korxonada boshqaruvni tashkil etishning hamda biznes samaradorligi nuqtayi nazaridan kimlar va nima sababdan korxonada mahsulotini sotib olmayotganligi befarq qoldirmasligi kerak. Korxonada boshqaruvni tashkil qilish yagona maqsad emasligi sababli shu va shu kabi boshqa savollarning javobi har bir ishlab chiqarish korxonasi rahbariyatining boshqaruv xatti-harakatlari asosida yotishi lozim.

Yuqoridagi fikr-mulohazalardan kelib chiqqan holda turli sohalar-dagi boshqaruv jarayonida samaraga erishish hamda uzoq muddat muvaffaqiyatli faoliyat olib borish uchun avvalo rejalashtirishni, aniqrog‘i strategik rejalashtirishni to‘g‘ri va sifatli amalga oshirmog‘i lozim.

4.6. Samarali faoliyat olib borishda strategiyani amalga oshirish bo‘yicha asosiy vazifalar

Strategiyani amalga oshirish bu - amaliy ma‘muriy ish bo‘lib, tashkil etish, moliyaviy rejalashtirish, kerakli siyosatni yuritish, motivlarni va kompaniya madaniyatini hamda boshqarish usullarini yaratish, qisqasi kompaniya maqsadlarini amalga oshirishga xizmat qiluvchi hamma harakatlar majmuasidan iborat.

Strategiyani yaratish va amalga oshirish jarayoni o‘zaro bog‘liq beshta vazifani yechishni o‘z oldiga maqsad qilib qo‘yadi:

1. Korxonada qanday biznesda faoliyat ko‘rsatadi, strategik tasavvurni shakllantirish ya‘ni: missiyani va maqsadlarni aniqlash.

2. Strategik tasavvurni va missiyani qayta shakllantirish.

3. Qo‘yilgan maqsadlarga erishish strategiyasini yaratish.

4. Tanlangan strategiyani sifatli va samarali tatbiq etish.

5. Faoliyat natijalarini baholash, yangi an‘analarni aniqlash va uzoq muddatli rivojlanishga nisbatan moslashtiruvchi harakatlarni belgilash.

Korxonaning ko‘rinishi qanday bo‘lishi va qanday raqobat mavqeiga ega bo‘lishi lozimligini aniqlash bu korxonaning strategik tasviri yoki ko‘rinishi demakdir.

1-vazifa	2-vazifa	3-vazifa	4- vazifa	5-vazifa
Tashkilotning strategiyasini tasavvur etish va uning missiyasini yaratish	Maqsadlarni aniqlash	Maqsadlarga erishish strategiyasini yaratish	Strategiyani amalga oshirish	Faoliyat natijasini baholash, amalga oshirish
Zaruriyat tug'ilsa, qayta ko'rib chiqish	Zaruriyat tug'ilsa, qayta ko'rib chiqish	Zaruriyat tug'ilsa, o'zgartirish va takomillashtirish	Zaruriyat tug'ilsa, o'zgartirish va takomillashtirish	Zaruriyat tug'ilsa, 1,2,3,4 vazifalarga qaytish

4.13-rasm. Strategik boshqaruvning besh vazifasi

Ushbu hol korxonaning boshqaruv tasviridir. Korxonaning strategik ko'rinishini va uning missiyasini e'lon qilish bilan birga rahbarlar "maqsadlar his-tuyg'usini" ijrochilarda shakllantirishlari lozim.

Korxonaning o'ziga xos xususiyatlaridan qat'i nazar bajarilishi lozim bo'lgan asosiy talablar mavjud bo'lib, quyidagilardan iborat:

- strategiyani muvaffaqiyatli amalga oshirishga qodir tashkilot tuzish;

- strategik muvaffaqiyatni belgilab beruvchi qadriyatlar zanjiridagi faoliyat turlariga yetarlicha resurslarni yo'naltirish uchun budjetlarni qayta ko'rib chiqish;

- strategiyaga mos keluvchi yo'nalish va jarayonlarni belgilash;

- doimiy rejalashtirish va takomillashishni ta'minlash uchun eng yaxshi texnika va amaliyotni joriy qilish;

- rag'batlantirish va mukofotlash tizimini strategiyani yuqori darajada bajarish va belgilangan maqsadlarga yerishi bilan bog'lash;

- strategiyani qo'llab-quvvatlovchi ishchi muhit va korporativ madaniyatni yaratish;

- strategiyani amalga oshirish va bu jarayonda uni takomillashtirish uchun zarur bo'lgan ichki rahbarlikni (liderlikni) ta'minlash.

Zamonaviy rahbar o'z kompaniyasining mavqeini va ushbu mavqega ta'sir etuvchi muhit qanday o'zgarishini tasavvur etishi lozim. U o'z

biznesini shunchalik yaxshi bilishi lozimki, zarurat tug'ilganda muayyan o'zgarishlarni amalga oshirishni aniq bilishi kerak.

"Raqobatchilar bizning usullarimizni, prinsiplarimizni, imkoniyatlarimizni asosan bilishadi, ular o'z ustunligidan foydalanish imkoniyatiga ega. Muvaffaqiyatlarimiz farqi strategiyalarni yaratilish va amalga oshirishdadir" deydi muvaffaqiyatli korxonaning ijrochi-direktori.

4.4-jadval.

Strategiyani amalga oshirish jarayonining sakkizta asosiy boshqaruv elementlari²⁰

	Katta miqdordagi resurslarni strategik muhim faoliyat turlariga jamlash	
Rivoj topadigan tashkilotni yaratish	Strategiyani bajarish uchun zarur savollarnimani hozir, nimani keyin qilish kerak?	Strategiyani qo'llab-quvvatlovchi siyosatni yuritish
Strategik liderlikni amalga oshirish	Nima ko'proq e'tibor va vaqt talab qiladi? Nimani boshqalarga topshirish mumkin?	Doimiy takomillashish uchun eng yaxshi mexanizm va amaliyotni joriy qilish
Strategiyaga mos ravishda korporativ madaniyatni shakllantirish	Rag'batlantirish va mukofotlash tizimini asosiy strategik maqsadlarga erishish bilan bog'lash	Korxonani qo'llab-quvvatlovchi xodimlarga o'z strategik roldan foydalanish imkoniyatini taqdim etish

²⁰ Маленков Ю.А. Стратегический менеджмент. Учебник. - М.: Проспект, 2009, - 224 стр.

Yuqori darajali strategik fikrlash va boshqarish bu:

1. “Biz nima qilmoqchimiz va nimaga erishmoqchimiz?” nuqtayi nazaridan tashkilotni yaxshiroq boshqarish.

2. Rahbarlarning o‘zgarishlarga nisbatan sezgirligi.

3. Investitsiyalarni va raqobatli ehtiyojlarni baholashda rahbarlarni ratsional baholash asoslari bilan ta’minlash.

4. Tashkilot bo‘yicha strategik qarorlarni muvofiqlashtirish.

5. Boshqaruv faolligini oshirish, faqat himoyalaniş strategiyasidan foydalanishni oldini olish. Biznes tarixi faqat himoyalaniş yoki javob choralari bilan muvaffaqiyatga erishib bo‘lmasligini ko‘rsatadi.

Menejerlar turli usullar yordamida rahbarlikni amalga oshirishlari mumkin. Ular juda faol va ahamiyatli yoki aksincha ko‘rimsiz, kichik bir rolni o‘ynashi mumkin. Ular avtoritar tarzda yoki konsensus asosida qaror qabul qilishi, vakolatlarini yuborishi, strategiyani amalga oshirishga jalb qilinishlari yoki chetda turib boshqalarni tezroq yoki ehtiyotkorlik bilan harakat qilishga undashlari mumkin. Menejerlarning strategiyani amalga oshirish jarayonini boshqarishi bir qator omillarga bog‘liq: ularning tajribasi va biznes sohasidagi bilimlari; ularning mazkur sohada yangi ishtirokchi yoki yetarli tajribaga ega ekanligi; kompaniyaning boshqa xodimlari bilan shaxsiy munosabatlari; ularning muammolarni hal qilish, ma’murlik va shaxslararo munosabatlar sohasidagi qobiliyati; ularning hokimligi; ular afzal ko‘ruvchi rahbarlik usuli; ularning belgilangan maqsadga erishish uchun o‘ynashi lozim bo‘lgan rolni ko‘rishi.

Strategik rejani amalga oshirishda hamma rahbarlar qatnashadi. Difersifikatsiyalashgan kompaniyalarda strategiyani boshqarishning 4 pog‘onasi mavjud:

- ijrochi – direktor va kompaniya darajasidagi boshqa oliy rahbarlar;
- muayyan biznes yo‘nalishida foyda va zararlar uchun javobgar va strategiyani shakllantirish huquqiga ega rahbarlar;
- biznes ichida funksional zonalar uchun javobgar (ishlab chiqarish, marketing, moliya, ilmiy izlanishlar va kadrlar) rahbarlar;
- asosiy ishlab chiqarish bo‘limlarining rahbarlari javobgarligi.

Strategiyani shakllantirish va tatbiq etish oliy rahbariyat zimmasida bo‘lganligi uchun direktorlar kengashining strategik roli strategik muammolarni to‘g‘ri hal etishni nazorat qilishdan iboratdir. Direktorlar kengashi muhim strategik harakatlarni nazorat qiladi va strategik rejalarini rasmiy quvvatlaydi. Kamdan kam vaziyatlarda direktorlar kengashi strategiyani yaratishda yetakchi rol o‘ynaydi.

Strategik boshqaruv jarayonida direktorlar kengashining roli strategik harakatlarni tanqidiy baholash va kelajak strategiyasini amalga oshirishini ta'minlashdan iborat. Direktorlar kengashining asosiy vazifalaridan yana biri oliy rahbariyatning strategiyani yaratish va amalga oshirish sohasidagi malakasini nazorat qilish ya'ni, direktorlar kengashi ijrochi-direktori va boshqa rahbarlar o'z vazifasini qanday bajarayotganini baholasidan iboratdir.

Strategiyaga mos yo'nalishni belgilash - bu asosiy boshqaruv funksiyalaridir. Rahbar strategiyaga mos yo'nalishni belgilashda, korxonaning uzoq muddatli rivojlanish yo'nalishini, samarali strategik harakatlarni yaratishga intilishi zarur bo'ladi. Belgilangan natijalarga erishish uchun amalga oshiriladigan strategiyalar korxonada faoliyatiga jiddiy ta'sir ko'rsatadi. Agar rahbar korxonani "a'lo" darajada boshqarilishini istasa, u "a'lo" strategiyani "a'lo" darajada tatbiq etishi lozim.

"A'lo" darajali boshqaruv, rahbarlarning "a'lo" darajadagi strategiyalarni yaratishi va hayotga tatbiq etishi bilan bog'liqligi tajribalarda isbotlangan. Ba'zi rahbarlar ajoyib strategiyalarni yaratadilar, lekin, hayotga tatbiq etishda muvaffaqiyatsizlikka uchraydilar, boshqa rahbarlar esa o'rtacha strategiyalarni muvaffaqiyatli amalga oshiradilar. Ikkala holat ham muvaffaqiyatsizlikka olib keladi. Korxonada faoliyati yuqori darajada samarali bo'lishi uchun rahbar strategiyani sifatli yaratishi va uni sifatli amalga oshirish qobiliyatiga ega bo'lishi lozim. Samarali strategiyani samarali amalga oshirish bu nafaqat biznesning muvaffaqiyati qoidasi, balki boshqaruv sifatini sinovdan o'tkazish demakdir.

Lekin "a'lo" strategiyani muvaffaqiyatli amalga oshirish ham korxonani zaif va qoniqarsiz faoliyat davrlaridan kafolatlamaydi. Ba'zan rahbarning harakatlari natija berishi uchun muayyan vaqt talab qilinadi. Hattoki a'lo boshqariladigan korxonalar ham noqulay vaziyatlarga tushib qolishi mumkin. Ammo "bizga vaqt yetishmadi" kabi bahonalar yoki noqulay vaziyatlar ham bir necha yillar davomida ro'y berayotgan qoniqarsiz faoliyatni oqlay olmaydi.

Rahbarning vazifasi noqulay vaziyatga ijobiy ta'sir etuvchi tezkor strategiyalarni qo'llab, vaziyatni nazoratga olishdir. Muvaffaqiyatli strategiyaning ma'nosi shundan iboratki, noqulay vaziyatlarga, shafqatsiz raqobatga va ichki muammolarga qaramasdan korxonada kuchli bozor mavqeini saqlab qolishi lozim.

Korxonada moliyaviy va strategik maqsadlarni alohida belgilashi lozim. Moliyaviy maqsadlarning mavjud emasligi, moliyaviy resurslarni yuqori tavakkalchilik bilan sarflanishiga sabab bo'ladi. Natijada korxonaning o'sishi va raqobatbardoshligi pasayadi.

Korxonada strategik maqsadlari shuning uchun muhimki, ular korxonada raqobat mavqeini mustahkamlaydi va biznesning rivojlanish yo'nalishini ko'rsatadi.

Odatda, korxonada strategiyasi:

- puxta o'ylangan va maqsadga muvofiq xatti-harakatlardan;

- vaziyatlarni kutilmagan rivojlanishi va raqobatdoshlar bosimi kuchayganda ularga qarshi chora-tadbirlardan tashkil topadi.

Yangi vaziyatlarga katta texnologik yutuqlar, raqobatdoshlarning bozorga yangi tovarlarni muvaffaqiyatli kiritishi, yangi qonunlarning paydo bo'lishi, davlat siyosatining o'zgarishi va iste'molchilarni tovarning yangi xususiyatlarga qiziqishining ortib borishi va boshqa shu kabilar kiradi. Demak, strategiyani rejalashtirilgan harakatlar va muhit o'zgarishlariga javob reaksiyasi majmui deb qarash maqsadga muvofiqdir.

Korxonaning amaldagi strategiyasi bu rejalashtirilgan va muhit o'zgarishiga qarshi xatti-harakatlar majmuidan iborat.

Korxonaga ikki narsa xavf soladi. Birinchisi - eskirgan strategiyani tanlash. Ikkinchisi-strategik o'zgarishlarni o'z vaqtida amalga oshirmaslik, o'zgarishlarni orqaga surish, korxonaning ichki o'zgarishlari bilan shug'ullanish.

Asosiy tayanch tushunchalar

Korxonada tashkiliy tuzilmasi, boshqaruv bo'g'inlari, boshqaruv bosqichlari, chiziqli boshqaruv, funksional boshqaruv, divizional tashkiliy tuzilma, boshqaruv sistemasi, nostrategik boshqaruv, strategik muvaffaqiyat, strategik liderlik, strategik o'zgarishlar.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Korxonada tashkiliy tuzilmasi nima va uning qanday turlari mavjud?
2. Boshqaruv bosqichlari va bo'g'inlari o'rtasida aloqadorlik qanday ta'minlanadi?
3. Boshqaruv tashkiliy tuzilmalarining chiziqli va funksional turlari birikishi natijasida boshqaruvning qanday tashkiliy tuzilmalari hosil bo'ladi?
4. Boshqaruvning funksional tuzilmasi uchun xos bo'lgan xususiyatlar nimadan iborat?
5. Boshqaruv tashkiliy tuzilmalari qanday afzallik va kamchiliklarga ega?
6. Boshqaruvning matritsali tashkiliy tuzilmasini qanday afzallik va kamchiliklari mavjud?
7. Korxonada boshqaruv tashkiliy tuzilmasini loyihalashtirish jarayoni qanday omillar ta'siri ostida yuzaga keladi?
8. Korxonada faoliyatini strategik boshqarishning iqtisodiy ahamiyati nimadan iborat?
9. Korxonada faoliyati boshqaruvini strategik rejalashtirish bosqichlari.
10. Korxonada faoliyatida strategik boshqaruvning vazifalari.

V bob. KORXONALARNING STRATEGIK RIVOJLANISHIDA ERKIN IQTISODIY ZONALARNI TASHKIL ETILISHI

Mazkur bobda erkin zonalarning iqtisodiy ahamiyati va shakllanish bosqichlari, korxonalar faoliyatini strategik rivojlantirishda erkin iqtisodiy zonalarni tashkil etishning o'ri, erkin iqtisodiy zonalarni tashkil etish orqali hududlarning investitsion jozibadorligini oshirish va korxonalarining logistik faoliyat samaradorligini ta'minlash bilan bog'liq jarayonlarning nazariy asoslari tadqiq etilgan.

5.1. Erkin-iqtisodiy hududlarning turli ko'rinishlari va ularning iqtisodiy mohiyati

5.2. Erkin-iqtisodiy hududlarni tartibga solishda iqtisodiy mexanizmlarning o'ri

5.3. Erkin-iqtisodiy hududlarning kichik biznes va innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirishdagi ahamiyati

5.4. "Navoiy" erkin industrial-iqtisodiy hududda amalga oshirilayotgan loyihalar

5.5. Erkin-iqtisodiy hududlarni shakllantirishda iqtisodiy samaradorlikni oshirish yo'llari

5.1. Erkin-iqtisodiy hududlarning turli ko'rinishlari va ularning iqtisodiy mohiyati

Erkin-iqtisodiy hududlarning ko'rinishlari, ularning iqtisodiy mohiyatini ko'rib chiqishdan oldin, erkin-iqtisodiy hudud tushunchasiga ta'rif berib o'tishni maqsadga muvofiq, deb o'ylaymiz. Xususan O'zbekiston Respublikasi qonunchiligini ko'rib chiqadigan bo'lsak, "Erkin-iqtisodiy zonalar to'g'risida"gi qonunning 1-moddasiga ko'ra: Erkin-iqtisodiy hudud deb mintaqani jadal ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish uchun mamlakat va chet el kapitalini, istiqbolli texnologiya va boshqaruv tajribasini jalb etish maqsadida tuziladigan, aniq belgilangan mamiy chegaralari alohida huquqiy tartiboti bo'lgan maxsus ajratilgan hudud tushuniladi.

Rivojlangan mamlakatlarning amaliyotiga nazar tashlaydigan bo'lsak, hozirgi kunga kelib xalqaro xo'jalik faoliyatida erkin-iqtisodiy hududlarning 30 dan ortiq turi mavjud. Ko'pgina mamlakatlarda iqtisodiyotni sog'lomlashtirishning samarali vositalaridan biri mamlakatga chet el investitsiyasini kiritish uchun zarur shart-sharoit yaratish va ushbu mamlakatlar iqtisodiyotiga xorijiy investorlarni jalb qilishga nisbatan ochiq tashqi siyosat yuritish hisoblanadi. Mamlakatning iqtisodiy salohiyatini oshirish va farovon investitsiyali iqlimni yaratishning boshqa vositalari bilan bir qatorda xorijiy mamlakatlarda turli erkin-iqtisodiy hududlarni shakllantirish metodi qo'llaniladi. Ushbu yo'l bilan mamlakatlar bunday tuzilmalarni ta'xis etish yordamida o'z oldida turgan ba'zi iqtisodiy masalalarni hal qiladi. Erkin-iqtisodiy hududlar qabul qilayotgan mamlakat o'z iqtisodiyotiga ilg'or texnologiya, valuta kirimlari shaklidagi chet el sarmoyalarini jalb qilish, zamonaviy infrazuzilmasini yaratish, ichki iste'mol bozorini to'ldirish, qoloq hududlarni jadal rivojlantirish, qo'shimcha ish o'rinlarini yaratish, shuningdek iqtisodiyotni boshqarish sohasida va zamonaviy xalqaro tadbirkorlik sohasidagi ilg'or xalqaro tajribaga ega bo'lish maqsadida tashkil etiladi. Rivojlangan mamlakatlarning ko'p yillik xalqaro tajribasini tahlil qilib shunga amin bo'ldikki, iqtisodiyotni sog'lomlashtirish va hayotga yangi iqtisodiy g'oyalarni qabul qilayotgan davlatlarning alohida ajratilgan hududlarda erkin iqtisodiy hududlarni tashkil etishi ularning iqtisodiy salohiyatini yuksaltirishga keng imkoniyatlar yaratadi.

Hozirgi kunda O'zbekiston Respublikasi oldida iqtisodiyot sohasida ma'lum muammolarni, ilmiy-texnika va texnologiyalarni ishlab chiqish va joriy qilish, eksport salohiyatini o'stirish, valuta zaxiralarini to'ldirish, o'z moliya resurslarini ijobiy hal etishda erkin iqtisodiy hududlarni yaratilishi muhim ahamiyatga ega. Shu maqsadda O'zbekistonda erkin-iqtisodiy hududlarni tashkil etishning huquqiy asoslari yaratildi. Jumladan, 1996-yil 25-aprelda qabul qilingan O'zbekiston Respublikasining "Erkin-iqtisodiy hududlar to'g'risida"gi qonuni, erkin-iqtisodiy hududlar to'g'risidagi Nizomlar va boshqa qonunosti hujjatlari shular jumlasidandir. Erkin-iqtisodiy hudud O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori bilan tashkil etiladi. Erkin-iqtisodiy hududning maqomi, shuningdek, uning qancha muddatga tashkil etilishi mazkur hududni tashkil etish to'g'risidagi qaror bilan belgilandi.

Erkin-iqtisodiy hududning chegaralari O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilandi. Erkin-iqtisodiy hududning faoliyat ko'rsatish muddatini uzaytirish belgilangan muddat tugashidan

kamida uch yil oldin Respublikasi Prezidentining qarori bilan amalga oshiriladi.

Erkin-iqtisodiy hududlarni tashkil etishda ularning tashkil etilish maqsadlariga katta ahamiyat beriladi. Chunki har bir erkin-iqtisodiy hudud biron bir mamlakatning iqtisodiy, ijtimoiy ba’zida siyosiy shart-sharoitidan kelib chiqqan holda tashkil etiladi. Masalan, rivojlangan mamlakatlar (AQSH, Fransiya, Angliya, Yaponiya)da erkin-iqtisodiy hududlar ishsizlik ko’p bo’lgan, rivojlanmagan mamlakatlarda infrazuzilmaga ega bo’lmagan hududlarda shu hududlarni rivojlantirish uchun tashkil etiladi.

O’zbekistonda erkin-iqtisodiy hududlarni tashkil etishda quyidagi vazifalar maqsad qilib qo’yiladi: mamlakat va chet el investitsiyasini, istiqbolli texnologiya va boshqaruv tajribasini jalb etishni, eksportni rag’batlantirish, uning tarkibini yaxshilash, ish bilan bandlikni oshirish va malakali kadrlarni tayyorlash, yer uchastkasini ijaraga berish, bino-inshootlar ijarasi, tijorat va boshqa xizmatlarni taqdim etishdan keladigan qo’shimcha valuta daromadini olish.

U yoki bu iqtisodiy zona hududida ustunlik qiluvchi faoliyat turi va erkin iqtisodiy hududlar to’g’risidagi qonunning 5-moddasiga muvofiq erkin iqtisodiy hududlar quyidagi turlarga ajratilishi nazarda tutiladi:

- erkin-iqtisodiy zonalari;
- erkin savdo zonalari;
- erkin ishab chiqarish zonalari;
- erkin ilmiy-texnikaviy va boshqa zonalar tarzida tuzilishi mumkin.

Xalqaro xususiy huquqda erkin-iqtisodiy hududlarning turlari turlicha nomlanishi amalda ko’p uchraydi.

Savdo – omborxonalar hududlari. O’zbekiston Respublikasida savdo-omborxonalar hududlari erkin-savdo hududlari deb yuritiladi. Unga ko’ra erkin savdo zonalari konsignatsiya omborlarini, erkin bojxonalar hududlarini, shuningdek, tovarlarga ishlov berish, ularni o’rash-joylash, saralash, saqlash hududlarini o’z ichiga oladi. Erkin savdo zonalari chegaraga tutash punktlarda, aeroportlarda, temiryo’l uzellarida yoki O’zbekiston Respublikasi bojxonalar hududining boshqa joylarida tuziladi (qonunning 6-moddasi). Hozirgi kunda O’zbekistonda faoliyat yuritayotgan erkin savdo hududlari tarkibiga kiruvchi erkin ombor hududi 2004-yil 20-yanvarda kuchga kirgan “Erkin ombor bojxonalar rejimi to’g’risida”gi Nizomga asoslanadi.

Nizomda ko’rsatilishicha erkin ombor-shunday rejimki, chet el tovarlari muayyan hududlar va joylarda boj, soliqlar va iqtisodiy siyosat

choralari qo'llanilmasdan joylashtiriladi va ishlatiladi, O'zbekiston tovarlari esa eksport rejimiga muvofiq olib chiqishda qo'llaniladigan shartlarga ko'ra joylashtiriladi va ishlatiladi.

Nizomning 1-bandiga muvofiq O'zbekiston Respublikasidan olib chiqish va O'zbekiston Respublikasiga olib kirish taqiqlangan tovarlarni erkin omborda saqlashga ruxsat berilmaydi. Erkin omborlarda saqlanayotgan mahsulotlar bilan quyidagi operatsiyalar amalga oshirilishi mumkin: o'rash, saqlash, ularning saqlanishi uchun maqbul harorat yaratish. Erkin omborlarda bojxona organi ruxsati bilan ularning chakana savdosini istisno qilgan holda tovarlarni ishlab chiqish va tijorat xarakteridagi operatsiyalarni amalga oshirishga ruxsat etiladi (ulgurji savdo). Savdo omborxonada hududlari shunday hududlarki, ularda xorijiy kelib chiqishga ega bo'lgan tovarlar odatdagi bojxona bojarini to'lamasdan saqlanishi, sotilishi yoki sotib olinishi mumkin. Bojsiz savdo-omborxonada hududiga 1973-yilgi Kioto konvensiyasida ta'rif berilgan. Ushbu hududlar uchun 3 ta asosiy belgilar xos:

- 1) ular xalqaro bozorga xizmat ko'rsatish uchun tashkil etiladi;
- 2) ularga mamlakatning qolgan hududida bo'lgan ko'pgina soliq to'lovlari va bojxona cheklovlari tatbiq etilmaydi (bojxona eksterritorialligi);
- 3) ular ma'lum bir ma'noda "erkin" bo'lishiga qaramay, tashqi iqtisodiy aloqalari davlat tomonidan tartibga solinadi.

Bunday turdagi ilk hudud Yevropada 50-yillarning oxirida Irlandiyada tashkil etilib, keyinchalik asosan rivojlanayotgan mamlakatlarda tashkil etilgan. Erkin-savdo omborxonada hududlari tarkibida mutaxassislar tashqi savdo hududlari (AQSH), erkin bojxona hududlari (Vengriya, Yugoslaviya), erkin bojsiz hududlar (Bolgariya) va erkin portlar (Germaniya, Shveysariya, Braziliya, Ruminiya)ni ajratishadi.

Savdo-omborxonada hududlari nafaqat mahsulotlarni qabul qilish, saqlash (odatda 1 yil muddatga), sotish, sotib olish, balki mazkur mahsulotlarning iste'mol xususiyatlarini yaxshilaydigan operatsiyalarni amalga oshirish uchun ham tashkil etiladi.

Ularining hududlarida korxonalar keng miqyosdagi ko'rgazma faoliyati bilan shug'ullanishlari, savdolar tashkil etish va savdo bojarini, mahsulotni iste'mol xususiyati yaxshilanishi natijasidagi qo'shimcha qiymat solig'i olmasdan bank va sug'urta xizmatlarini taklif etishlari mumkin. Ular jumlasiga yirik xalqaro aero va dengiz portlarida Tovarlarining bojsiz chakana savdosi amalga oshiriladigan "dyuti-fri"ni ham kiritish mumkin.

Eksport – ishlab chiqarish hududlari. Ushbu hududlar bizda erkin ishlab chiqarish hududlari deb yuritiladi.

Erkin ishlab chiqarish hududlari – tadbirkorlikni rag‘batlantirish, iqtisodiyotning ustun tarmoqlariga chet el investisiyalarini jalb etish, istiqbolli texnologiyalarni joriy etish maqsadida xo‘jalik-moliyaviy faoliyatining alohida tartiboti joriy etiladigan hududlardir. Erkin ishlab chiqarish hududlari eksportga mo‘ljallangan ishlab chiqarish hududlarini, agropolislarini, tadbirkorlik hududlarini va boshqa hududlarni o‘z ichiga oladi (qonuning 7-moddasi). Hozirgi kunda erkin iqtisodiy hududlarning eng ko‘p tarqalgan turi sanoat yoki ekaportishlab chiqarish hududlaridir. XX asrning 60-yillarida kuchli integratsiya jarayonlari bilan bog‘liq holda jahonning turli mintaqalarida faqat eksport uchun ishlab chiqarishni rivojlantirishga mo‘ljallangan hududlar tashkil etila boshlandi. 20 yil ichida, 1965-yildan 1985-yilgacha ularning soni 3 tadan 260 taga yetdi. XX asrning oxirlariga kelib erkin iqtisodiy chegara hududlarida ish bilan band bo‘lganlar soni 3 mln. kishidan oshib ketdi, eksport hajmi esa 25 mlrd dollarni tashkil etdi.

Eksport ishlab chiqarish hududlari eng ko‘p Osiyo (20 ga yaqin), Afrika, Lotln Amerakasida (60 dan ortiq) rivojlanayotgan mamlakatlarda tarqalgan. Bunday tipdagi hududlar Vengriya, Ruminiya, Yugoslaviya, Xitoy, AQSHda ham ko‘zga tashlanadi. Ularning farqli jihati shundaki davlat imtiyozli valuta, moliyaviy rejimdan foydalanib bududda sanoatning ustuvor sohalari rivojini ta‘minlaydi yoki qoloq tuman hududida xorijiy valuta yoxud mahalliy shtat, federal hokimiyatning investitsiyalarini jalb qilgan holda eksport sanoat ishlab chiqarishini yuzaga keltiradi. Bu mahalliy xomashyo, yarim-fabrikatlardan yanada samaraliroq foydalanishga, ishlab chiqarish ustidan zamonaviy boshqarish usullarini joriy etishga, malakali kadrlarni tayyorlashga imkon beradi. Natijada boshqa tuman va mamlakatning o‘zida yanada jadalroq iqtisodiy rivojlanishga erishish mumkin. Bunday hududlar nafaqat xorij sarmoyasi oqib kelishini, balki texnologiyalar, “nou-xou” kelishini ta‘minlaydi, yangi ishchi o‘rinlarini yaratadi va ayni paytda o‘z eksportga yo‘naltirilganligidan kelib chiqqan holda mahalliy ishlab chiqaruvchilarni chet el firmalari raqobatidan asraydi.

Eksport ishlab chiqarish hududlaridan quyidagilarni ko‘rsatish mumkin:

-birgalikdagi tadbirkorlik hududlari (Yugoslaviya, Vengriya, Bolgariya);

-erkin tadbirkorlik hududlari (AQSH, Buyuk Britaniya);

-maxsus iqtisodiy hududlari (Xitoy Xalq Respublikasi).

Ularga yana alohida imtiyozlardan foydalanadigan va ko'proq tashqi bozorga xizmat ko'rsatuvchi ba'zi bir chet el korxonalarini misol qilish mumkin. Masalan: Meksikaning chegaraga yaqin yerlarida Amerika firmalari ishlab chiqargan mahsulotni AQSH bozoriga yetkazib beradigan zavod qurilgan ("Makiladors").

Eksport sanoat hududlarida tadbirkorlar mashina, xomashyo, uning komponentlaridan olinadigan boj va boshqa to'lovlardan ozod qilinganlar. Chet el firmalari soliq, daromad solig'i to'lashdan va boshqa bilvosita va bevosita soliq to'lovlariga nisbatan beriladigan "soliq ta'tillari"ga egalar. Ularga valuta krediti va imtiyozli kredit olishda imtiyoz va erkinliklar berilgan.

Erkin ilmiy-texnikaviy hududlar. O'zbekiston Respublikasida erkin ilmiy-texnikaviy hududlar alohida ajratilgan hududlardan iborat bo'lib, u yerda ilmiy-ishlab chiqarish va o'quv markazlari jamlanadi hamda ular uchun ilmiy va ishlab chiqarish imkoniyatini rivojlantirishga qaratilgan maxsus huquqiy tartibot o'rnatiladi. Erkin ilmiy-texnikaviy hududlar yuksak texnologiyalar hududlari, texniparklar, mintaqaviy innovatsiya markazlari – texnopolislar shaklida tashkil etiladi (qonunning 8-moddasi). Erkin ilmiy-texnikaviy hududlar adabiyotlarda "texnopark", "texnopolis", ilmiy parklar", "texnologik markazlar", "o'quv markazlari" deb yuritiladi. Ularning o'ziga xos jihati ular hududida ilmiy va ishlab chiqarish texnologik faoliyat zamonaviy ilmiy-ishlab chiqarish firmalari shaklida birlashishi va yirik ilmiy tadqiqot markazi, universitet miqyosida mavjud bo'lishidadir. Bunday hududlarni tashkil etishdan maqsad butun moddiy va mehnat resurslarini, yangi texnologiyalarni sanoatga tatbiq etishni jadallashtirishga safarbar etish, yangi ishchi o'rinlarini ta'minlash, mintaqada va mamlakatda iqtisodni diversifikatsiyalash.

Ilmiy texnologiya hududlari iqtisodiy strukturasi qaysi sohaning ustunlik qilishidan kelib chiqib ularning 3 ta turi farqlanadi:

1) Innovatsiya markazi – bu uncha katta bo'lmagan uchastkada joylashtirilgan iqtisodiy tuzilma bo'lib, endigina yaratilgan kichik kompaniya uchun mo'ljallangan.

2) Ilmiy park – bu ancha katta hududga ega bo'lib, unda turli miqdor va rivojlanish bosqichidagi ilmiy ishlab chiqarish firmalari joylashgan bo'lib, mahalliy tadqiqot markazi (universitet)ning ilmiy-

texnik qurilmalari asosida ancha katta bo'lmagan ishlab chiqarishni yo'lga qo'yishga imkon beradi.

3) Tadqiqot parklari – ular doirasida ilmiy-texnik yangilik texnik prototip bosqichigacha ishlab chiqariladi. Bunday parklarda sanoat kompaniyalari ilmiy tadqiqot, sanoat konstruktorlik muassasalari birlashadi. Masalan: Bostonda “Klassik” tadqiqot parki o'zida kompyuter texnikasini ishlab chiqarish bo'yicha 700 dan ortiq sanoat kompaniyalarini birlashtirgan. Biroq 22 million fud hududning (sanoat va ilmiy inshootlarga ajratilgan) 2/3 qismi ilmiy-tadqiqot va tajriba konstruktorlik inshootlari, binolari bilan band. Ilmiy parklar 400 yillik tarixga ega. AQSHda birinchi parklar San-Fransiskoda, Bostonda, Buyuk Britaniyada esa Kembrijda vujudga kelgan.

Chet ellik mutaxassislar fikricha, 1986-yil boshlarida AQSHda 100 dan ortiq parklar mavjud bo'lgan, Fransiya va Buyuk Britaniyada 26 ta va 36 ta bo'lgan. FRGda 1985-yilda 18 ta shunday parklar bo'lgan, Yaponiyada esa 20 ta texnopolis bo'lgan. Osiyoning yangi sanoat mamlakatlarida 10 ta texnopark mavjud (Janubiy Koreya, Cingapur, Tailand, Malayziya, Tayvand).

Eng yirik ilmiy park sanoat mamlakatlari Tayvandda 1980-yilda tashkil etilgan. Ushbu parkda sanoat-savdo ilmiy tadqiqot instituti, mikroelektronika ishlab chiqarish bo'yicha Tayvan kompaniyasi, elektronika ilmiy-tadqiqot instituti, biotexnologiyani rivojlantirish bo'yicha markaz va 100 dan ortiq sanoat korporatsiyalari joylashgan. Faoliyat turi bo'yicha turistik, sug'urta, bank, offshore (Shvetsariya, Singapur, Gongkong, Kipr) va boshqa hududlar mavjud.

Yuqoridagilardan tashqari xalqaro tajribada erkin iqtisodiy hududlarning boshqa turlari ham mavjud. Ularning ba'zilarini ko'rib chiqamiz.

Kompleks erkin iqtisodiy hududlar. O'zida savdo, bojxona, ishlab chiqarish, tadqiqotchilik funksiyalarini qamrab olgan hududlar - kompleks erkin iqtisodiy hududlar deb ataladi. Bunday hududlarni tashkil qilishda hududlarda aniq sektorlar funksiyasi ustunligi va ularni yaratish ketma-ketligini aniqlab olish lozim. Ushbu hududlar shaharlar, rayonlar, viloyat va o'lkalar (yoki ularning bir qismi)ni qamrab olganidan yangi ma'muriy-hudud tashkil etish mumkin yoki hudud tarkibiga qo'shni tumanning asosan yangi xo'jalik o'zlashtirish hududlarini kiritish va ularni qo'shma tadbirkorlik hududlari sifatida rivojlantirish mumkin. Erkin iqtisodiy hududlar hudud chegaralarini rasmiylashtirish

va ularning funksiyalanish rejimiga ko'ra ikki turga bo'linadi: Anklaf (berk) va integratsiyaviy erkin iqtisodiy hududlar.

Anklaf erkin iqtisodiy hududlar – o'z hududida ishlab chiqarilgan mahsulotni erkin konvertatsiya qilinadigan valutada haq olish uchun eksport qilishga mo'ljallangan hududlardir. Ushbu hududlarni mamlakatning boshqa qismidan mahsulot va fuqarolarning o'z chegaralaridan maxsus o'tish rejimi bilan, erkin iqtisodiy hududlarni hududdan tashqaridagi ichki mexanizmdan iqtisodiy mustaqilligi o'ziga xos iqtisodiy iqlimini yaratuvchi ma'muriy va iqtisodiy uslublar bilan ta'minlanadi. Anklaf hududlar asosan mamlakatdan tabiiy ajratilgan hudud (orol, yarim orol, dengiz qirg'oqlari va boshqa)larda tashkil etiladi. Shuningdek, u shahar ichida ham tashkil etilishi mumkin. Odatda anklaf hudud iqtisodiy rivojlanishi va aholining moddiy ahvoli past bo'lgan mamlakatlardan tashkil etiladi.

Integratsiyaviy hududlar – milliy va dunyoviy iqtisod bilan jips faoliyat yuritishi uchun yanda erkin rejimga ega bo'lgan hududlardir. Ular ko'poq rivojlangan bozor iqtisodiyoti, xalqaro mehnat taqsimotiga keng kirib borgan mamlakatlarda tashkil etiladi. Integratsiyaviy hududlar bozor iqtisodiyoti rivojlangan, baynalminallashgan iqtisodiyotda mavjud bo'ladi. Integratsiyaviy hududlarga beriladigan hududlar hajmi turlicha bo'lishi mumkin. Masalan, ular bir necha kilometr kvadratdan tortib minglab kilometr kvadratgacha bo'lishi mumkin. Erkin-iqtisodiy hududlar qancha mamlakatlar hududini qamrab olishiga ko'ra: yakka millatli (monomillatli), ya'ni bitta davlat hududida joylashgan va uning qonunlariga amal qiladigan va baynalmilal (xalqaro) – bir necha mamlakatlar hududini qamrab oluvchi va uning qoidalariga amal qiluvchi hududlarga bo'linadi.

To'laqonli iqtisodiy ittifoq tuzish maqsadida integratsiyaviy guruhlar dastavval erkin hududini tuzadilar. Ular bojxona ittifoqi va umumiy bozor orqali iqtisodiy ittifoqqa evolutsiyaviy tadrijiy yo'l bilan erishishga harakat qilishadi. Erkin sanoat hududlari ikki yoki undan ortiq milliy xo'jaliklarni birlashtirish shakli, uning doirasida ishtirokchi davlatlar o'zaro savdo to'siqlarini o'rnatdi. Biroq ayni paytda ushbu davlatlardan har biri boshqa mamlakatlarga nisbatan o'z savdo to'siqlarini saqlab qoladi. Ishtirokchi mamlakatlar chegaralari bojxona nazoratini saqlab qoladi, bundan maqsad uchinchi mamlakatlar orqali past sifatli arzon tovarlar kirib kelishiga yo'l qo'ymaslik.

Bojxona ittifoqi ishtirokchi mamlakatlarda o'rtasidagi mahsulot va xizmatlar savdosi cheklolvarining olib tashlanishini nazarda tutadi.

Buning uchun ular yagona tashqi savdo barerlari tizimini tasdiqlashadi. Masalan, Yevropa iqtisodiy Ittifoqi hozirgi kunda ayrim MDH davlatlari (Rossiya, Belorusiya, Qozoqiston) o'rtasida tuzilayotgan bojxona ittifoqiga boshqa MDH davlatlari va dunyoning istalgan bir mamlakati a'zo bo'lishi mumkin.

Umumiy bozor - bu xalqaro iqtisodiy erkin hududlar evolutsiyasi-ning navbatdagi bosqichidir. Unda guruhlar ichida mahsulotlarning erkin harakat qilishi bilan bir paytda ishlab chiqarish omillari (sarmoya, ishchi kuchi) erkin harakat qiladi.

To'liq iqtisodiy ittifoq unda ishtirokchi mamlakatlarining iqtisodiy siyosati, savdo-sotiq, ishchi kuchining harakati, sarmoyaning oqib kelishiga nisbatan pul, soliq ijtimoiy siyosati bilan birga unifikatsiyalashni ko'zda tutadi.

Umuman olganda hozirgi kunga kelib erkin iqtisodiy hududlarning juda ko'p ko'rinishlari mavjud bo'lib, har bir davlat ulardan o'zining hududiy sharoitlaridan kelib chiqqan holda foydalanishga harakat qiladi. Har tomonlama o'rganib chiqilgan va davlat uchun har tomonlama to'g'ri keladigan erkin-iqtisodiy hududning ko'rinishini aniq belgilab olinishi, ushbu davlatning kelajakda iqtisodiy yuksalishiga zamin hozirlaydi.

5.2. Erkin-iqtisodiy hududlarni tartibga solishda iqtisodiy mexanizmlarning o'rni

Erkin-iqtisodiy hududlarni tartibga solishning iqtisodiy mexanizmi eng avvalo mazkur hududlarning huquqiy rejimi bilan chambarchas bog'liqdir. O'zbekistonda erkin-iqtisodiy hududlar o'zining huquqiy rejimiga ko'ra o'ziga xos jihatlarga ega. Ularda alohida bojxona, valuta, soliq tartiboti, shuningdek, fuqarolar kirishi, chiqishi va bu yerda bo'lishining, mehnat munosabatlari, moliya-kredit faoliyatining alohida tartiboti hamda investisiyalarni jalb etishga, tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirishga va hududni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishga qaratilgan o'ziga xos huquqiy rejim o'rnatilishi mumkin. Erkin iqtisodiy hududlarda alohida bojxona tartibi belgilanadi. Unga ko'ra tovarlarni olib kirish va olib chiqish uchun bojxona bojlarining bekor qilinishi yoki kamaytirilishi nazarda tutiladi. Shuningdek, tovarlar eksporti yoki importi uchun ta'rifdan tashqari cheklashlarni bekor qilish yoki yengillashtirish nazarda tutilishi ham mumkin. Erkin-iqtisodiy hudud-

larda tovarlarni belgilangan tartibda bayonnomaga kiritgan holda erkin-iqtisodiy hududning bojxona chegarasi orqali olib o'tishning soddalashtirilgan tartibi nazarda tutilishi mumkin. Mamlakatimizda tashkil etilgan har bir erkin-iqtisodiy hudud hududida alohida bojxona tartibotini respublika bojxona xizmati belgilaydi. Erkin-iqtisodiy hududlarda belgilangan alohida bojxona tartiboti erkin-iqtisodiy hudud hududi orqali tovarlarni tranzit tartibda olib o'tishga nisbatan qo'llanilmaydi.

Erkin-iqtisodiy hudud hududida alohida valuta tartiboti milliy va chet el valutarining erkin muomalada bo'lishi hamda ayirboshlanishini belgilab beriladi. Ushbu hududda alohida valuta tartibotining amal qilish tartibini O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki belgilaydi. Erkin-iqtisodiy hududlar xo'jalik faoliyatining qatnashchilari, ya'ni fuqarolar, yuridik shaxslar va boshqa subyektlar erkin-iqtisodiy hududlar to'g'risidagi Nizomda ichki va tashqi investorlar uchun teng shart-sharoitlardan kelib chiqqan holda belgilangan soliq imtiyozlardan foydalanish huquqiga ega.

Mamlakatimiz hududida tashkil etilgan erkin-iqtisodiy hududlar, korxonalar, muassasalar va tashkilotlarda ishlash uchun eng avvalo mahalliy mehnat resurslari jalb etiladi. Bundan tashqari respublikamizning boshqa mintaqalarida yashovchi shaxslar va chet ellik fuqarolar ham jalb etilishi mumkin. Ushbu hududlarga ishchi kuchini jalb etish tegishli hududning ishga joylashtirish xizmati mehnat birjalari orqali amalga oshiriladi.

Erkin-iqtisodiy hududlarda mehnat munosabatlari qonun hujjatlari, jamoa shartnomalari va yakka tartibdagi mehnat shartnomalari bilan tartibga solinadi. O'zbekiston Respublikasi erkin-iqtisodiy zona hududida faoliyat yuritayotgan fuqarolar (jismoniy shaxslar) va yuridik shaxslarning huquqlari hamda qonuniy manfaatlariga rioya etilishini kafolatlaydi. Erkin-iqtisodiy hududlarda investorlarning O'zbekiston Respublikasining qonun hujjatlarida nazarda tutilgan barcha kafolatlari va imtiyozlariga rioya etilishi ta'minlanadi. Nizomda qo'shimcha kafolatlar va imtiyozlar nazarda tutilishi mumkin. Davlat organlari va boshqa organlar yoxud mansabdor shaxslarning yuridik shaxslar hamda fuqarolar (jismoniy shaxslar) faoliyatiga asossiz aralashuvi natijasida ularga yetkazilgan zarar, shuningdek boy berilgan foyda va yetkazilgan ma'naviy ziyon sud tartibida qoplanishi lozim.

Erkin iqtisodiy hudud mustaqil budjetga ega bo'ladi. Erkin iqtisodiy hududni shakllantirish bosqichida kreditlar berish yoki ishlab chiqarish

va ijtimoiy infrastruktura obyektlarini to'g'ridan-to'g'ri investisiyalash tarzida respublika budjeti va mahalliy budjetdan mablag'lar jalb etilishi mumkin. Erkin iqtisodiy hududning budjeti hudud ma'muriyatining tasarrufidagi yer, binolar va inshootlarni ijaraga berishdan, turli xizmatlar ko'rsatishdan keladigan tushumlardan va Nizomda belgilangan boshqa tushumlardan tashkil topadi.

Erkin-iqtisodiy hududga chet el fuqarolari va fuqaroligi bo'lmagan shaxslarning kirishi, iqtisodiy hududlardan chiqishi va shu hududda bo'lishining Nizomda belgilab qo'yiladigan soddalashtirilgan tartibi joriy etilishi mumkin. Erkin-iqtisodiy hudud qatnashchilarining hududga kiritgan investitsiyalari va tavakkalchiligini sug'urta qilish ixtiyoriy sug'urta shartnomasi asosida amalga oshiriladi. Erkin-iqtisodiy hududlarni boshqarish Erkin-iqtisodiy hududlar to'g'risidagi qonunga va Oliy Majlis tomonidan tasdiqlanadigan Nizomga muvofiq amalga oshiriladi. Hududning faoliyati erkin-iqtisodiy hudud Ma'muriy kengashi muvofiq qilastirib turadi. Uning operativ boshqaruv organi hudud bosh direksiyasi hisoblanadi.

Erkin-iqtisodiy hududning Ma'muriy kengashi Vazirlar Mahkamasi tomonidan joylardagi davlat hokimiyati organlari, tarmoq boshqaruv organlari, investorlar, shu jumladan chet el investorlari va fuqarolarning o'zini o'zi boshqarish organlari vakillaridan tuziladi.

Respublikamizda tashkil etilgan erkin-iqtisodiy hududning Ma'muriy kengashiga rais boshchilik qiladi. Erkin-iqtisodiy hududning chegaralari mamlakatimizning ma'muriy-hududiy birligi (shahar, tuman, shahardagi toman) chegaralariga to'g'ri kelgan taqdirda Ma'muriy kengash raisining vazifalarini ijro etish tegishli hokim zimmasiga yuklanadi.

Erkin iqtisodiy hududning Ma'muriy kengashi:

-erkin-iqtisodiy hududning huquq tartibotiga rioya etilishini nazorat qilib boradi;

-hududni rivojlantirish dasturini ishlab chiqadi;

-investitsiyalarni jalb etish uchun qo'shimcha shartlar belgilaydi;

-hududning har yilgi budjetini ko'rib chiqadi va tasdiqlaydi;

-qonun hujjatlarida nazarda tutilgan boshqa vakolatlarni amalga oshiradi.

Erkin-iqtisodiy hudud Ma'muriy kengashi o'z vakolatlari doirasida qabul qilgan qarorlar erkin-iqtisodiy hudud xo'jalik faoliyati qatnashchilari ijro etishi uchun majburiydir.

Erkin-iqtisodiy hudud chegaralari ichida joylashgan davlat mulki obyektlari (yer, suv, yerosti boyliklari va boshqa tabiiy resurslar, bino-

lar, inshootlar) joylardagi davlat hokimiyati organlarining o'z vakolat doirasidagi qaroriga binoan operativ boshqaruv yoki to'liq xo'jalik yuritish huquqi bilan qonun hujjatlarida belgilangan tartibda hudud Ma'muriy kengashiga topshirib qo'yilishi mumkin.

Joylardagi davlat hokimiyati organlari erkin iqtisodiy hudud Ma'muriy kengashiga topshirib qo'yilgan yer, yerosti boyliklari, atrof-muhit va boshqa obyektlardan oqilona foydalanilishi hamda ularning muhofaza qilinishi ustidan nazoratni ta'minlaydilar.

Erkin-iqtisodiy hudud hududida joylashgan davlat mulki obyektlarini xususiy mulk qilib sotish qonun hujjatlarida belgilangan tartibda amalga oshiriladi.

Erkin-iqtisodiy hudud Bosh direksiyasi:

-alohida huquqiy tartibotning amal qilishini ta'minlaydi;

-tanlov asosida chet el kapitalining jalb etilishini amalga oshiradi;

-hududni rivojlantirish dasturi ro'yobga chiqarilishini ta'minlaydi;

-xo'jalik, moliyaviy va boshqa faoliyat bilan shug'ullanayotgan korxonalar va tashkilotlarni ro'yxatga oladi;

-ekologik vaziyatni yaxshilanishi ustidan nazoratni ta'minlaydi, shuningdek, tarixiy-madaniy boyliklarning saqlanishi uchun javobgar bo'ladi;

-Erkin-iqtisodiy hududlar to'g'risidagi Nizomda nazarda tutilgan boshqa vakolatlarni amalga oshiradi.

Hudud Bosh direksiyasi, Nizomda nazarda tutilgan hollarni istisno etganda, korxonalar va tashkilotlarining operativ xo'jalik, moliyaviy va boshqa faoliyatiga aralashishga haqli emas.

Erkin iqtisodiy hududning Bosh direksiyasi hudud Ma'muriy kengashi tomonidan tuziladi va unga ana shu kengashning o'zi tayinlaydigan bosh direktor boshchilik qiladi. Tashkil etilgan erkin-iqtisodiy zona hududida faoliyat yuritayotgan yuridik shaxslar va fuqarolar hudud Bosh direksiyasida ro'yxatdan o'tishlari lozim. Hudud bosh direksiyasida ro'yxatdan o'tganlik to'g'risida yuridik shaxslarga guvohnoma beradi va bu haqda tegishli organlarga xabar qiladi.

5.3. Erkin-iqtisodiy hududlarning kichik biznes va innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirishdagi ahamiyati

Dunyo tajribasi shuni ko'rsatmoqdaki, EIHLar kichik biznes va innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirishning katalizatori hisoblanadi.

Buning isboti sifatida shuni ta'kidlash kerakki, yirik yoki o'rta korxonalarining kichik biznes va aynan innovatsion tadbirkorlik bilan kooperatsion aloqalarini o'rnatmasdan turib innovatsion modullarga asoslangan ishlab chiqarishni tashkil etishni tasavvur qilish qiyin. Aynan kichik innovatsion tadbirkorlik bozor talabiga mos keladigan yangi turdagi mahsulotlarni yaratishga qodirdir.

Ko'plab rivojlangan mamlakatlarning tajribasi shundan dalolat beradiki, hozirgi kunda kichik biznes jadallik bilan rivojlanayotgan sohadir. Yirik korporatsiyalar katta innovatsion loyihalarni qator tarmoqlarda amalga oshirishda, moliyaviy, moddiy va mehnat resurslarini jalb qilishda katta imkoniyatlar va ustuvorlikka egadirlar. Ammo ko'p tarmoqlarda iqtisodiy faoliyatning kichik biznes turidan foydalanish unumliroqdir.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni, shu jumladan innovatsion tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi maqsadga muvofiqligini qator omillar bilan izohlash mumkin:

- Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni (KBXT) yangi ish o'rinlarini yaratish, ishsizlikni qisqartirish va bandlikni ta'minlashda muhim rol o'ynaydi, bu esa aholini nafaqat ijtimoiy rivojlanishiga, balki iqtisodiyotning o'sish sur'atlariga ham ta'sir ko'rsatadi;

- KBXT o'rta miqdorlar sinfini shakllanishiga ko'maklashadi, iqtisodiyotni diversifikatsiyalanishi va sog'lom raqobat muhitini shakllanishini ta'minlaydi;

- KBXT odatda mas'uliyatli hamkor va intizomli budjet to'lovchilari hisoblanadi;

- Alohida KBXTlarning moliyaviy qiyinchiligi, odatda, makroiqtisodiy jarayonlarda ta'sir etmaydi;

- KBXTlar chet elda kapital oqimi jarayonida nisbatan kamroq jalb etilgan;

- KBXT odatda jamoatchilik fikridan foydalanadi.

Ma'lum darajada kichik korxonalarining ustuvorligi innovatsion sohada ham ko'zga tashlanadi. Bu esa quyidagilarda namoyon bo'ladi:

- Tadbirkorlikni kichik shaklida ijodkorlik uchun nisbatan yaxshiroq shart-sharoitlar yaratiladi va individual xarakterga ega;

- Kichik korxonalarda ixtirochi, mulkdor va menejer bir shaxs ko'rinishida namoyon bo'lishi mumkin, bu esa korporativ boshqaruvdagi asosiy qarama-qarshiliklarni oldini oladi;

-Yangi informatsion texnologiyalar kichik korxonalarining doimiy faoliyat ko'rsatishiga yaxshi shart-sharoitlar yaratadi, bu esa avval faqat yirik korxonalariga xos bo'lgan;

-Kichik korxonalarda yaratiladigan innovatsion ishlanmalar ko'p mablag' talab qilmaydi, balki mavjud moliyaviy resurslardan oqilona foydalanib, imkon qadar loyihalar samarali amalga oshiriladi;

-Kichik korxonalarda yaratiladigan innovatsion ishlanmalarda asosiy e'tibor loyihaning ishlab chiqarishga joriy etilishi va iqtisodiy samadorlikka beriladi.

Oxirgi yillarda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni barcha sohalarda, shu jumladan innovatsion sohasiga bo'lgan e'tibor kundan kunga o'sib bormoqda. Bu esa tasodif emas albatta. G'arb tadbirkorlik faoliyati tajribasi innovatsion faoliyatning rivojlanishida kichik korxonalarining avzalliklari va roli katta ekanligini tasdiqlaydi. Xorijiy ekspertlarning kuzatuv natijalari shuni ko'rsatmoqdaki, AQSH va G'arbiy Yevropa XX asrning 58 ta yetakchi ixtirolaridan 46 tasi alohida shaxslar va kichik firmalarga tegishli bo'lgan. AQSHning "Miliy ilmiy fond"i ma'lumotiga asosan ishlovchilar soni 500 tagacha bo'lgan firmalarda ilmiy-tadqiqot faohyatida sarflangan 1 AQSH dollari yirik korporatsiyalarga (ishchilar soni 10000 tadan ziyod) nisbatan 24 marta ko'proq yangiliklar bergan.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sog'lom raqobat muhitini shakllantirishda muhim o'rin egallashi hamda innovatsion faoliyatni amalga oshirishda xususiy kapitalni ishtirokini ta'minlovchi asosiy kuch ekanligini hisobga olgan holda shunday xulosa qilish mumkinki, KBXT texnologik rivojlanishni jadallashtirishning asosiy omili hisoblanadi.

Mamlakatdagi iqtisodiy islohotlarni amalga oshirishda, innovatsion yangilashda nodavlat sektori-xususiy mulk egalariining o'rni tobora salmoqli bo'lib bormoqda, real sektor tarmoqlarini modernizatsiya qilish jarayonida yuzaga kelayotgan muammolar kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari faoliyatini yanada kengroq qo'llab-quvvatlash, jumladan moliyaviy jihatdan, ular tomonidan makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlashga bo'lgan hissasini tahlil qilishga da'vat etmoqda.

Ushbu yo'nalish mamlakat ichki bozorini tovarlar va xizmatlar bilan ta'minlab qolmasdan, balki aholi bandligi va real daromadlarini oshirishda, iqtisodiyotning turli tarmoqlarida o'zaro aloqalarni yo'lga qo'yishda katta ahamiyat kasb etadi, ularni modernizatsiya qilishga va

tarmoq korxonalarida innovatsion yangiliklarni joriy qilish bo'yicha zarur shart-sharoitlar yaratishga chaqiradi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik bozor konyunkturasini o'zgarishlariga tez moslasha olishi va iste'molchi talabining o'zining mahsulotlarida tez aks ettirishi tufayli doimo tarmoqda raqobatbardosh mahsulotlar chiqarishiga da'vat etuvchi kuch sifatida xizmat qilgan.

Albatta, rivojlangan xorijiy davlatlarda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik iqtisodiy va ijtimoiy jihatdan katta ahamiyatga ega, yalpi ichki mahsulotning taxminan 60-70 foizi ularning hissasiga to'g'ri keladi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik raqobatbardosh mahsulotlarni ishlab chiqarishda, ularni jahon bozoriga olib chiqishda salmoqli hissasi bilan doimo ajralib turgan.

Lekin ayrim mamlakatlarda raqobatbardoshlikning sustligi, ishlab chiqarish strukturasi yetarlicha keng ko'lamli emasligi, mamlakat uchun muammo bo'lib turgan, bu esa iqtisodiyotning yuqori sur'atda o'sishiga xalaqit bergan. Tarmoqlararo kapitalni qayta ishlash sanoati yuqori texnologik sektorlariga o'tkazish, fan va innovatsion texnologiyalarni rivojlantirishni ta'minlash yo'li bilan ishlab chiqarish jarayonlarini transformatsiya qilish bu borada sezilarli samara berib kelgan.

Tadqiqotlar misolida shuni ko'rish mumkin, o'zini-o'zi tartibga solishning bozor mexanizmlari yaqin istiqbolda milliy iqtisodiyotni tarkibiy ko'rinishini tubdan o'zgartirishga erishishi mumkin. Qayta ishlash sanoati tarmoqlarining jadal sur'atlar bilan rivojlanishining davlat tomonidan rag'batlantirilishi, bunda soliq solishning tabaqalash-tirilgan normativlari amortizatsiya ajratmalari moliyaviy vositasi sifatida yuzaga kelishi tabiiy hol sifatida ko'rilmogda.

Davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish dasturini amalga oshirish, ishlab chiqarishning texnik holatini yangilash va qayta tashkil etish jarayonida mamlakatimizda salmoqli nodavlat sektori yaratildi: hissadorlik jamiyatlari, mas'uliyati cheklangan jamiyatlar, qo'shma korxonalar, xususiy firma va tashkilotlar soni kundan kunga ko'payib bormogda.

EIHlarda innovatsion tadbirkorlikka ham zarur shart-sharoitlar yaratilishi lozim. Agarda EIH joylashgan ishlab chiqarish korxonalari o'z mahsulotlari bilan jahon bozorlariga chiqmoqchi bo'lsalar, ular albatta raqobatbardosh sifatli mahsulot turlarini yaratishlari lozim. Bu esa yangi ixtironi, yangi izlanishlarni va nihoyat ilmiy hajmdor mahsulotlarni xaridor talabiga mos ravishda ishlab chiqarishni talab

etadi. Ushbu masalani faqatgina kichik innovatsion korxonalar tezkorlik bilan hal etishga qodirdirlar. Yirik korxonalar uchun alohida innovatsion korxonalarni yoki markazlarni tashkil etish, uni faoliyatni yurgizish ancha katta sarf-xarajatlar talab etiladi. Bu xarajatlarning barchasi mahsulotning narxiga, qolaversa bozor qiymatiga jiddiy ta'sir etishi mumkin. Shuning uchun ham bu ishlarni kichik innovatsion korxonalariga topshirish afzalroqdir.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, EIHlar mamlakatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni, shu jumladan innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirishda sezilarli ahamiyat kasb etib, hatto ki lokomotiv rolini ham bajarishi mumkin. Buning uchun tashkil etilayotgan EIHLarda tadbirkorlik subyektlari uchun quyidagi zarur shart-sharoitlarni yaratish lozim bo'ladi:

- Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini EIHlar o'z faoliyatlarini amalga oshirishlari uchun qulay shart-sharoitlar yaratish (maxsus soliq imtiyozlari, boj to'lovlarining amaldagi stavkasini kamaytirish, qurilish uchun yer ajratish, imtiyozli kreditlar va hokazo);

- Kichik innovatsion korxonalarni 5 yil muddatgacha yer solig'i, mulk solig'i, daromad solig'i, obodonchilik va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish solig'i, boshqa majburiy to'lovlar va yagona soliq to'lovi, umuman olganda ularning barchasidan ozod etish;

- Kichik innovatsion korxonalarni moddiy texnik bazasini mustahkamlash, ya'ni ularni zamonaviy laboratoriyalarga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish maqsadida ularga imkon qadar imtiyozli kreditlar ajratish, kerak bo'lsa chet el moliya institutlar grantlarini jalb etish;

- EIHda faoliyat ko'rsatish uchun KBXT subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish jarayonlarining soddalashtirilgan tizimini yaratish;

- KBXT subyektlarini EIH mavjud bo'lgan barcha injiner-kommunikatsiya tizimlaridan foydalanishlariga qulay shart-sharoitlar yaratish;

- EIHda biznes-inkubator, tadqiqot markazlari, innovatsion markazlar, texnologiyalar transferi agentligi va boshqa infratuzilmasi mavjud bo'lgan texnopark tashkil etish va boshqalar.

G'arb mamlakatlarida mahsulotlar va texnologiyalarning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 75-85 %ni tashkil etgan.

Bu sharoitda nafaqat kichik biznesni yoki innovatsion faoliyatni motivatsiyalash lozim, balki xorijiy mamlakatlarda amaliy sinovlardan o'tgan innovatsion mahsulot va texnologiyalarning sanoat namunalari ishlab chiqarishga keng joriy etish borasida chuqur o'ylash payti keldi.

5.4. “Navoiy” erkin industrial-iqtisodiy hududda amalga oshirilayotgan loyihalar

O‘zbekiston ishlab chiqaruvchilarining xalqaro savdo-iqtisodiy munosabatlarga tobora chuqur integratsiyalashib borishi nafaqat ichki bozorda, ayni vaqtda xorijda ham ayniqsa, 300 million aholiga ega bo‘lgan O‘zbekiston bilan erkin savdo hududi o‘rnatilgan MDH davlatlarida ham xaridorgir mahsulotlar ishlab chiqarishni o‘zlashtirishni rag‘batlantiradi.

Ishlab chiqarish salohiyatini oshirish, innovatsion texnologiyalarni joriy qilishni va jahon bozori talablariga javob beradigan tovarlar turlarini o‘zlashtirishni tezlashtirish maqsadida O‘zbekiston Respublikasi hukumati tomonidan mamlakatimizda birinchi marotaba Navoiy viloyati hududida alohida ma‘muriy markazga ega bo‘lgan “Navoiy” EIIZsini tashkil etish to‘g‘risidagi qarorni qabul qilishda yurtimizning yirik mintaqaviy bozorlar: Janubi-Sharqiy Osiyo, Markaziy va Sharqiy Yevropa, Yaqin Sharq va MDH mamlakatlarining qulay savdo yo‘nalishlarining kesishish nuqtasida joylashgani hal qiluvchi omil rolini o‘ynadi. Navoiy shahri aeroporti bazasida xalqaro transport logistika markazini yaratish uchun qulay sharoitlarning mavjudligi bu yerda yangi raqobatdosh mahsulotlarni tayyorlash va ularni Yevropa va Osiyodagi oxirgi iste‘molchilarga to‘xtovsiz yetkazib berish zaruratini kun tartibiga qo‘ydi.

O‘zbekiston Respublikasida birinchi erkin-iqtisodiy zonaning Navoiy viloyatida tashkil etilishiga quyidagilar asos bo‘lib hisoblanadi:

1. Navoiy shahrining industrial xarakterga ega ekanligi, ya‘ni shahar kimyo, energetika, tog‘-metallurgiya, sement sanoatining yirik korxonalari atrofida shakllanganidir. Viloyat iqtisodiyotining asosini Navoiy tog‘-metallurgiya kombinati, “Navoiyazot” OAJ, “Elektrokimyo zavod” QK, “Qizilqumsement” AJ, Navoiy IES kabi korxonalar tashkil etadi. Navoiy viloyati Toshkent shahri, Toshkent viloyati Andijon, Qashqadaryo va Farg‘ona viloyatlari bilan birgalikda respublikaning 6 ta yirik sanoat ishlab chiqaradigan hududi sirasiga kiradi.

Navoiy viloyatining sanoat korxonalari hozirgi kunda 50 dan ortiq turdagi sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarmoqda. Jumladan, ammiak selitrasi (yurtimizda ishlab chiqarilayotgan ammiakning 70 foizi), nitron to‘qimalari (100 foizi), oltingugurt kislotasi (25,4 foizi), kimyoviy vositalar (4,1 foizi), ommon sulfati (1 foizi), sement (50 foizi), temir beton mahsulotlar (4,2 foizi), paxta tolasi (3,5 foizi), poyabzal mahsulotlari (1

foizi) va kiyim-kechak (0,5 foizi), zargarlik mahsulotlari (5 foizi), binolarni jihozlash materiallari (6 foizi), oziq-ovqat mahsulot turlaridan non-bulochka mahsulotlari (2,4 foizi), go'sht va go'sht mahsulotlari (2,5 foizi), konditerlik mahsulotlari (1,3 foizi), pivo (2,6 foizi) va boshqa mahsulotlar aynan shu viloyatda ishlab chiqarilmoqda.

2. Navoiy shahrining tranzit va transport-logistika potentsiali.

Navoiy shahridan 3,5 kilometr uzoqlikda Navoiy xalqaro aeroporti joylashgan bo'lib, uning xizmatlaridan "Korean Eyr" va "Moskoviya" (Rossiya) kabi xalqaro yuk tashuvchi kompaniyalar foydalanadi. Hozirgi kunda ushbu aeroport bazasida xalqaro intermodal logistika markazi faoliyat yuritmoqda. Navoiy xalqaro aeroporti O'zbekiston Respublikasining geografik markazida joylashgani bois tashqi savdo yuk tashuvlarini optimallashtirish va yuklarga qayta ishlov berish, tashqi savdoning transport xarajatlarini kamaytirishda hal qiluvchi ahamiyat kasb etmoqda.

Navoiy aeroporti zamonaviy texnik-texnologik jihozlangani bilan xalqaro standartlarga javob berib, barcha rusumdagi samolyotlarni qabul qilish imkoniyatiga ega. Aeroportda uzunligi 4 ming metr, kengligi 45 metr bo'lgan uchish va qo'nish maydonlarida rekonstruksiya ishlari amalga oshirildi. Bundan tashqari, aerodromda ikkinchi kategoriyali IKAO havo kemalarini qabul qilish imkoniyatlarini beradigan radio-texnik yorug'lik signallari o'rnatildi.

Navoiy aeroporti negizida xalqaro intermodal logistika markazining tashkil etilishi natijasida yiliga 200 ming tonna eksport-import yuklarini qayta ishlash imkoniyati yaratildi.

Mamlakatimiz havo koridoridan foydalanish yuklarni transportda tashishga ketadigan vaqt va xarajatlarni sezilarli iqtisod qilish imkonini beradi. Janubi-Sharqiy Osiyodan Yevropagacha bo'lgan masofa Navoiy shahri orqali o'tadigan bo'lsa, Dubay orqali uchishga qaraganda 1000 kilometrga qisqaradi. Shuningdek, aviaqatnovlar vaqti 1,5 soatga, yoqilg'i sarfi 15 tonnaga kamayadi. Navoiy aeroporti bazasidagi xalqaro transport xabini yaratish dasturi doirasida O'zbekiston va Janubiy Koreyaning "Korean Eyr" kompaniyasi o'rtasida uzoq muddatli shartnomani imzolashda ushbu shart-sharoitlar hisobga olingan.

Xalqaro yuklar tranzitining deyarli yarmi Navoiy shahridan 4 kilometr uzoqlikda joylashgan temiryo'l magistrali orqali amalga oshiriladi.

Navoiy orqali Janubiy Eron va Turkiyaning portlariga, shuningdek, g'arb va shimol tomondan Qora va Boltiq dengizlari portlariga chiqadigan barcha asosiy temiryo'l trassalari o'tgan. Xitoydan Yevropagacha

bo'lgan eng qisqa temiryo'l marshruti ham Navoiy orqali o'tgan. "Toshgo'zar-Boysun-Qumqo'rg'on" temiryo'lini ishga tushirish orqali Afg'oniston, Pokiston, Hindistonga chiqadigan eng qisqa tranzit aloqani o'rnatish mumkin.

Hozirgi paytda shaharni quyidagi magistral temiryo'llarga bog'lash uchun aeroport yaqinida qurilish ishlari olib borilmoqda:

- shimoli-g'arbiy yo'nalishda – Uchquduq-Nukus-Volgograd (Rossiya) orqali Yevropa mamlakatlariga chiqish;

- sharqiy yo'nalishda – Samarqand-Toshkent-Do'stlik orqali Xitoy va Janubi-Sharqiy Osiyo mamlakatlariga chiqish;

- janubiy yo'nalishda – Buxoro-Turkmaniston-BandarAbbos (Eron) orqali Yaqin Sharq va Fors ko'rfazi mamlakatlariga chiqish.

Bundan tashqari, 2007-yilda ishga tushirilgan Toshguzar-Boysun-Qumqo'rg'on temiryo'li Navoiy shahri temiryo'l razyezdiga yaqin bo'lib, janubiy yo'nalish bo'yicha Afg'oniston, Pokiston, Hindistonga to'g'ridan to'g'ri chiqish imkonini beradi.

EIIZning bevosita "E-40" avtomobil magistraliga yaqinligi eng qisqa yo'l bilan Yevropa va Xitoyga qo'shilish imkonini beradi, shuningdek, bu yerdan o'tadigan temiryo'llar orqali Markaziy Osiyo, MDH, Janubi-Sharqiy Osiyo, Yaqin Sharq va Fors ko'rfazi bozorlariga kirish imkonini beradi.

Xitoy – Yevropa yo'nalishida Navoiy xalqaro logistika markazidan unchalik uzoq bo'lmagan masofada o'tgan E-40 avtomobil magistrali orqali yuk tashuvlari Xitoy – Rossiya chegarasi orqali o'tadigan yo'nalishga nisbatan 1000 kilometr ga yaqin. Bu transport xarajatlarini har bir avtomobil hisobidan 800 dollarga qisqartiradi. Toshkentdan Bandar Abbas portigacha yo'lni konteynerli poyezd 7 sutkada, Toshkentdan Tehron orqali Istambulga esa 10 sutkada bosib o'tadi. Bu ko'rsatkich O'zbekistonni chetlab o'tishdagi vaqtga nisbatan 2 baravarga tezroq.

Mavjud transport, energetika va injenerlik kommunikatsiyalari hududga xorijiy investitsiyalarni samarali jalb etishga, shuningdek, sanoatning boshqa tarmoqlari, jumladan, tabiiy resurslarni va qishloq xo'jaligi mahsulotlarini qayta ishlashni rivojlantirishga turtki beradi.

3. Navoiy viloyatining istiqbolli geografik joylashuvi. Viloyat respublika hududining 25 foizini tashkil etadi. Navoiy va u bilan qo'shni bo'lgan Buxoro, Samarqand hamda Qashqadaryo viloyatlari O'zbekistonning jadal rivojlanayotgan hududlaridan hisoblanadi. Ushbu viloyatlar jalb etilgan xorijiy investitsiyalar hajmi va prognoz ko'rsatkichlari bo'yicha mamlakatimizda yetakchi o'rinlarni egallaydi. Navoiy va

undan 150 kilometr uzoqlikda joylashgan Samarqand va 110 kilometr uzoqlikda joylashgan Buxoro viloyatlari xalqaro biznes va turizmning hududiy markazlari sifatida yuqori salohiyatga ega.

Turizm jahonning ko'plab davlatlarining milliy iqtisodiyotining rivojlanishida muhim rol o'ynab kelmoqda. Navoiy viloyati, garchi Samarqand, Shahrisabz, Buxoro, Toshkent, Xiva, Qarshi va Termiz kabi shaharlardan bir necha yuz kilometr uzoqlikda joylashgan bo'lsa-da, muhim xalqaro turistik markazlardan biri hisoblanadi. Tarixiy ahamiyatga ega bo'lgan ko'plab yodgorliklarni (Karmana, Nurota, Sarmishsoy qadimgi yodgorliklari va boshqalar) va dam olish zonalarining (Yangiqazg'on dam olish cho'l zonasi, Haydarko'l dam olish zonasi va hokazolar) mavjudligi ko'plab turistlarni o'ziga jalb qilish imkonini beradi.

4. Navoiy va unga chegaradosh viloyatlarda mavjud mineral-xomashyo bazasi. Buxoro, Samarqand va Qashqadaryo viloyatlari yirik mineral resurs zaxiralariga ega bo'lib, ular qurilishda ishlatiladigan marmar, granit, ohaktosh, bo'r va boshqa xomashyolar (Samarqand viloyati); tabiiy gaz, grafit, bezak toshlari, ohaktosh, silikat, beton va g'isht ishlab chiqarish uchun kerak bo'ladigan qum konlari (Buxoro viloyati); neft, tabiiy gaz konlari, qora va rangli metallurgiya uchun zarur bo'lgan rudali va rudasiz qazilma konlari, chinni va keramika xomashyosi, bentonit tuprog'i va glaukonit zaxiralar va boshqalardir.

Oltin, volfram, mis, qo'rg'oshin va rux, aluminiy, surma, toshko'mir, yonuvchan slanets va oltingugurtning istiqbolli rudalari ko'rinishidagi zaxiralar ham razvedka qilingan (Qashqadaryo viloyati).

O'zbekiston Respublikasining mineral xomashyo resurslarining asosiy zaxirasi qizilqum mintaqasida joylashgan. Markaziy qizilqum hududida kaolinning 50 dan ortiq turi borligi aniqlangan bo'lib, uning zaxirasi 240,8 ming tonnani tashkil etadi. Langar foydali qazilma konlari yonuvchi slanets, dolomit, ohaktosh, dala shpati kabi foydali qazilma boyliklarga boy bo'lib, zaxirasi 9,2 million tonnani tashkil etadi.

Navoiy viloyati hududida keng ko'lamlil razvedka-qidiruv ishlari olib borilishi natijasida Lavlyakan (Konimex tumani) va Tuzquduq (Uchquduq tumani) kabi yirik tuz konlari borligi aniqlandi. Viloyat hududi qurilish materiallariga (G'ozg'on va Nurota marmari, Langar va Qorasoy graniti va gabrosi, Azlartol va Qorasoy granit toshlari, volostonit va boshqalar) ham boydir.

5. Malakali kadrlar va intellektual salohiyat, aholining yuz foizli savodxonligi, nisbatan arzon ishchi kuchi, jahon standartlariga to'liq javob beradigan ta'lim tizimi.

O'zbekistonning tarixan shakllangan yuqori ilmiy maktabi, akademik va ilmiy-tekshirish institutlarining keng tarmog'i innovatsion ishlanmalarning rivojini rag'batlantiradi. Mamlakatimizda har yili xorijiy va mahalliy ixtirochilar ishtirokida innovatsion texnologiyalar yarmarkalari o'tkazib turiladi.

Navoiy erkin sanoat-iqtisodiy hududida kelajak texnologiyalari, yangi resurs va energiyani tejaydigan texnologiyalarni jalb qilish yo'li bilan keyingi 20-30 yil ichida dolzarb bo'lib qoladigan ekologik toza, zamonaviy, diversifikatsiyalangan sanoat bazasini yaratish imkoniyati mavjud.

Haqiqatan ham, erkin industrial-iqtisodiy zonada ishlaydigan investorlar uchun yetarli innovatsion loyihalar mavjud. Bugungi kunda mamlakatimiz ilm-fani sanoatdagi texnologik jarayonlar, qurilma va materiallar, bio va nanotexnologiyalar, axborot texnologiyalari va dasturiy ta'minot, tibbiyot va tibbiy texnika, qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishiga joriy etishga tayyor bo'lgan o'nlab ishlanmalarni taklif qilmoqda. Bu esa, o'z navbatida, O'zbekistonda istalgan zamonaviy va murakkab texnologiyalarni egallash va joriy etish mumkinligining tasdig'idir.

Navoiy viloyatida xorijiy investorlarning kirib kelishi uchun barcha imkoniyatlar mavjud. Mamlakatimizda investitsiya muhitini yanada yaxshilash, xususiylashtirish, ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish, texnik jihatdan qayta jihozlash va rekonstruksiya qilish, ortiqcha ishchi kuchi mavjud bo'lgan mintaqalarimizda yangi ish joylarini yaratish dasturlarini amalga oshirishda to'g'ridan to'g'ri xususiy xorijiy investitsiyalarni keng jalb etish, shuningdek, xorijiy investorlar uchun ishonchli huquqiy himoya va kafolatlarni ta'minlash maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 11-apreldagi "To'g'ridan to'g'ri xususiy xorijiy investitsiyalarni jalb etishni rag'batlantirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ-3594-sonli qarori qabul qilingani muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Bu avvalo xorijiy investorlar ishtirokida yirik ishlab chiqarish korxonalarini qurish imkoniyatini bermiqda. Hozirgi kunda viloyat xo'jaligida xorijiy investorlar yordamida qurilgan 40 dan ortiq korxonalar faoliyat ko'rsatib turibdi. AQSH, Panama, Xitoy, Rossiya va Ukraina investorlari ishtiroki bilan qurilgan korxonalarining asosiy qismi Navoiy va Zarafshon shaharlariga to'g'ri keladi. Faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarining asosiy qismi oziq-ovqat sanoatiga (7 ta), kimyo sanoati (6 ta), transport va aloqa tarmog'i (5 ta), qurilish materiallarini ishlab chiqarish

sanoati (6 ta), mashinasozlik (4 ta), yengil sanoat (4 ta), savdo (3 ta), rangli metallurgiya (2 ta), qishloq xo'jaligi sohasidagi (1ta) sanoat tarmoqlarga to'g'ri keladi.

Yuqorida qayd etilganidek, Navoiy viloyatining investitsion mavqeini (imidjini) ko'rsatadigan ustuvor omillar quyidagilardan iborat:

- transport yo'llarining (avtomobil, temiryo'l va havo yo'llari) rivojlangani va zamonaviy aloqa telekommunikatsiya vositalari bilan ta'minlangani;

- energetika bozorining mavjudligi;

- intellektual kadrlar salohiyatiga ega ekani;

- qulay ijtimoiy-iqtisodiy va madaniy, shuningdek, turistik muhitning mavjudligi;

- ijtimoiy-siyosiy shart-sharoitlarning barqarorligi;

- shahar aholisining yuqori to'lov imkoniyatlariga ega ekani;

- infratuzilmani rivojlantirish va shuningdek, investitsion faoliyatni qo'llab-quvvatlaydigan imkoniyatlarning mavjudligi va boshqalar.

Navoiy viloyatini iqtisodiy rivojlantirish va investitsiyalarni jalb qilishning asosiy yo'nalishlari quyidagilarga qaratilgan:

- qayta tiklash, mavjud korxonalarni texnik jihozlash va kengaytirish, yangi mahsulotlarni ishlab chiqarish, kompleks iqtisodiy choratadbirlarni ko'rish;

- viloyatda xomashyo va sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarishni hisobga olib, yangi korxonalar qurish;

- mineral xomashyo va suv resurslarini o'zlashtirishni yanada kengaytirish va boshqalar.

O'zbekistonda Investitsiya dasturi doirasida 2010-yilda 200 dan ziyod loyiha amalga oshirilgan bo'lsa, "Navoiy" erkin industrial-iqtisodiy zonasi hududida xorijiy investorlar bilan erishilgan bitimlar doirasida 19 ta investitsiya loyihasini amalga oshirishga kirishildi. Ana shu loyihalar doirasida jahon bozorida xaridorgir bo'lgan zamonaviy mahsulot ishlab chiqaradigan 12 ta korxonalar foydalanishga topshirildi. Navoiy kon-metallurgiya kombinati, "Navoiyazot" kompaniyasining bir qator yangi obyektlarini barpo etish ishlari va boshqa loyihalar nihoyasiga yetkazildi.

"Navoiy" EIIZning kontsepsiyasi. Navoiy shahri aeroporti bazasida erkin iqtisodiy-industrial zonani tashkil qilish kontsepsiyasi innovatsion-industrial, transport-logistika va ijtimoiy-rekreatsion kompleksni tashkil etishga asoslangan.

Yaratilayotgan industrial EIIZ kompleksida mahalliy xomashyoga asoslangan xorijiy bozorda raqobatdosh ishlab chiqarishni tashkil qilish

rejalashtirilgan. Mavjud xomashyo potentsiali yirik nomenklaturada tayyor mahsulotlarni, ayniqsa, to'qimachilik, tikuv va charm-poyabzal tovarlari, oziq-ovqat mahsulotlari, kimyoviy, neft-kimyo, farmatsevtika, qurilish, shuningdek, elektrotexnika, telekommunikatsiya va mashinasozlik mahsulotlarini ishlab chiqarish imkoniyatini beradi.

Innovatsion texnologiyalarini qo'llash va ishlab chiqarishni avtomatlashtirish natijasida ekologik jihatdan toza va energiyani tejaydigan ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish mumkin.

Ishlab chiqarish kompleksi Navoiy shahriga yaqin bo'lgan 564 gektar maydonda 21 ta klasterga bo'lingan holda joylashtirilgan.

Mutaxassislarning hisob-kitoblariga qaraganda, davlatimiz hukumati tomonidan amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar natijasida 40 taga yaqin loyiha bo'yicha 900 million dollarlik xorijiy investitsiyalarni jalb etish imkoniyati mavjud. Mazkur loyihalar doirasidagi ishlab chiqarish korxonalari to'la quvvat bilan ishlashga o'tganida ular tomonidan 1,5 milliarda dollardan ziyod eksportga yo'naltirilgan mahsulot ishlab chiqariladi. Yaqin kelajakda esa amalga oshirilayotgan loyihalar soni 100-120 taga yetkaziladi va natijada "Navoiy" EIIZda ichki va tashqi bozorda yuqori talabga ega bo'lgan 5,5 milliard dollarga yaqin mahsulot ishlab chiqariladi.

"Navoiy" EIIZ maxsus iqtisodiy hududning barcha klassik funksiyalarini – yangi texnologiyalarni, investitsiyalarni jalb qilish va boshqalarni bajaradi. EIIZ "o'sish nuqtasi"ning lokomotivini tashkil etib, umum-milliy masshtabda iqtisodiy modernizatsiya jarayonlariga jiddiy ta'sir ko'rsatadi.

"Navoiy" EIIZni tashkil etilishi Navoiy viloyatining bir tarmoqli taraqqiyotini bartaraf etish imkonini beradi. Hozirgi kunda bu yerda tog'-metallurgiya tarmog'i yaxshi rivojlangan. Ammo har qanday konlar ham odatda tugaydi. Strategik taraqqiyot dasturi asosida 20-30 yildan so'ng viloyatdagi mavjud tarmoqlar atrofida yangi sohalarni yaratish orqali hududning industrial-innovatsion taraqqiyot salohiyati yanada oshadi.

"Navoiy" EIIZda sanoatning mashinasozlik, stanoksozlik tarmoqlarini rivojlantirish uchun barcha imkoniyatlar mavjud. Mintaqada foydalanilmayotgan katta kremniy zaxirasi mavjud bo'lib, uning negizida quyosh batareyalari uchun kremniy plastinalarini ishlab chiqaradigan korxonalar tashkil qilish mumkin. Buning uchun faqat zamonaviy texnika va texnologiyalarni olib kelish kerak. Maxalliy xomashyoga asoslangan za-

monaviy to‘qimachilik tarmog‘ini, oziq-ovqat mahsulotlarini, shuningdek, qurilish materiallarini ishlab chiqarishni yo‘lga qo‘yish mumkin.

“Navoiy” EIIZda ishlab chiqarishning asosiy yo‘nalishlari. “Navoiy” EIIZdagi xo‘jalik subyektlarining asosiy xo‘jalik faoliyati yuqori texnologik raqobatdosh xorijiy asbob-uskunalarini, texnikalarni, texnologik liniyalar va modellarni, innovatsion texnologiyalarni ishlab chiqarishda qo‘llash orqali jahon tovarlar bozoriga keng doiradagi raqobatdosh mahsulotlar yetkazib beradigan, texnologiyalarga asoslangan ishlab chiqarishni tashkil etishdan iborat.

“Navoiy” EIIZ hududida sanoatning barcha tarmoqlarida xomashyodan to tayyor mahsulotgacha bo‘lgan ishlab chiqarish jarayonini o‘zida to‘liq aks ettiradigan sanoat kompleksini yaratish uchun barcha shartsharoitlar yaratilmoqda.

“Navoiy” EIIZni yaratish kontsepsiyasi va ustuvor yo‘nalishlari asosida “Navoiy” EIIZda quyidagi tarmoq va yo‘nalishlarda korxonalar joylashtirilmoqda:

- elektrotexnika mahsulotlarini ishlab chiqarish;
- telekommunikatsiya uskunalarini ishlab chiqarish;
- mashinasozlik, asbobsozlik va ishlab chiqarishning tarkibiy qismlarini ishlab chiqaradigan kompleks korxonalar;
- tibbiyot asbob-uskunalarini va dori mahsulotlarini ishlab chiqarish;
- oziq-ovqat mahsulotlarini qayta ishlash va qadoqlash;
- plastik va polimer mahsulotlarni ishlab chiqarish.

“Navoiy” erkin industrial-iqtisodiy zonasi tashkil etilganidan buyon bu yerda 12 ta korxonalar qurilib, foydalanishga topshirildi. 2012-yilda ular tomonidan qariyb 80 milliard so‘mlik mahsulot ishlab chiqarildi.

“AgroFresh” korxonasi “Navoiy” erkin industrial-iqtisodiy zonasida birinchilardan bo‘lib ochilgan qo‘shma korxonalar sirasiga kiradi. Ushbu yangi korxonalar “Markazsanoateksport” GAVK va Birlashgan Arab Amirliklarining “Kefaya General Trading Co” kompaniyasi hamkorligida tashkil etildi. Qo‘shma korxonalar Italiyaning 3000 tonna meva-sabzavot mahsulotini saqlash imkonini beradigan, harorat gaz orqali boshqariladigan muzlatish uskunalarini bilan jihozlangan. Loyihaning umumiy qiymati 5,03 million dollarni tashkil etadi. Bu yerda yigirmadan ortiq yangi ish o‘rni yaratildi. Korxonalar mahsulotining qariyb 50 foizi eksportga chiqariladi.

“O‘zbektelekom” aksiyadorlik kompaniyasi va Singapurning “Servetechno Pte.Ltd” kompaniyasi hamkorligida tashkil etilgan “Telecom Innovations” qo‘shma korxonasi raqamli televideniye uchun yiliga 50

ming dona priyomnik ishlab chiqaradi. Loyihaning umumiy qiymati 1,6 million dollarni tashkil qiladi. Yangi korxonada 30 nafardan ortiq yosh mutaxassisni ish bilan ta'minladi. Ularning aksariyati mahalliy kasb-hunar kollejlari bitiruvchilaridir.

Shuningdek, polietilen va polipropilen quvurlar ishlab chiqaradigan yana ikki zavod ham ishga tushdi. "Polietilen quvurlari" korxonasi diametri 75 dan 630 millimetrgacha bo'lgan 8,6 ming tonna polietilen quvurlar ishlab chiqaradi. Ushbu loyihaning umumiy qiymati 7,2 million dollarni tashkil etadi. Korxonada 40 nafardan ortiq yosh mutaxassisni, xususan, mahalliy kasb-hunar kollejlari bitiruvchilarini ish bilan ta'minladi. Bu yerda kelgusida 50 foizgacha bo'lgan tayyor mahsulotni eksport qilish mo'ljallanmoqda. Eng muhimi, 70 ga yaqin yangi ish o'rni yaratildi. Korxonada to'la quvvat bilan ishlay boshlagach, uning eksport hajmi 5,9 million dollardan oshadi.

Yiliga 2300 pogon kilometr quvvatga ega "Polipropilen quvurlari" korxonasi esa diametri 16 dan 63 millimetrgacha bo'lgan polipropilen quvurlar ishlab chiqaradi. Loyihaning umumiy qiymati 5,2 million dollarni tashkil qiladi.

Yana bir yangi korxonada – "UzEraeSable" qo'shma korxonasi "O'zavtosanoat" aksiyadorlik kompaniyasi va Koreya Respublikasining "Erae cc Ltd" kompaniyasi tomonidan tashkil etildi. Mazkur korxonada yiliga 150 ming kilometr avtomobil simlarini ishlab chiqaradi. Loyihaning umumiy qiymati 13 million dollarni tashkil etadi. "GM O'zbekiston" zavodi uchun avtomobil jgutlarini ishlab chiqaradigan "O'zKodji" qo'shma korxonasi ushbu yangi korxonada ishlab chiqaradigan mahsulotlarning asosiy buyurtmachisidir. Shuningdek, ishlab chiqariladigan mahsulotning 20 foizini Jeneral Motorsning yaqin mamlakatlardagi korxonalariga eksport qilish ko'zda tutilgan.

"UzMinda" QK "O'zavtosanoat" AK va Hindistonning "Minda Capital" kompaniyasi bilan hamkorlikda tashkil etildi.

Korxonada avtomobillar spidometrlari va xavfsizlik tizimlarini ishlab chiqaradi hamda mahsulot nomenklaturasini kengaytirish istiqboliga ega. Korxonaning ishlab chiqarish quvvati yiliga 251 ming avto-komplektni tashkil etadi. "UzMinda" QK 195 tagacha, shu jumladan, 191 nafar mahalliy mutaxassislar uchun yangi ish o'rinlari yaratishni ko'zda tutgan.

"Navoiy" EIIZ hududida, shuningdek, "Navoiyazot" OAJ hamda "DK Cosmetics" (Koreya) kompaniyasi hamkorligida tashkil etilgan "Navoi Beauty Cosmetics" QK ham faoliyat yuritmoqda.

Navoiy viloyatida xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi qo'shma korxonalarining 2011-yil yakunidagi holati to'g'risidagi ma'lumot

№	Shahar (tuman)lar bo'yicha korxonalar kesimida	Tashkil etilgan yil (oy)	Asosiy faoliyat turi	Amalda faoliyatini boshlagan (yil,oy)	2011-yil		Ish o'rinlari
					ishlab chiqarish (mln.-so'm)	shundan eksport (ming AQSH doll.)**	
"Navoiy" EIIZda faoliyat ko'rsatayotgan qo'shma korxonalar							
1	"O'ZMINDA" O'zbekiston – Hindiston QK	15.03.2010	avtomobil va traktor ehtiyot qismlari	2010 y	2142	193,9	11
2	"UZKOR LIGHTING" O'zbekiston – Koreya QK	18.03.2010	tejamkor lampalar	2011 y	190		5
3	"TELEKOM INNOVATIONS" O'zbekiston - Singapur QK	23.02.2010	rangli raqamli TV signallar qabul qilish uskunalari	2010 y	7051		30
4	"UzEraiCabel" O'zbekiston-Koreya QK	31.12.2009	avtomobillarga kabellar	2010 y	11140,0	0,9	62
5	"AGROFRESH" O'zbekiston - BAA QK	23.09.2009	tayyorlov korxonasi	2010 y	2639,8		21
6	"DUGASTECH" O'zbekiston – Koreya QK	20.05.2010	elektron gaz hisoblagichlar				14
7	"Navoiy - Beauty cosmetics" O'zbekiston – Koreya QK	09.07.2010	kosmetika mahsulotlari	2010 y	501		19
8	"O'zEraeAlternator" O'zbekiston – Koreya QK	23.07.2010	avtomobil generatorlari va kompressorlari	2011 y	3664	0,4	23
9	"CFM Proenergies" O'zbekiston - Singapur QK	27.08.2010	diodli lampalar				1
10	"Navoiy - Hunan Pulp" O'zbekiston – Xitoy QK	01.11.2010	sanitariya-gigiyena mahsulotlari	2011 y	748		12
11	"KO-UNG CYLINDER" O'zbekiston-Koreya QK	08.04.2011	avtomobillar uchun gaz ballonlari				5
	Jami:	x	x	x	28075,8	195,2	203

Korxonalar har yil 2,1 million dona kosmetika mahsulotlari (losonlar, kremlar, pudralar va boshqalar) va yuvish vositalari ishlab chiqaradi. Korxonalar 42 nafar xodimni ish bilan ta'minlaydi.

O'zbekiston mustaqilligining 20 yilligini nishonlash arafasida "Navoiy" erkin industrial-iqtisodiy zonasida umumiy qiymati 14 million AQSH dollaridan iborat bo'lgan beshta yangi korxonalar ochildi. Ularning barchasi zamonaviy, yuqori texnologik uskunalar bilan jihozlangan hamda ichki bozorda xaridorgir va jahon bozori uchun raqobatdosh tayyor mahsulot ishlab chiqarish imkoniga ega. Xorijiy investorlar qatoriga Xitoy Xalq Respublikasi, Janubiy Koreya, Singapur kabi davlatlarning yirik kompaniyalari kiradi.

"O'zeltexsanoat" assotsiatsiyasi va "Shinghua Lihting" (Koreya Respublikasi) kompaniyalari tomonidan yaratilgan "UZKOR Lihting" MChJ QK bugungi kunda ishlatilayotgan cho'g'lanma lampalarni energiyani tejaydigan lampalarga bosqichma-bosqich almashtirish bo'yicha vazifalarni amalga oshirishga o'zining katta hissasini qo'shmoqda. Qo'shma korxonalar yiliga 6 million dona energiyani tejaydigan gaz razryadli ixcham lampalar ishlab chiqaradi, shundan so'ng korxonalar to'la quvvat bilan bu raqamlarni 13,7 million donaga yetkazishi nazarda tutilgan.

Loyihaning umumiy qiymati 4,7 million dollarni tashkil etadi. Bu yerda 45 ta yangi ish o'rni yaratilgan bo'lib, ishlab chiqarilgan mahsulotning deyarli yarmi eksport qilinadi. O'zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiyalar va savdo vazirligining "O'zprommashimpeks" DAJ hamda "CFM holding" (Singapur) kompaniyasi hamkorligida "SFM ProEnergies" MChJ QK tashkil etildi. Qo'shma korxonalar yorug'lik diodli lampalar, ko'chalarni yoritish uskunalari, svetoforlar, projektor va yorug'lik diodli reklama panellarini yiliga 2 million donadan ortiq ishlab chiqaradi.

Bugungi kunda mazkur turdagi mahsulotni ishlab chiqarish nafaqat mazkur hududda, balki MDH davlatlarida ham ilk bor yo'lga qo'yilmoqda. Loyihalar qiymati 5 million dollarni tashkil etmoqda. 50 ta ish o'rni yaratilgan bo'lib, korxonalar to'la quvvat bilan ishga tushirilgach bu yerda 150 nafarga yaqin kishi mehnat qiladi. Korxonalar mahsulotining 50 foizdan ortig'i tashqi bozorga chiqariladi. Bozorda faoliyat olib borayotgan raqamli televideniye uchun priyomniklar (Set-Top Box) yig'ish bilan shug'ullanadigan o'zbek-singapur "Telecom Telekom Innoveyshns" QK negizida "ZTE" (XXR) va O'zbekiston Aloqa va axborot agentligi ishtirokida uch tomonlama qo'shma korxonalar tashkil

etildi. Korxonada telekommunikatsiya uskunalari bo'lgan ADSL va DSLAMmodemlari ishlab chiqariladi. Bu oddiy telefon liniyasidan bir vaqtning o'zida ham telefon, ham tezkor internetdan foydalanish imkonini yaratadigan ma'lumotlar uzatish texnologiyalaridir.

Mazkur import o'rnini bosuvchi uskunalari yiliga jami 25 ming dona chiqariladi. "O'zfarmasanoat" DAJ ning "Hansang farm" MChJ tayyor dori vositalari va tibbiyotga mo'ljallangan buyumlarni ishlab chiqara boshladi. Loyihaning umumiy qiymati 2 million dollar bo'lib, uni amalga oshirish 10 milliondan ortiq tabletkalar va galenli preparatlarni ishlab chiqarish imkonini yaratadi. Korxonada mahsulotining 15 foizi eksport qilinishi mo'ljallanmoqda. 45 ta ish o'rnini yaratilgan. 2013-yilning oxiriga qadar avtomobillar uchun gaz ballonlari, elektron gaz hisoblagichlar hamda ichki va tashqi bozorda xaridorlar bo'lgan boshqa mahsulotlarni ishlab chiqaradigan yana to'rtta korxonani ishga tushirish rejalashtirilmoqda.

5.5. Erkin-iqtisodiy hududlarni shakllantirishda iqtisodiy samaradorlikni oshirish yo'llari

Erkin iqtisodiy hududlarni shakllantirishda iqtisodiy samaradorlik muhim ahamiyat kasb etadi. Jahon tajribasi shuni ko'rsatmoqdaki mamlakatlar EIHlarni tashkil etishdan oldin ularni aniq maqsad va vazifalari, qulay joylashuvi, qaysi tarmoqni rivojlantirishga qaratilganligi, qulay investitsion muhit mavjudligi, turli xildagi imtiyozlar qo'llanishi va iqtisodiy jihatdan maqsadga Muvofiqligiga e'tibor qaratilmoqda. Hech kimga sir emaski EIH larni tashkil etishdan ko'zlangan muhim maqsadlardan biri bu iqtisodiy samaradorlikka erishish.

U yoki bu mamlakat EIH shakllantirish va uni rivojlantirishda asosiy e'tiborni quyidagi muhim omillarga qaratish lozim:

- siyosiy mutanosiblik;
- qulay geografik joylashuvi;
- infratuzilmani rivojlanganligi;
- mavjud mineral xomasho bazasi;
- yuqori malakali ishchi kuchi.

Yuqorida ko'rsatib o'tilgan muhim omillarning barchasi mamlakatimizda mavjud bo'lganligi bois bugungi kunda Navoi viloyatida erkin industrial- iqtisodiy Hududini tashkil etish amalga oshirilmoqda.

Ma'lumki, bugungi kunda O'zbekistonning zamonaviy iqtisodiyoti xorijiy investorlar uchun qulay imkoniyatlarni taklif etmoqda. Bular:

1) siyosiy va makroiqtisodiy barqarorlik;

2) boy xomashyo bazasi;

3) energetik mustaqilliq.

4) qulay geografik joylashuv, ya'ni yirik mintaqaviy bozorlar o'rtasidagi joylashuvi, xalqaro ahamiyatga ega transport-logistika tizimi, yerosti va havo kommunikatsiya tarmog'i;

5) diversifikatsiyalashgan industrial baza;

6) respublikadagi ilmiy-intellektual, kadrlar potentsiali;

7) qulay tabiiy-iqlim sharoiti.

Bundan tashqari mamlakatda 2800 dan ortiq foydali Qazilmalar, 100 dan ortiq xilma xil turdagi mineral xomashyolari, Mendeleyev jadvalining qariyb barcha elementlari aniqlangan. Respublikaning mineral-xomashyo potentsiali o'rtacha 3,5 trln.dollarni tashkil etadi.

Mamlakatimizning yana bir ustunlik jihatlaridan biri - bu dunyodagi uncha ko'p bo'lmagan mamlakatlar kabi iqtisodiyoti energetik jihatdan mustaqilligidadir.

Respublikaning umumiy energetik zaxiralari yetarli bo'lib, iqtisodiyot talabini kamida 100 yil davomida ta'minlaydi. Mamlakatda ishlab chiqilayotgan elektroenergiya respublikada o'sayotgan talabni to'la qoplaydi hamda uning narxi rivojlangan davlatlarning sanoatdagi iste'molchilar to'layotgan o'rtacha narxlardan 4,5 marta kamdir. Elektroenergiyaning qiymati 1 kVt/s 4 sentni tashkil qiladi. Tabiiy gaz - ming.kub.m. 40-50 dollarni, suv - ming.kub.m 20-30 dollarni tashkil etadi. Bundan tashqari muqobil energiya manbalaridan (quyosh va shamol energiyasi, biogaz) foydalanish Qo'shimcha imkoniyatlar yaratadi.

Multimodal tarmoqlarning rivojlanganligi O'zbekistondan yuklarning yetkazib berishdagi xarajatlar va vaqtni keskin ravishda qisqartiradi.

Xorijiy kompaniyalar O'zbekistonda investitsiya qilishda doimiy ravishda o'sib borayotgan bozorlarda - bu 300 mln aholisi mavjud bo'lgan MDH mamlakatlari, Markaziy va Sharqiy Yevropa, Janubiy va Janubiy-Sharqiy Osiyo, Yaqin sharq malakatlariga chiqish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

O'zbekiston o'zining intellektual salohiyati tufayli Markaziy Osiyoda keng nomenklaturadagi yuqori sifatli qishloq xo'jaligi texnikasi: minitraktorlardan kombaynlargacha, zamonaviy yengil va yuk tashish avtomobillar hamda avtobuslarni ishlab chiqaradigan yagona

davlat hisoblanadi. Mintaqada kimyo, qurilish materiallari, tekstil oziq-ovqat mahsulotlari, farmatsevtika va qishloq xo'jaligi mahsulotlarining yirik ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi.

Yuqorida ko'rsatib o'tilgan omillar mamlakatda investitsion muhitni qulay ekanligidan dalolat berib, xorijiy investorlarni «Navoiy» EIIZ hududida hamkorlikdagi investitsion loyihalarni amalga oshirishlari uchun kundan kunga qiziqish ortirayotganliklari bejiz emas albatta.

Erkin-iqtisodiy hududlarni shakllantirishda iqtisodiy samaradorlikni oshirish yo'llaridan biri bu xorijiy investorlar uchun turli xildagi qulayliklar va imtiyozlar berishdir.

Bu borada mamlakatimizda tashkil etilayotgan «Navoiy» EIIZ hududidagi xo'jalik faoliyati qatnashchilari (yuridik va jismoniy shaxslar) mamlakat investorlari va chet ellik investorlar uchun teng shart-sharoitlardan kelib chiqqan holda qonun hujjatlarida belgilanadigan soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar bo'yicha imtiyozlardan foydalanish imkoniyati yaratilgan.

«Navoiy» EIIZ faoliyati davomida uning hududida alohida bojxona, valuta va soliq rejimlari, O'zbekiston Respublikasi norezident fuqarolarining uning hududiga kirish, hududda bo'lish va chiqib ketishning, shuningdek ular tomonidan mehnat faoliyatini amalga oshirish uchun ruxsatnomalar olishning soddalashtirilgan tartibi joriy etilgan. Bunda alohida huquqiy tartib, shu jumladan, soliq, valuta va bojxona tartibi faqat EIIZ hududida faoliyat ko'rsatayotgan va EIIZ direksiyasi tomonidan ro'yxatga olingan xo'jalik yurituvchi subyektlar uchun amal qiladi.

Jumladan, ro'yxatdan o'tgan xo'jalik yurituvchi subyektlar ularga kiritilgan to'g'ridan to'g'ri investitsiyalar hajmi quyidagicha bo'lgan taqdirda yer solig'i, mulk solig'i, daromad solig'i, obodonchilik va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish solig'i, yagona soliq to'lovi (kichik korxonalar uchun), Respublika yo'l jamg'armasi va Ta'lim muassasalarini rekonstruksiya qilish, mukammal ta'mirlash va jihozlash jamg'armasiga majburiy to'lovlardan ozod etilgan:

3 million yevrodan 10 million yevrogacha - 7 yilga;

10 million yevrodan 30 million yevrogacha - 10 Yilga. Keyingi 5 yil davomida foyda solig'i va yagona soliq to'lovi hajmi amaldagi stavkadan 50 foiz miqdorida belgilangan;

30 million yevrodan ortiq bo'lganda - 15 yilga. Keyingi 10 yil davomida foyda solig'i va yagona soliq to'lovi hajmi amaldagi stavkadan 50 foiz miqdorida belgilangan.

Bundan tashqari EIIZda ro'yxatga olingan xo'jalik yurituvchi subyektlar EIIZ faoliyat ko'rsatadigan butun muddatga eksportga yo'naltirilgan mahsulot ishlab chiqarish maqsadida mamlakatga olib kelinayotgan asbob-uskunalar, shuningdek xomashyo, materiallar va butlovchi qismlar bojxona to'lovlaridan (bojxona rasmiylashtiruv uchun yig'implardan tashqari) ozod qilinadi.

O'zbekistonning ichki bozorlarida sotish uchun mo'ljallangan mahsulotni ishlab chiqarish maqsadida mamlakatga olib kiriladigan xomashyo, materiallar va butlovchi qismlar uchun bojxona to'lovlari, agar qonun hujjatlarida boshqa imtiyozli tartib ko'zda tutilmagan bo'lsa, belgilangan stavkalarining 50 foizi miqdorida (bojxona rasmiylashtiruv uchun yig'implardan tashqari) undiriladi, bunda ularni to'lash muddati 180 kungacha kechiktirilishi mumkin.

Shuningdek "Navoiy" erkin industrial-iqtisodiy hududda ro'yxatdan o'tgan xo'jalik yurituvchi subyektlarga quyidagilar ruxsat etilgan:

- ular o'rtasida tuzilgan shartnomalar va kontraktlar bo'yicha hisob-kitob va to'lovlarni EIIZ hududida xorijiy valutada amalga oshirish;

- O'zbekiston Respublikasi rezidentlari bo'lgan boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlar tomonidan yetkazib berilgan tovarlar, bajarilgan ish va xizmatlarning haqini erkin almashtiriladigan valutada to'lash;

- eksport va import qilinadigan tovarlar uchun haq to'lash va hisob-kitob qilishning ularga qulay shartlari va shakllaridan foydalanish imkoniyatlari berilgan.

EIHLarni shakllantirishda iqtisodiy samaradorlikka erishish uchun quyidagilarga e'tibor qaratish taklif etiladi:

1. Hukumat EIHLarni tashkil etishda boshlang'ich sarmoyani sarflashga tayyor bo'lishi lozim, bu esa yuqori sifatli infratuzilmani (energota'minot, yo'llar qurilishi, suv ta'minoti, atrof-muhitni yuqori sifatda himoyalashni tashkil etishni rejalashtirish) ta'minlash demakdir;

2. EIHLar strategik ahamiyatga ega bo'lishi shart. Boshqacha qilib aytganda EIHLar strategik qulay tumanlarda tashkil etilishi lozim, ya'ni transport vositalariga yaqinligi, mehnat resurslarining (yuqori malakali) mavjudligi, qulay ilmiy texnikaviy muhit mavjudligi, universitetlar va ilmiy-tadqiqot markazlariga yaqinligi inobatga olinishi kerak.

3. Maqsadli yo'naltirilgan marketing strategiyasi. EIHLarni joylashtirish konsepsiyasi bir-birini to'ldiradigan ishlab chiqarish obyektlarini joylashtirish;

4. Jahon bozorlariga chiqish va investitsion loyihalarni tezlik bilan amalga oshirish;

5. Eng muhimi investorlarning qabul qilinayotgan hukumatga ishonishi, imtiyozlar mutanosib va imkon qadar qulay bo‘lishi kerak.

Yuqorida ko‘rsatib o‘tilgan takliflarning amaliyotda tatbiq qilinishi EIHLarni shakllantirishdagi iqtisodiy samaradorlikni oshirishga olib keladi.

Asosiy tayanch tushunchalar

Erkin-iqtisodiy hudud, eksport salohiyati, erkin savdo zonalari, erkin ishlab chiqarish zonalari, erkin ilmiy-texnik zonalar, erkin tadbirkorlik hududlari, innovatsion markaz, integratsion hudud, bojxona ittifoqi, umumiy bozor, to‘liq iqtisodiy ittifoq, innovatsion tadbirkorlik, kichik innovatsion korxonalar, biznes inkubator, texnologik transfert, innovatsion mahsulot, intellektual salohiyat, ilmiy tekshirish institutlari.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Erkin-iqtisodiy hududlarning iqtisodiy mohiyati va turlari.
2. Erkin-iqtisodiy hududlar faoliyati iqtisodiy samaradorlikka qanday ta'sir ko'rsatadi?
3. Erkin-iqtisodiy hududlar faoliyatini shakllantirish va rivojlantirish jarayoniga ta'sir ko'rsatuvchi omillar?
4. O'zbekiston Respublikasining "Ekin-iqtisodiy zonalar to'g'risida"gi qonunida erkin-iqtisodiy hududlarni tashkil etishning asosiy shartlari va yo'nalishlari?
5. Erkin-iqtisodiy hududlarni tashkil etishning jahon tajribasida AQSH va Xitoy qanday ustunliklarga ega?
6. O'zbekiston Respublikasida erkin-iqtisodiy hududlar faoliyatini tartibga solishda Ma'muriy-hududiy Kengashning asosiy vazifalari?
7. "Navoiy" erkin industrial iqtisodiy zonasida qaysi tarmoq va sohalar doirasidagi korxonalar faoliyati yo'lga qo'yilgan?
8. O'zbekiston Respublikasining investitsion jozibadorligini ta'minlovchi omillar.

VI bob. KORXONALARNING ASOSIY VOSITALARI VA NOMODDIY AKTIVLARIDAN OQILONA FOYDALANISH STRATEGIYASI

Mazkur bobda korxonalar asosiy kapitalining tarkibi va elementlari, asosiy vositalarning sifat belgilari, funksiyalari, asosiy vositalarni baholash usullari va ularni modernizatsiyalash yo'llari, sanoat korxonalarining moddiy va nomoddiy aktivlaridan samarali foydalanish yo'nalishlari bilan bog'liq masalalar tadqiq etilgan.

- 6.1. Korxonalarining asosiy vositalari haqida tushuncha va uning ahamiyati.**
- 6.2. Asosiy vositalar tarkibi, tuzilishi va dinamikasi tahlili.**
- 6.3. Asosiy vositalar harakati va texnik holatini tahlili.**
- 6.4. Asosiy ishlab chiqarish fondlaridan samarali foydalanishni tahlili.**
- 6.5. Nomoddiy aktivlar to'g'risida tushuncha, ularning gurublanishi va tasniflanishi.**
- 6.6. Korxonalarda nomoddiy aktivlarni hisobga olish vazifalari.**

6.1. Korxonalarining asosiy vositalari haqida tushuncha va uning ahamiyati

Asosiy vositalar deb moddiy ishlab chiqarish sohasida hamda noishlab chiqarish sohasida uzoq vaqt mobaynida (bir yildan ortiq) ishlatiladigan, shuningdek, ijaraga berish uchun ham foydalaniladigan moddiy aktivlar (5-son BHMA 7 bandi)ga aytiladi.

Asosiy vositalar korxonaning ishlab chiqarish jarayonida muhim o'rin tutadi, ular jamlilikda korxonaning tayanadigan ishlab chiqarish – texnika bazasini tashkil etadi va korxonaning ishlab chiqarish quvvatini baholash mezonini hisoblanadi.

Asosiy vositalar va korxonaning ishlab chiqarish quvvatlaridan samarali foydalanish natijasida barcha texnika - iqtisodiy ko'rsatkichlar-

dan yuqori darajaga erishiladi, jumladan, mahsulot hajmi mehnat unumdorligi o‘sishi tufayli ortadi, uning tannarxi pasayadi. Eksport hajmini ortishi, mahsulotni raqobatbardoshligi korxonani zamonaviy ilg‘or texnika bilan ta‘minlanishiga, investitsiya hajmiga ko‘p jihatdan bog‘liq.

Asosiy vositalarni tahlil etishda korxonaning asosiy vositalar bilan ta‘minlanishi, asosiy vositalar harakati, texnik holati, ulardan umumli foydalanish ko‘rsatkichlari va ishga solinmagan imkoniyatlari aniqlanadi.

Asosiy vositalar tahlili bir necha yo‘nalishlarda olib boriladi va asosiy vositalarni tuzilishi, dinamikasi, ulardan hamda uzoq muddatli investitsiyalardan samarali foydalanish ko‘rsatkichlariga asoslangan holda tahlil natijalariga ko‘ra baho beriladi.

Xo‘jalik yurituvchi subyektlarning asosiy vositalar bilan ta‘minlanishi va ulardan samarali foydalanishini o‘rganishdagi tahlilning asosiy vazifalari:

- xo‘jalik yurituvchi subyektlarning asosiy vositalar bilan ta‘minlanishini aniqlash va unga baho berish;

- asosiy vositalar tarkibi, tuzilishidagi o‘zgarishlarni aniqlash;

- asosiy vositalar harakatini ifodalovchi ko‘rsatkichlarni hisoblash va o‘zgarish sabablarini aniqlash;

- asosiy vositalardan samarali foydalanish ko‘rsatkichlariga omillar ta‘sirini hisoblash;

- ishlab chiqarish asosiy fondlaridan samarali foydalanishni oshirish imkoniyatlarini aniqlash.

Tahlilning axborot manbalari:

- “Asosiy vositalar harakati to‘g‘risidagi hisobot” (3-sonli shakl);

- “Buxgalteriya balansi” (1-sonli shakl);

- Asosiy ishlab chiqarish fondlarini ishga tushirilishiga oid ma‘lumot;

- Ishlab chiqarish quvvatlari balansi;

- Ishlab chiqarish uskunalaridan foydalanishiga oid hisobot va h.k.

6.2. Asosiy vositalar tarkibi, tuzilishi va dinamikasi tahlili

Asosiy vositalar faqat mehnat vositalari bo‘lmay, balki korxonalarining moddiy boyligi hamdir. U qiymatga ega, shu bois mulk sifatida garovga qo‘yish mumkin. Bundan tashqari korxonaga tugatilayotganda qarzlarni uzish uchun o‘z mablag‘lari yetishmagan hollarda ushbu

ko'chmas mulkni sotish orqali qarzni uzish mumkin. Asosiy vositalar mulk egasining boyligi hisoblanadi. Ulardan samarali foydalanishdan davlat va korxonalar manfaatdor. Chunki korxonalar samara natijasiga ko'ra mohiyaviy natijasi ortadi. Daromad (foйда)dan esa soliq to'laydi.

Asosiy vositalar quyidagi guruhlarga bo'linadi.

1. Ishlab chiqarish jarayonida qatnashuviga qarab:

- aktiv asosiy vositalar;
- passiv asosiy vositalar;

2. Foydalanishiga qarab:

- foydalanishdagi asosiy vositalar;
- zaxiradagi asosiy vositalar;

3. Turi bo'yicha:

- yer, bino inshoot, uzatish moslamalari, mashina va uskunalar, mebel va ofis jihozlari, kompyuter jihozlari va hisoblash texnikasi, transport vositalari, ishchi hayvonlar, mahsuldor hayvonlar, ko'p yillik o'simliklar, boshqa asosiy vositalar.

4. Mulkiy egaligiga qarab:

- o'ziga tegishli asosiy vositalar;
- ijaraga olingan asosiy vositalar;

5. Tashkil topish manbai bo'yicha:

- o'z mablag'lari hisobiga;
- bank kreditlari hisobiga;
- boshqa manbalar hisobiga.

Asosiy vositalarni tarkibi, tuzilishi va dinamikasini o'rganishdan tahlil boshlanadi. Yil davomida asosiy vositalar tarkibida o'zgarishlar ro'y beradi. Shu bois ular tarkibidagi strukturaviy o'zgarishlarni atroflicha tahlil etmoq lozim.

Asosiy vositalarning har bir turini jami asosiy vositalarda tutgan ulushi uning strukturasi ifodalaydi. Struktura ishlab chiqarishning xususiyati, xarakteri, ixtisoslashuv darajasi, texnologiyasiga bog'liq. Strukturani tahlil etishda asosiy vositalarni aktiv va passiv qismlarini nisbatiga e'tibor qaratiladi. Ishlab chiqarish hajmi asosiy vositalarni aktiv qismiga ko'p jihatdan bog'liq. Ularning passiv qismi esa ishlab chiqarish bilan uzviy bog'liqlikka ega emas, ular faqat ishlab chiqarish uchun sharoit yaratadi xolos.

Iqtisodiyotga oid adabiyotlarda asosiy vositalarning aktiv qismi to'g'risida aniq bir to'xtama kelinmagan. Bir guruh iqtisodchilar bino va inshootlardan tashqari jami asosiy vositalarni, ikkinchi guruhdagilar mashina va uskunalar, transport vositalarini aktiv qismga kiritadilar.

Bino va inshootlar asosiy vositalarning passiv qismiga kirsa ham, ammo elektr quvvati, neftni qayta ishlash, gaz va boshqa sohalarda inshootlar aktiv qism tarkibiga kiradi. Demak, asosiy vositalarning aktiv qismiga mashina va uskunalari, kompyuter jihozlari va hisoblash texnikasi, transport vositalarini kiritish mumkin.

Aktiv qismining yuqori bo'lishi fond progressivligini ifodalaydi.

Bugungi kunda mehnat qurollarini jalb etishning yangi shakllari, masalan lizing va ijaraning boshqa shakllaridan keng foydalanilmoqda. O'zbekiston Respublikasi "Fuqarolik kodeksi"ning 587-moddasi lizing shartnomasini quyidagicha sharxlaydi: "Lizing shartnomasi bo'yicha bir taraf – lizing beruvchi (ijaraga beruvchi) boshqa taraf – lizing oluvchi (ijarachi)ning topshirig'i bo'yicha uchinchi taraf – sotuvchi bilan undan lizing oluvchi uchun mol – mulkni xarid qilish uchun bitimga kirishish majburiyatini o'z zimmasiga oladi, lizing oluvchi esa buning uchun lizing beruvchiga lizing to'lovlarini to'lash majburiyatini o'z zimmasiga oladi".

Asosiy vositalar harakati to'g'risidagi hisobot (3-sonli shakl)da konservatsiya qilingan asosiy vositalar, uzoq muddatli ijara (lizing)ga olingan asosiy vositalar to'g'risidagi ma'lumotlarni ifodalinishi asosiy vositalarni kompleks iqtisodiy tahlil etish obyekti yanada kengaytiradi.

6.1-jadval

Asosiy vositalar struktura va dinamikasini tahlili

№	Ko'rsatkichlar	Yil boshida		Yil oxirida		O'zgarishi	
		summa, mln.so'm	ulushi, foizda	summa, mln.so'm	ulushi, foizda	mutloq summada gr3-gr1	ulushi, foizda gr4-gr2
1.	Jami asosiy vositalar	4594,7	100	5759,9	100	+1165,2	-
	Shu jumladan:						
	Aktiv qismi	2986,6	65,0	3859,1	67,0	+872,5	+2,0

	Passiv qismi	1608,1	35,0	1900,8	33,0	+292,7	-2,0
--	--------------	--------	------	--------	------	--------	------

Ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, jami asosiy vositalar qiymati yil boshidagi 4594,7 mln.so'mdan yil oxiriga kelib 5759,9 mln. so'mga qadar ko'tarilib, 1165,2 mln.so'mga ortgan.Uning aktiv qismi yuqori salmoq (67,0 foiz)ni tashkil etib yil boshiga nisbatan 2,0 foizga o'sgan holda, passiv qismining ulushi o'rganilayotgan davr mobaynida 2 foizga kamaygan.

6.3. Asosiy vositalar harakati va texnik holatini tahlili

Yil davomida asosiy vositalar tarkibida o'zgarishlar ro'y beradi. Sotib olingan va qurib bitkazilgan obyektlarni ishga tushirish, modernizatsiya va rekonstruksiya qilish tufayli asosiy vositalar safi kengayadi.

Jismoniy va ma'naviy eskirish tufayli ularni bir qismi safdan chiqariladi. Asosiy vositalarning atmosfera sharoitlari ta'sirida va ulardan foydalanish jarayonida uning moddiy tuzilishida ichki o'zgarishlar (zanglash, chirish) sodir bo'lganda boshlang'ich holatining yo'qolishi tufayli jismoniy eskirish ro'y beradi. Jismoniy eskirish asosiy vositalardan foydalanish jarayonida, ulardan foydalanilmayotgan hollarda ham sodir bo'ladi. Asosiy vositalarning ma'naviy eskirishi, ularning texnikaviy tavsifi hamda iqtisodiy samaradorligining davr talabidan orqada qolishi tufayli ro'y beradi.

Ma'naviy eskirish ikki xil bo'ladi:

-asosiy vositalarni qayta ishlab chiqarishning arzonroqqa tushishi natijasida ular qiymatining kamayishi;

-yangi, ilg'or asosiy vositalarni joriy qilish va ularning texnikaviy jihatdan orqada qolishi natijasida qiymatining pasayib ketishi hisoblanadi.

Asosiy vositalar harakatini tahlili quyidagi ko'rsatkichlarni aniqlashdan boshlanadi. Asosiy vositalarni:

- ishga tushirish koeffitsiyenti;

- yangilanish koeffitsiyenti;

- chiqib ketish koeffitsiyenti;

- tugatish koeffitsiyenti;

- mashina va jihozlar parkini kengaytirish koeffitsiyenti.

Asosiy vositalar harakati bilan bog'liq ko'rsatkichlarni hisoblash va ularni tahlil etish uchun quyidagi ma'lumotlardan foydalanamiz.

6.2-jadval

Asosiy vositalar harakati

Ko'rsatkichlar	Yil boshiga qoldiq	Kelib tushgan	Chiqim qilingan	Yil oxiriga qoldiq
Asosiy vositalar dastlabki qiymatda	4594,7	1608,1	442,9	5759,9
Shu jumladan:				
yangi asosiy vositalar		590,0		
Asosiy vositalar eskirishi	1581,0			2496,5
Asosiy vositalarning qoldiq qiymati	3013,7			3263,4

Jadvalda keltirilgan ma'lumotlar asosida asosiy vositalar harakatini ifodalovchi quyidagi koeffitsiyentlarni aniqlaymiz.

$$\text{Asosiy vositalarni ishga tushirish koeffitsiyenti (KIT)} = \frac{\text{Ishga tushirilgan asosiy vositalar}}{\text{Asosiy vositalarni yil oxiridagi qoldig'i}}$$

$$K_{it} = \frac{1608,1}{5759,9} \cdot 100 = 27,9\%$$

$$\text{Yangilash koeffitsiyenti (Kya)} = \frac{\text{Yangi asosiy vositalar qiymati}}{\text{Asosiy vositalarni yil oxiridagi qoldig'i}}$$

$$K_{ya} = \frac{590,0}{5759,9} \cdot 100 = 10,2\%$$

Tezkor texnikaviy taraqqiyot davrida ilg'or bo'lib ko'ringan texnologiyalar 5-7 yillik qisqa vaqt mobaynida ma'naviy jihatdan eskirib ularning o'rmini yanada takomillashgan texnologiyalar egallamoqda.

$$\text{Chiqib ketish koeffitsiyenti} = \frac{\text{Asosiy vositalar chiqimi}}{\text{Asosiy vositalarni yil boshiga qoldig'i}}$$

$$K_{ch} = \frac{442,9}{4594,7} \cdot 100 = 9,6\%$$

$$\text{Tugatish koeffitsiyenti} = \frac{\text{Tugatilgan asosiy vositalar qiymati}}{\text{Asosiy vositalarni yil boshiga qoldig'i}}$$

Quyidagi xo'jalik operatsiyalari natijasida asosiy vositalar korxonada aktivlari tarkibidan chiqib ketadi:

- realizatsiya qilinganda;
- bundan buyon foydalanish maqsadga muvofiq emasligi tufayli;
- chet korxonaga va shaxslarga bepul berilganida;
- boshqa korxonalarining ustav kapitaliga ulush sifatida qo'shilganida;
- moliyaviy lizing shartnomasiga ko'ra topshirilganida;
- kamomad yoki yo'qotish aniqlanganida.

Mahsulot assortimentini yangilash, uning sifatini talab darajasiga ko'tarish, mehnat unumdorligini oshirish tannarxni pasaytirish doimo ishlab chiqarishni yangi texnika bilan qurollantirishni talab etadi.

$$\text{Almashtirish koeffitsiyenti} = \frac{\text{Asosiy vositalarni chiqimi}}{\text{Kelib tushgan asosiy vositalar}}$$

$$K_a = \frac{442,9}{1608,1} \cdot 100 = 27,5\%$$

Mashina va jihozlar parkini kengaytirish koeffitsiyenti (Kk)=100-27.5=72,5%.

Asosiy vositalarning texnik holatini quyidagi ko'rsatkichlar ifodalaydi:

- yaroqlilik koeffitsiyenti;
- eskirish koeffitsiyenti.

Asosiy vositalarni yaroqlilik koeffitsiyenti (K_{yaroq}) ularning qoldiq qiymatini daslabki qiymatiga bo'lish orqali aniqlanadi.

$$K_{yaroq} = \frac{1sh \cdot 012satr}{1sh \cdot 010satr}$$

6.3-jadval

Asosiy vositalarni yaroqlilik koeffitsiyentini tahlili

№	Ko'rsatkichlar	Yil boshi	Yil oxiri
1.	Asosiy vositalarni dastlabki qiymati	4594,7	5759,9
2.	Asosiy vositalarni eskirishi	1581,0	2496,5
3.	Asosiy vositalarni qoldiq qiymati (1q-2q)	3013,7	3263,4
4.	Asosiy vositalarni yaroqlilik koeffitsiyenti (3q:1q)·100	65,5	56,6

Yaroqlilik koeffitsiyentini jami asosiy vositalar, shu jumladan, asosiy ishlab chiqarish fondlari, asosiy vositalarning har bir turlari bo'yicha ham aniqlash mumkin. Bizning misolimizda asosiy vositalarni yaroqlilik darajasi yil boshidagi 65,5 foizdan yil oxiriga kelib 56,6 foizga qadar pasaygan.

Asosiy vositalarni eskirish koeffitsiyenti (K_e), ularning eskirish summasini asosiy vositalarni dastlabki qiymatiga bo'lish orqali aniqlanadi.

$$K_e = \frac{1sh \cdot 011satr}{1sh \cdot 010satr}$$

6.4-jadval

Asosiy vositalarni eskirish koeffitsiyentini tahlili

Ko'rsatkichlar	Asosiy vositalarni dastlabki qiymati	Asosiy vositalarni eskirishi	Eskirish koeffitsiyenti, %
Yil boshi	4594,7	1581,0	34,5
Yil oxiri	5759,9	2496,5	43,4

O'zgarishi	+1165,2	+915,5	+8,9
------------	---------	--------	------

Asosiy vositalar eskirish darajasi dinamikasini o'rganish orqali asosiy ishlab chiqarish fondlarini yangilanishi, asosiy vositalarni ishlatish muddatlarini babolash mumkin. Eskirish darajasi amortizatsiya ajratmalarini hisoblash usullari, asosiy vositalar tarkibidagi o'zgarishlar, amortizatsiya normalariga bog'liq. Tahlil etilayotgan korxonada eskirish darajasi 34,5 foizdan 43,4 foizga qadar ko'tarilgan holda, uning yaroqlilik darajasi 65,5 foizdan 56,6 foizga (100-43,4)ga qadar pasaygan.

6.4. Asosiy ishlab chiqarish fondlaridan samarali foydalanishni tahlili

Firma, kompaniya va korxonalar asosiy ishlab chiqarish fondlaridan samarali foydalanishi tufayli ishlab chiqarilayotgan mahsulot tannarxi pasayadi, foyda va rentabelligini oshishiga erishiladi. Mahsulot tannarxini pasayishi, raqobatbardoshligini oshirishda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2007-yil 15-martdagi "Ishlab chiqarishni modernizatsiyalash, texnik va texnologik qayta jihozlashni rag'batlantirishga oid qo'shimcha chora – tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni muhim ahamiyatga ega.

Mazkur farmonga muvofiq xo'jalik yurituvchi subyektlar ishlab chiqarishga zamonaviy uskunalarni muntazam kiritish asosida modernizatsiyalashni ta'minlash, yangi texnika ishlab chiqarishga joriy etilgan paytdan boshlab quyidagi qo'shimcha imtiyozlarga ega bo'ladilar:

- ishlab chiqarishni modernizatsiyalash, texnik va texnologik qayta jihozlash uchun berilgan kreditlarni qaytarishga, lizing obyektini to'lashga yo'naltirilgan mablag'lar miqdorida uch yil mobaynida foydadan olinadigan soliq bazasi tegishli hisobot davri uchun hisoblangan amortizatsiya mablag'lari foydalanish sharti bilan kamaytiriladi;

- ishlab chiqarishga joriy etilgan yangi texnologik jihozlar besh yil muddatga mulk solig'idan ozod etiladi;

- soliqqa tortishning soddalashtirilgan tartibi qo'llaniladigan ishlab chiqarish mikrofirmalari va kichik korxonalari uchun besh yil davomida yagona soliq to'lovi to'lashda soliqqa tortiladigan bazani xarid qilingan yangi tovar – moddiy zaxiralar bo'yicha qonunchilikda belgilangan boj-xona to'lovlarini to'lashda imtiyozlardan foydalaniladi.

Asosiy ishlab chiqarish fondlaridan samarali foydalanish quyidagi ko'rsatkichlar tizimi orqali ifodalanadi.

- umumiy ko'rsatkichlar;
- yakka ko'rsatkichlar.

Umumiy ko'rsatkichlar qatoriga quyidagilar kiradi:

1. Fond rentabelligi.
2. Fond qaytimi.
3. Fond sig'imi.
4. Asosiy ishlab chiqarish fondlaridan nisbiy iqtisod.

Yuqorida keltirilgan ko'rsatkichlarni kompleks tahlil etishda ko'rsatkichlar dinamikasi, rejasining bajarilishi, raqobatdagi korxonalar ma'lumotlari bilan taqqoslash orqali asosiy ishlab chiqarish fondlaridan foydalanish ko'rsatkichlariga baho beriladi. Bozor munosabatlari sharoitida asosiy ishlab chiqarish fondlarini har so'miga to'g'ri keladigan foyda miqdori (fond rentabelligi) muhim ahamiyat kasb etadi.

$$\text{Fond rentabelligi} = \frac{\text{Asosiy faoliyatdan ko'rilgan foyda}}{\text{Asosiy ishlab chiqarish fondlarini o'rtacha yillik qiymati}}$$

Fond qaytimi (ϕ_k) asosiy ishlab chiqarish fondlarining har so'mi (100, 1000 so'mi)ga to'g'ri keladigan mahsulot (Q) hajmini ifodalaydi.

$$F_k = \frac{Q}{A_f}$$

Masalan, ishlab chiqarish hajmi – 10,0 mln. so'm, asosiy ishlab chiqarish fondlarining o'rtacha yillik qiymati – 5mln. so'm

$$F_k = \frac{10,0}{5,0} = 2 \text{ so'm}$$

Demak, asosiy ishlab chiqarish fondlarining har so'miga to'g'ri keladigan mahsulot hajmi 2 so'mni tashkil etgan. Fond qaytimi barcha asosiy vositalar, shu jumladan, uning aktiv qismi bo'yicha ham aniqlanadi. Ko'rsatkichlarni bir necha yillar bo'yicha dinamikasini tahlil etishda mahsulot hajmi (ish, xizmat) hamda asosiy ishlab chiqarish fondlarini taqqoslash holatiga keltirish kerak. Mahsulot hajmi (ish, xizmat) o'zgarmas solishtirma bahoda, asosiy ishlab chiqarish fondlari esa qayta baholangan (qayta baholash koeffitsiyentini qo'llash) qiymatda ifodalanishi lozim.

Fond sig'imi (ϕ_c) fond qaytimining aksidir. ϕ_c - mahsulot qiymatining har so'mi (100, 1000)ga to'g'ri keladigan asosiy ishlab chiqarish fondlarini ifodalaydi.

$$F_s = \frac{A_f}{Q}$$

Asosiy ishlab chiqarish fondlaridan nisbiy iqtisod (ortiqcha sarf) quyidagicha aniqlanadi:

$$E_{nisb}(A_f) = (F_S^1 - F_S^0) * Q'$$

bunda A_f - asosiy ishlab chiqarish fondlari;

F_S^1, F_S^0 - hisobot davri, bazis davrlarining fond sig'imi;

Q' - hisobot davridagi mahsulot ishlab chiqarish hajmi.

Asosiy vositalar va mahsulot hajmini o'sish sur'atlarini nisbati orqali fond sig'imining chegarasi, ya'ni mahsulot hajmi o'sishining har bir foiziga asosiy vositalarning o'sish sur'ati aniqlanadi. Masalan, mahsulot hajmi (Q) ni bazis davriga nisbatan o'sish sur'ati – 108%. Asosiy ishlab chiqarish fondlari (A_f) ni o'sish sur'ati 105%. Mahsulot hajmi o'sishining har bir foiziga asosiy ishlab chiqarish fondlarini o'sishi 0,97 (105:108) ni tashkil etadi. Fond sig'imini chegara ko'rsatkichi "1" dan kichik bo'lsa, asosiy vositalardan samarali foydalanilganlikni ifodalaydi. Fond qaytimini ortishi ishlab chiqilgan mahsulotning har so'miga to'g'ri keladigan amortizatsiya ajratmalari summasi yoki amortizatsiya sig'imini pasayishiga va mahsulot bahosidagi foyda hissasini ortishiga olib keladi.

6.5-jadval

Asosiy ishlab chiqarish fondlaridan foydalanishni tahlili

№	Ko'rsatkichlar	Bazis davri	Hisobot davri	Farqi (+/-)	O'sish sur'ati, %
1.	Mahsulot hajmi	8750	10865	+2115	124,1
2.	Asosiy ishlab chiqarish fondlarini o'rtacha yillik qiymati	3500	4100	+600	117,1
3.	Fond qaytimi, so'm	2,50	2,65	+0,15	106,0
4.	Fond sig'imi, so'm	0,400	0,377	-0,023	94,2

5-jadval ma'lumotlari asosida xulosa qilish mumkinki, asosiy ishlab chiqarish fondlarining o'sish sur'ati (117,1%) ga nisbatan mahsulot hajmini yuqori darajada ortishi tufayli fond qaytimi bazis davridagi 2,50 so'mdan hisobot davriga kelib 2,65 so'mga qadar ko'tarilgan, fond sig'imi esa 0,023 so'mga pasaygan. Asosiy vositalar o'sishining har bir foiziga mahsulot hajmini o'sishi $\frac{24,1}{17,1} = 1,409$ birlikni tashkil etgan. Ushbu

ko'rsatkich ishlab chiqarishni texnologik jihatdan samaradorligini aniqlash va uzoq muddatga mo'ljallangan korxonaning ish samaradorligini baholashda qo'llaniladi. Fond sig'imini pasayishi tufayli asosiy vositalardan nisbiy iqtisod bizning misolimizda 249,9 mln. so'mni tashkil etgan. $(0,377-0,400) \cdot 10865 = -249,9$. Asosiy ishlab chiqarish fondlaridan foydalanishni kompleks iqtisodiy tahlilida fond qaytimini oshirish yo'llari belgilanadi. Ularga quyidagilar kiradi:

- uskunalardan foydalanish vaqtini uzaytirish;
- uskunalardan intensiv foydalanish;
- asosiy vositalar aktiv qismini oshirish;
- ishlatilayotgan uskunalar ulushini oshirish.

Fond qaytimini quyidagicha ifodalash mumkin.

$$F_{\kappa} = U_L \cdot F_{KA}$$

bunda F_{κ} - fond qaytimi;

U_L - jami asosiy ishlab chiqarish fondlarida aktiv qismini tutgan ulushi, %

F_{KA} - asosiy fondlar aktiv qismini fond qaytimi

Asosiy ishlab chiqarish fondlari fond qaytimini bazis davridan farqiga asosiy fondlar aktiv qismi ulushini va uning fond qaytimini o'zgarishlarini ta'siri mutloq farq usuli orqali quyidagicha aniqlanadi.

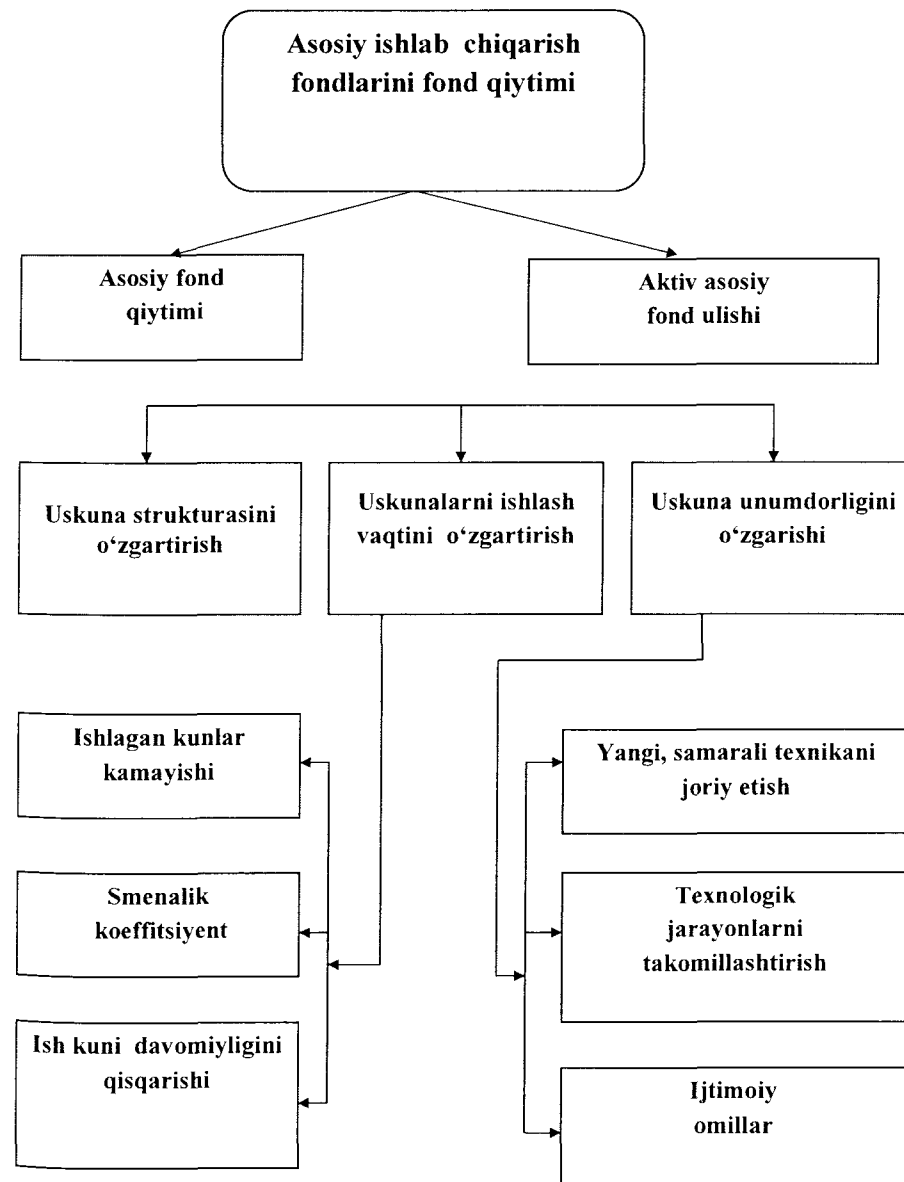
$$\Delta F_{\kappa} = F_{\kappa}^1 - F_{\kappa}^0 \text{ - fond qaytimini bazis davridan farqi}$$

a) aktiv asosiy vositalar ulushi o'zgarishining ta'siri

$$\Delta F_{\kappa} (\Delta U_L) = (U_L^1 - U_L^0) \cdot F_{KA}^0$$

b) aktiv asosiy vositalar fond qaytimi o'zgarishining ta'siri

$$\Delta F_{\kappa} (\Delta F_{KA}) = U_L^1 (F_{KA}^1 - F_{KA}^0)$$



6.1-rasm. Fond qaytimiga ta'sir etuvchi omillar

Fond qaytimini omilli tahlili

№	Ko'rsatkichlar	O'lchov birligi	Bazis davri	Hisobot davri	O'zgarishi (+, -)
1.	Mahsulot hajmi (ish, xizmat) solishtirma bahoda	mln. so'm	8750	10865	+2115
2.	Asosiy ishlab chiqarish fondlarini o'rtacha yillik qiymati	mln. so'm	3500	4100	+60
3.	Shu jumladan aktiv qismi	mln. so'm	2800	3600	+800
4.	Aktiv qismini jami asosiy ishlab chiqarish fondlaridagi ulushi (3q:2q):100	%	80.0	87.8	+7.8
5.	Asosiy ishlab chiqarish fondlarining har 1000 so'miga to'g'ri keladigan mahsulot hajmi (1q:1000):2 q	so'm	2500	2650	+150
6.	Aktiv asosiy fondlarning har 1000 so'miga to'g'ri keladigan mahsulot hajmi (1q:1000):3 q	so'm	3125	3018	-107

O'rganilayotgan davr mobaynida asosiy ishlab chiqarish fondlarini fond qaytimi bazis davriga nisbatan 150 so'mga ortgan holda, uning aktiv qismini fond qaytimi esa 107 so'mga pasaygan. Asosiy ishlab chiqarish fondlarining fond qaytimini bazis davriga nisbatan 150 so'mga ortishi quyidagi omillar Hisobiga ro'y bergan.

1. Asosiy fondlarni aktiv qismi ulushini o'zgarishi

$$\frac{+7,8 \cdot 3125}{100} = +243 \text{ so'm}$$

2. Asosiy fondlarni aktiv qismi fond qaytimini o'zgarishi

$$\frac{-107 \cdot 87,8}{100} = -93 \text{ so'm}$$

$$+150 = +243 - 93$$

Tekshirish: +150 = +150

6.5. Nomoddiy aktivlar to'g'risida tushuncha, ularning guruhlanishi va tasniflanishi

Nomoddiy aktivlar - mahsulot ishlab chiqarish jarayonida korxonalarining mulk obyektlaridan foydalanish maqsadida, ishlarni bajarish, xizmatlar ko'rsatish yoki tovarlarni sotish yoxud uzoq muddat davomida ma'muriy va boshqa vazifalarni amalga oshirish uchun mol-mulki saqlab turilmaydigan mulklarning indentifikatsiya qilingan obyektlaridir.

Nomoddiy yoki "yashirin" aktivlar tarkibiga jismoniy, oshkora shakliga ega bo'lmagan, lekin xo'jalik yurituvchi subyektga daromad keltiruvchi mablag'lar kiritiladi. Nomoddiy aktivlar hisobi buxgalteriya hisobi hisobvaraqlar rejasi, "Buxgalteriya hisobi to'g'risida"gi Qonun va buxgalteriya hisobi milliy standartlarida, xususan, "Nomoddiy aktivlar" hamda "Ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlab chiqarishga xarajatlar" deb nomlangan 7- va 11-sonli buxgalteriya hisobining milliy standartlarida bayon etiladi.

"Nomoddiy aktivlar" nomli 7-son BHMSga muvofiq, nomoddiy aktivlar - moddiy-ashyoviy mazmunga ega bo'lmagan, xo'jalik yurituvchi subyekt tomonidan xo'jalik faoliyatida foydalanish maqsadida nazorat qilinadigan, shuningdek uzoq vaqt (bir yildan ko'p) ishlatish uchun mo'ljallangan mol-mulk obyektlari.

7-sonli BXMSda aktivlarni buxgalteriya hisobida nomoddiy aktivlar sifatida bir vaqtning o'zida quyidagi shartlarga javob berishi kerak:

a) Moddiy-ashyoviy tuzilishi (shakli)ga ega bo'lmashligi;

b) Aktivlardan mahsulot ishlab chiqarishida, ishlar bajarishi yoki xizmatlar ko'rsatishida yoxud korxonalarining ma'muriy va boshqa funksiyalari uchun uzoq muddat, ya'ni davomiyligi 12 oydan yuqori foydasi xizmat muddati yoki agar 12 oydan oshadigan bo'lsa, oddiy operatsion sikl mobaynida foydalanishi;

c) Korxonada ushbu aktivni keyinchalik qayta sotishni mo'ljallamaydi;

d) Ishonchlilik, ya'ni korxonada aktiv va unga bo'lgan mutlaq huquqning mavjudligini tasdiqlovchi tegishli ravishda rasmiylashtirilgan hujjatlarning mavjudligi;

e) Identifikatsiyalash imkoniyati.

Prof. A. Sotivoldiyev "Korxonada aktivlarining ajralmas bir qismi hisoblanadi, nomoddiy aktivlar buyum shakliga ega bo'lmaydi" deb ta'rif beradi.

I.N.Ismanov tomonidan nomoddiy aktivlarga quyidagicha tavsif berilgan: “Nomoddiy aktivlar – korxonada faoliyatida bir yildan ortiq vaqt mobaynida ishtirok etadigan, kelgusida iqtisodiy naf keltira oladigan, identifikatsiyalanuvchi, moddiy buyumlashgan shaklga ega bo‘lmagan aktivlar”.

Ushbu tavsif ancha takomillashtirilgan deb hisoblaymiz.

Nomoddiy aktivlar ta’rifi me’yoriy hujjatlarda ham o‘z aksini topgan. Jumladan 38-moliyaviy hisobning xalqaro standarti “Nomoddiy aktivlar”ga quyidagicha ta’rif berilgan: “Nomoddiy aktivlar identifikatsiyalanuvchi (alohida hisob birliklariga ega bo‘luvchi), monetar (pul yoki uning ekvivalentlari) bo‘lmagan va moddiy-ashyoviy (buyum yoki shaklga) ko‘rinishiga ega bo‘lmagan aktivlardir”²¹. Bu ta’rifdan ko‘rinib turibdiki, nomoddiy aktiv bo‘lislilii uchun yuqorida ko‘rsatilgan shartlarga javob berishi ya’ni: 1. Identifikatsiyalanuvchi, 2. Monetar bo‘lmagan, 3. Moddiy ko‘rinishga ega bo‘lmagan aktivlar bo‘lishi kerak.

Respublikamizda moliyaviy hisobning xalqaro standartlari asosida 7-sonli “Nomoddiy aktivlar” nomli (2005-yil 25-mart) buxgalteriya hisobining milliy standarti (BXMS) ishlab chiqildi. 7-sonli BXMSda nomoddiy aktivlarga tarif berilgan.

“Nomoddiy aktivlar – korxonada tomonidan ulardan ishlab chiqarish, ishlar bajarish, xizmatlar ko‘rsatish yoki tovarlarni sotish jarayonida foydalanish maqsadida yoxud ma’muriy va boshqa funksiyalarni amalga oshirish uchun uzoq muddat mobaynida tutib turiladigan, moddiy-ashyoviy mazmunga ega bo‘lmagan mol-mulk obyektlari”²².

Ushbu ta’rif bizning fikrimizcha nomoddiy aktivlar mohiyatini to‘liq ochib bergan.

Xuddi shunday shartlar Rossiya Federatsiyasining 14/07-sonli “Nomoddiy aktivlar” nomli Buxgalteriya hisobining nizomida ham aks ettirilgan²³. 7-sonli BXMSGa qo‘shimcha bu nizomda korxonada bu aktivlardan foydalanish kelajakda iqtisodiy naf keltirish ham ko‘zda tutilgan.

Nomoddiy aktivlarni aniqlash, aktiv xo‘jalik foydalanilgani va jismoniy mazmunga ega bo‘lmaganini talab etadi. Jismoniy ma’noga ega bo‘lmagan aktivlar, agar ularning egalik huquqini qo‘shgan va ular uzoq muddat davomida foydalaniladigan hollarda nomoddiy aktivlarni aniqlashga javob beradilar.

²¹ “Nomoddiy aktivlar” 38-sonli MHHS, 2. band, 2005 yil. BXF.

²² “Nomoddiy aktivlar” 7-son BXMSning 4-bandi.

²³ Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: Учебник. М.: ИНФРА, 2011 - 182 стр.

Shartnomaviy va boshqa yuridik huquqlar vujudga kelishidan qat'i nazar. Agar:

- kelgusida aktiv bilan bog'liq iqtisodiy manfaatdorlik korxonaga kelishiga ishonch mavjud bo'lsa;

- aktiv qiymati aniq hisoblangan bo'lsa nomoddiy aktivlar aktiv sifatida tan olinadi.

Korxonaga kelgusida faqat quyidagilar mavjud bo'lgan taqdirda nomoddiy aktiv bilan bog'liq hisoblangan iqtisodiy foydalar olishi mumkin:

- kelgusida korxonaning iqtisodiy foydasi (daromadi)ning ko'payishi aktivning qobiliyati, shuningdek, korxonaning aktivdan shu maqsadda foydalanish borasidagi niyati isbotlansa;

- yetarli resurslar mavjud bo'lsa, yoki korxonaga kelgusida kutgan iqtisodiy foydani chiqarib olishi uchun ularning qulayligi.

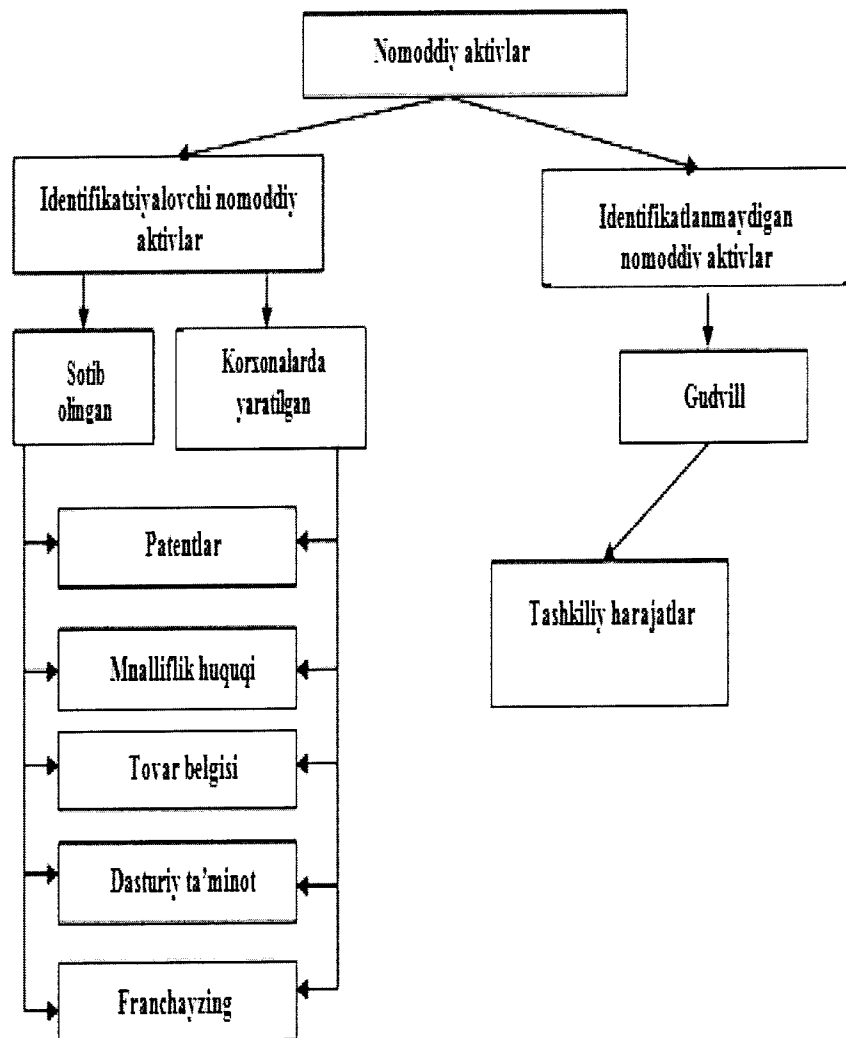
Nomoddiy aktivlar buxgalteriya hisobining birligi inventar obyekt hisoblanadi. Nomoddiy aktivlarning inventar obyektiga bitta patent, guvohnoma, huquqiy yon berish shartnomasi va boshqalardan kelib chiqadigan huquqlar majmuidan iborat. Bir inventar obyekt boshqasidan farq qilishining asosiy belgisi uning mahsulot ishlab chiqarishdagi mustaqil vazifasini bajarishda, ishlarni bajarish yoki xizmat ko'rsatish yoxud korxonaning ma'muriy yoki boshqa vazifalari bajarilishida foydalanishga xizmat qilishidan iborat. Ikki yoki bir nechta korxonaning egaligida bo'lgan nomoddiy aktivlarning obyektiga umumiy egalikdagi uning ulushiga qarab har bir korxonaga nomoddiy aktivlarning tarkibida aks etadi.

Nomoddiy aktivlar to'g'risida tushunchaga ega bo'lish bilan birga uning tarkibiga qanday obyektlar kiritilishini ko'rib chiqamiz. Nomoddiy aktivlar tarkibiga yer, suv va boshqa tabiiy resurslardan foydalanish huquqining qiymatlari, bimo, inshoot, uskuna va jihoz kabi mulkdan foydalanish huquqlari, ixtiro va ratsionalizatorlik takliflaridan, "Nou-xau"dan foydalanish huquqlari, mahsulotlar belgilari va boshqa intellektual (aqliy) mulklardan foydalanish kabi huquqlarni beruvchi ruxsatnomalar qiymati, shuningdek subyektlarni birlashtirishda Paydo bo'ladigan gudvill, brokerlik o'rinlari, franshizalar (yoki franchayzing) elektron hisoblash mashinalari uchun dasturiy mahsulotlari va boshqalar kiradi.

Ba'zi manbalarda nomoddiy aktivlar quyidagi belgilarga asosan guruhlashtirilgan:

1. Identifikatsiyalanishiga ko'ra: identifikatsiyalanuvchi va identifikatsiyalanmaydigan.

2. Olinishi usuliga ko'ra: sotib olingan, korxonada yaratilgan.



6.2-rasm. Nomoddiy aktivlarning identifikatsiyalanishiga ko'ra guruhlanishi

1. Kutish davriga ko'ra: qonun bilan chegaralangan va chegaralanmagan (noaniq).

2. Korxonadan ajralishiga ko'ra.

Nomoddiy aktivlarni yuqoridagi belglarga ko'ra guruhlanishini quyidagi 2-rasmda ko'rish mumkin.

Iqtisodchi olimlar ishlari va me'yoriy hujjatlarning tahlili shuni ko'rsatadiki, nomoddiy aktivlarning asosiy qismini intellektual mulk tashkil qilmoqda. Shunga asosan bizning fikrimizcha nomoddiy aktivlarni shartli ravishda uchta guruhga bo'lish maqsadga muvofiq. Bular:

1. Intellektual mulk.

2. Gudvill.

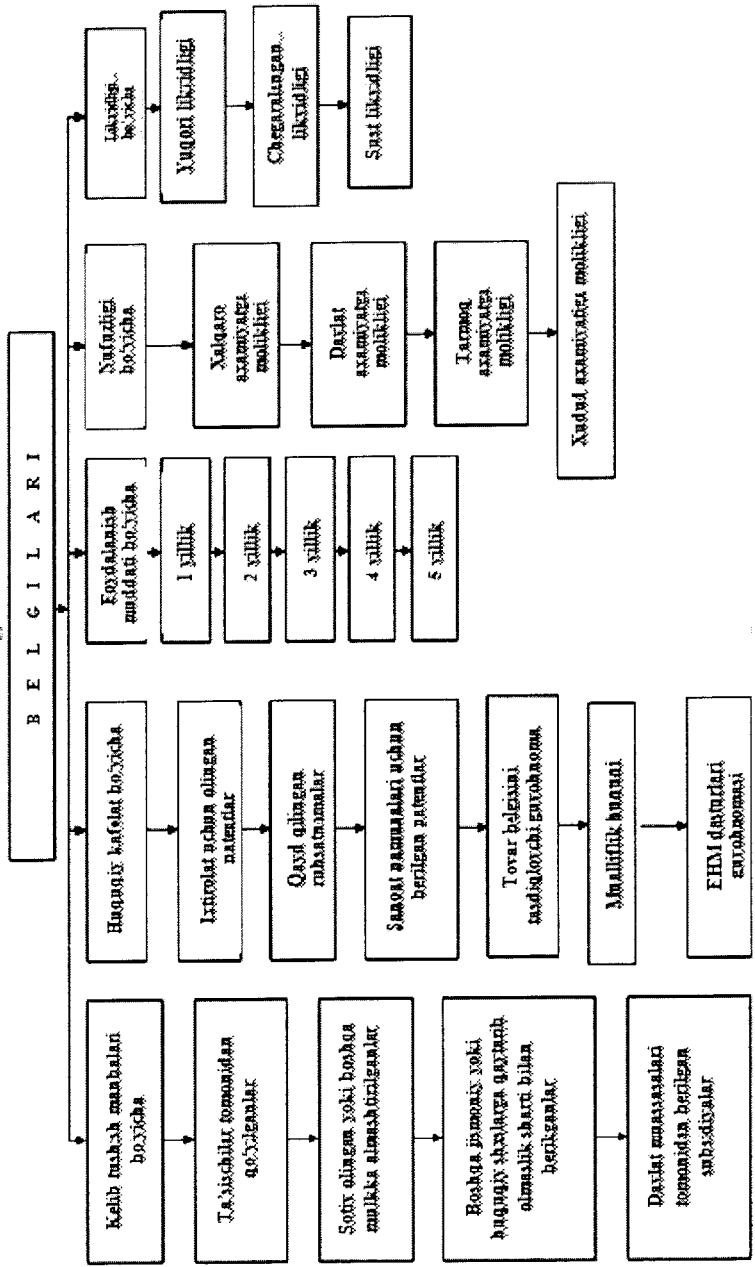
3. Boshqa nomoddiy aktivlar.

Shuni alohida qayd etish kerakki, me'yoriy hujjatlarda (MHXS, BXMS) va iqtisodiy adabiyotlarda nomoddiy aktivlarning tarkibi namunaviy ravishda ko'rsatilgan. Bu degani iqtisodiy islohotlarning ta'sirida iqtisodiy o'sish va yangilanishlar sodir bo'ladi. Bularning natijasida nomoddiy aktivlarning ayniqsa, intellektual mulkning yangi ko'rinishlari (turlari) paydo bo'ladi. Bu esa buxgalteriya hisobining yangi obyektlarini paydo bo'lishligidan dalolatdir.

Yuqoridagi fikrlardan ko'rinib turibdiki, nomoddiy aktivlarning asosini intellektual faoliyat natijasida yaratilayotgan intellektual mulk tashkil qilar ekan, intellektual mulkning iqtisodiy mohiyatini, buxgalteriya hisobining obyekti sifatida ilmiy jihatdan o'rganish dolzarb masalalardan biridir.

Xo'jalik yurituvchi subyekt kelgusida iqtisodiy foyda olishga ishonch subyekt aktividan foyda olish xususidagi kafolatlarni talab etadi. Agar subyekt ushbu iqtisodiy foydalar ustidan nazoratni amalga oshirgandagina, odatda, bunday kafolatlar berilishi mumkin.

Nomoddiy aktivlarni baholash bizning fikrimizga ko'ra, aqliy faoliyat natijalari, mahsulot (ishlar, xizmatlar) larni alohida guruhlash-tirish vositalari, ya'ni firma nomi, mahsulot belgisi, xizmat ko'rsatish belgisi, shuningdek firma bahosidan foydalanishning Pul ifodasida belgilash jarayonidir.



6.3-rasm. Nomoddiy aktivlarni tasniflash

6.6. Korxonalarda nomoddiy aktivlarni hisobga olish vazifalari

Nomoddiy aktivlar to'g'risida umumiy tushuncha, ularni baholash va turkumlarga ajratish tartibi to'g'risida avvalgi paragraflarda ma'lumotlar to'liq bayon qilingan edi. Demak, nomoddiy aktivlar xo'jalik yurituvchi subyekt balansini tashkil etuvchi aktivlarning bir bo'lagi sifatida aks ettirilgan ekan. Aktivlar nima degan savol tug'ilishi tabiiy hol albatta. Bunga moliyaviy hisobotni tayyorlash va taqdim etish uchun konseptual asosida quyidagicha ta'rif beriladi: "Aktivlar-subyekt nazorat qiladigan, kelgusida ulardan daromad olish maqsadida avvalgi faoliyat natijasida olingan iqtisodiy resurslardir".

Demak nomoddiy aktivlar ham subyektning uzoq muddatli aktivlari tarkibiga kiritilib, asosiy vositalar kabi dastlabki qiymatida tan olingandan keyin, ulardan foydalanish muddatlari davomida amortizatsiya (eskirish) hisoblab boriladi.

Nomoddiy aktivlarning buxgalteriya hisobini olib borish uslubiyati 1994-yil 1-yanvaridan kuchga kiritilgan buxgalteriya hisobi hisobvaraqlar rejasasi, buxgalteriya hisobi to'g'risidagi Qonun va buxgalteriya hisobi milliy standartlariga muvofiq amalga oshiriladi.

Buxgalteriya hisobining yangi hisobvaraqlar rejasida nomoddiy aktivlarni hisobga olishda 0410-0490 hisobvaraqlari nazarda tutilgan bo'lib, u shunday aktivlarning mavjudligi va harakati haqidagi axborotlarni umumlashtirishga mo'ljallangan. 0510-0590-"Nomoddiy aktivlarning eskirishi" hisobvaraqlarida esa eskirishning har oydagi summalari hisoblab yoziladi.

Buxgalterlar, mutaxassislar va olimlar oldiga muhokamaga qo'yilgan yangi hisobvaraqlar rejasida "Nomoddiy aktivlar (0400-schyot)" deb nomlangan hisobvaraqlar shakli, tarkibi, sanalishi va joylanishi tartibi bo'yicha amaldagi hisobvaraqlar rejasidan farq qiladi.²⁴ Amal qilayotgan schyotlar rejasida nomoddiy aktivlar hisobvarag'i ikki xonali sanalashga, subhisobvaraqlari esa bir xonali sanalashga, shuningdek yangi hisobvaraqlar rejasida nomoddiy aktivlar xo'jalik yurituvchi subyektning ehtiyojlarga mos ravishda egiluvchilarni ta'minlaydigan to'rt xonali sanalashga egadir.

Nomoddiy aktivlar buxgalteriya balansi (1-shakl) ming aktiv qismidagi I-Uzoq muddatli aktivlar» bo'limida "Nomoddiy aktivlar" deb nomlanadigan modda bo'yicha boshlang'ich (tiklash) qiymati (020-satr),

²⁴ O'zbekiston Respublikasi Moliya Vazirligining 1999-yil 2-apreldagi, 86-sonli buyrug'i.

jamg'arilgan amortizatsiyasi (021-satr), qoldiq qiymat (022-satr) aks ettiriladi.

6.7-jadval

Nomoddiy aktivlar tarkibi

Schyotlar raqami	Schyotlar nomi
0400	Nomoddiy aktivlarni hisobga oladigan schyotlar
0410	Patentlar, litsenziyalar va nou-xau
0420	Savdo markalari, tovar belgilari va sanoat namunalari
0430	Dasturiy ta'minot
0440	Yer va tabiiy resurslardan foydalanish huquqi
0460	Franshizalar
0470	Mualliflik huquqlari
0480	Gudvill
0490	Boshqa nomoddiy aktivlar
0500	Nomoddiy aktivlar amortizatsiyasini hisobga oladigan schyotlar
0510	Patentlar, litsenziyalar va nou-xau amortizatsiyasi
0520	Savdo markalari, tovar belgilari va sanoat namunalarning amortizatsiyasi
0530	Dasturiy ta'minotning amortizatsiyasi
0540	Yer va tabiiy resurslardan foydalanish huquqining emirilishi
0550	Tashkiliy xarajatlarning amortizatsiyasi
0560	Franshizalarning amortizatsiyasi
0570	Mualliflik huquqlarining amortizatsiyasi
0590	Boshqa nomoddiy aktivlarning amortizatsiyasi

N.Rizaev va M.Po'latovlarning ilmiy ishlarida asosan nomoddiy aktivlarning iqtisodiy mohiyati, ularni turkumlash, baholash, intellektual mulk obyektlarining dastlabki hisobi, nomoddiy aktivlardan foydalanish, eskirish va hisobdan chiqarish hisobini takomillashtirish masalasi yoritilgan. Bundan tashqari, nomoddiy aktivlar holatini tahlili, ulardan samarali foydalanish ko'rsatkichlarini tahlilini takomillashtirish o'z aksini topgan.

Hozirgi kunda nomoddiy aktivlarni hisobda va hisobotda aks ettirish masalalariga sezilarli darajada e'tibor kuchaydi. Bular iqtisodiy aloqalar-

ning rivojlanishi va chet el investitsiyalarining ko'plab jalb qilinishi, moliya bozorlarining rivojlanishi; jahon iqtisodiyotida yakkahokimlik uchun raqobatli kurashning kuchayishi, fan-texnika taraqqiyotining jadallashishi va murakkablashuvi kabi jahon iqtisodiy taraqqiyoti umumiy tendensiyalarining qonuniy oqibati hisoblanadi

Hisobga olish va hisobotni milliy hamda xalqaro standartlari u yoki bu birlikni u haqidagi ma'lumot ishonchli va uning pul hisobidagi bahosi asoslangan, agar ushbu birlik bilan aloqador iqtisodiy resurslar yoki iqtisodiy foyda olish ehtimoli mavjud bo'lgan taqdirdagina balansning aktiviga kiritish mumkinligini nazarda tutadi. Bizning fikrimizga ko'ra nomoddiy aktivlar quyidagi aktivlar sifatida aniqlanishi kerak:

Birinchidan, xo'jalik yurituvchi subyekti faoliyatida faol qatnashadi, investitsiya yoki qayta sotish maqsadida saqlanmaydi;

Ikkinchidan, reja bo'yicha joriy hisobot davri tugashidan keyin foyda (manfaat) keltiradi;

Uchinchidan, hamma vaqt ham moddiy (ko'rinishga) asosga ega bo'lmaydi.

B.Nidlz, X.Anderson va D.Kolduellar o'zlarining ilmiy qarashlarida moliyaviy va boshqaruv hisobi haqida so'z yuritadilar. Ular tamoyil so'zini bu yerda umuman buxgalteriya hisobini yuritishda qabul qilingan tartib-qoida, uslubiyatlarini yoritishga harakat qilganlar.²⁵

Buxgalteriya hisobi xalqaro tizimini o'rgangan olimlar V. I. Tkach, M. V. Tkachlarning fikriga ko'ra, buxgalteriya hisobi tamoyillari-buxgalteriya asosini tashkil etuvchi hamda buxgalteriya standartlarida aks ettirilgan usullar yig'indisidir, ya'ni mablag'lar va manblarini baholash, buxgalteriya davrlarining bo'linishi, hisobda qo'llaniladigan usulning davomiyligi, axborotning sifatliyligi va faoliyatning davomiyligi.²⁶

Mulkchilik shaklidan qat'i nazar xo'jalik yurituvchi subyektlarda nomoddiy aktivlarning buxgalteriya hisobi bino, inshoot, yer, transport jihozlari kabi moddiy aktivlarga nisbatan qo'llaniladigan aynan bir xil tamoyil va jarayonlarni o'z ichiga oladi. Bu tamoyillar quyidagilardan iborat:

- xarid (sotib) olib olishda tannarx tamoyilini qo'lash;

- foydalanish davridagi muvofiqlilik (mos kelish) tamoyilini qo'llash, bunda qilingan xarajatlar va evaziga olingan daromad bir vaqtda aks ettirilishi talab qilinadi;

²⁵ Нидлз Б., Андерсон Х., Кольдуэлл Д. «Принципы бухгалтерского учета», М.: «Финансы и статистика» - 1999. 478 стр.

²⁶ «Механический учет и учет», М.: «Финансы и статистика», 1998. 12-33 стр.

-muomaladan chiqim qilinayotganda daromadni e'tirof etish tamoyilini qo'llash, ya'ni chiqim qilishda olingan to'lov va muomaladan chiqqan aktivning balans qiymati o'rtasidagi farqqa teng bo'lgan foyda yoki zarar e'tirof etiladi.

Biz yuqorida keltirilgan nomoddiy aktivlarning buxgalteriya hisobida qo'llaniladigan asosiy tamoyillarni nazariy jihatdan asoslashga e'tiborni qaratish lozim deb hisoblaymiz.

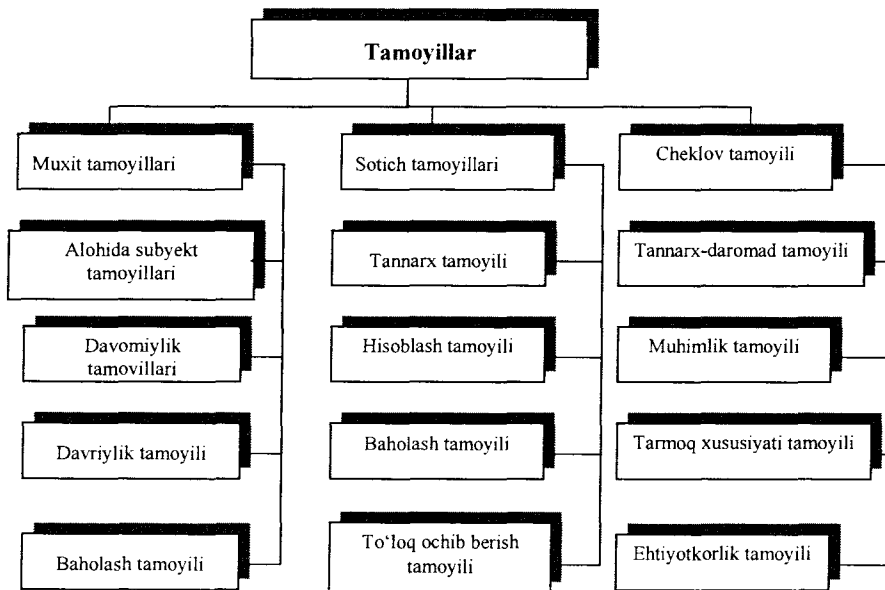
Bizning fikrimizga ko'ra, tannarx tamoyili quyidagi holatlar bo'yicha tan olinishi kerak:

- u obyektiv, chunki baholash hujjatlariga asoslangan bo'ladi va eng asosiysi baholash predmetlga haqiqatan ma'lum bir summada pul to'langan yoki to'lanishi shart;

- ikkiyoqlamalik tamoyilidan kelib chiqadi, yoki aniqrog'i xo'jalik voqealari-faktlar hisobda o'zining amalga oshirilgan real bahosida ko'rsatilishi kerak;

- mulk sotib olingan bahosida aks ettiriladi;

- moliyaviy natijalar to'g'ri aniqlanadi, chunki ularga qayta baholashning ta'siri o'tkazilmaydi.



6.4-rasm. Buxgalteriya hisobi tamoyillarining turkumlanishi.

Shuni ham ta'kidlab o'tish joizki, xorijiy davlatlarda mahsulot tannarxi hujjatlardagi to'lanishi mumkin bo'lgan, ya'ni yozilgan summadan kamroq deb belgilanishi mumkin. Lekin baholar o'rtasidagi farq foyda sifatida aks ettiriladi.

Demak, nomoddiy aktivlar hisobini yuritishda tannarx tamoyiliga asoslanish lozim ekan. Chunki, nomoddiy aktivlar sotib olish bahosida aks ettirib, bunda sotib olishda haqiqatda to'langan pul mablag'lari yoki uning ekvivalentlari qiymati va uni ishlab chiqarishda amalga oshirilgan haqiqiy xarajatlar dastlabki qiymatni ifodalaydi. "Nomoddiy aktivlar" buxgalteriya hisobi milliy standartining 11-bandiga asosan, nomoddiy aktivlarni sotib olishning haqiqiy qiymati ularni xarid qilish va ishlatish uchun, tayyor holatga keltirish uchun qilingan barcha xarajatlarni: xarid narxi, yuridik yig'imlar, turli xildagi soliq va yig'imlar uchun to'lovlar va boshqa zarur xarajatlarni o'z ichiga oladi.

Shuningdek, nomoddiy aktivlar pulsiz ayriboshlash tartibida sotib olinsa, ularning qiymati baholarning qaysi biri afzalroq ekanligiga qarab, ayriboshlashga berilgan mulkning, sotib oligan turli huquqlarining bozor narxi bo'yicha belgilanadi.

Muvofiq kelish tamoyiliga ko'ra, shu hisobot davrining daromadlari ularni sotib olish uchun qilingan xarajatlarga mos kelishi kerak. Xarajat va daromadlarning muvofiqlik tamoyili buxgalteriya hisobining hisoblash usuli bilan ko'zda tutiladi, biroq bu holda buxgalteriya hisobotini taqdim etishda xarajatlar aks ettiriladigan hisobot davri muhim bo'ladi.

Ma'lum bir hisobot davri uchun tushumlar hisoblash tamoyifiga mos ravishda, buxgalteriya hisobotini taqdim etishda tushumlarni kiritish uchun hamma sharoitlar mavjud bo'lganda hisobga olinishi kerak. Daromadni aniq jarayonida vujudga keladigan xarajatlar daromad hisobga olingan davrda aks ettiriladi. Agar daromadlar o'tgan davrlarda olingan bo'lsa yoki kelgusi hisobot davrida hisobga olinishi zarur bo'lsa, unda bu daromadlarga tegishli bo'lgan xarajatlar ham o'tgan yoki kelgusi davrda hisobga olinadi.

Xarajatlar xuddi daromadlar kabi moliyaviy hisobotlarda bir davr uchun aks ettiriladi. Bizningcha quyida keltirilgan jadval xarajatlar va daromadlarning mos kelish tamoyiliga bog'liq holda, xarajatlarni hisobga olishda e'tirof etish uchun yordam beradi:

Bizga ma'lumki, hisobda sof foydani hisoblash tamoyili hamda xarajatlar va daromadlarning muvofiq kelish tamoyilini bir vaqtda qo'llagan holda hisoblanadi.

Daromadlar va xarajatlarning muvofiq kelish tamoyili

Foyda olishning vaqt tarxi (sxemasi)	Xarajat elementi bo'lishi shart
Kelgusi iqtisodiy manfaat	Aktivlar qismida hisobga oligan
Mavjud iqtisodiy manfaat yoki aniqlash murakkab bo'lgan manfaat	Xarajat qismida hisobga olingan
Hech qanday iqtisodiy manfaat yo'q	Zararlar qismida hisobga olingan

Nomoddiy aktivlar subyekt uchun daromad keltiruvchi uzoq muddatli aktivlar deb tan olinganda esa, bu tamoyilga asosan ularni sotib olishda ma'lum bir xarajatlarni amalga oshiradi. Demak, qilingan xarajatlar nomoddiy aktivlardan olinayotgan daromadlar bilan muvofiq kelishi kerak. Lekin shuni ta'kidlab o'tish kerakki, nomoddiy aktivlardan foydalanish tufayli kelgusida olinishi mumkin bo'lgan foyda miqdoriga nisbatan noaniqlik darajasi yuqori bo'ladi.

O'zbekiston Respublikasida iqtisodiy islohotlarning amalga oshirishi buxgalteriya hisobi va tahlil tizimini jahon standartlariga moslashtirish natijasida uning yangi obyekti bo'lgan nomoddiy aktivlarning paydo bo'lishi, ularga qo'yilgan mablag'lar ma'lum darajada samara berishi kerakligini ko'rsatadi. Shu tufayli u ham tahlilning obyektiga aylandi. Nomoddiy aktivlarni baholash natijasiga ta'sir etuvchi asosiy omillaridan hiri, ulardan foydalanishga doir huquqlarning tahlili hisoblanadi. Bunday aktivlarni ashyoviy ko'rinishga ega bo'lmaganligi ularni faqat qiymat (pul ko'rinishida) ko'rsatgichida hisobga olish va shu ma'lumotlar asosida tahlil qilish mumkin. Nomoddiy aktivlarning qiymati egasiga uzoq muddatli huquq va ustunliklarni berishda namoyon bo'ladi.

Nomoddiy aktivlarni qiymat ko'rsatgichida baholash buxgalteriya hisobi va hisobotida olib boriladi. "Hisob siyosati va moliyaviy hisobot" deb nomlangan 1-sonli buxgalteriya hisobi milliy standartning 77-bandiga asosan, xo'jalik yurituvchi subyektlarning buxgalteriya balansida nomoddiy aktivlarni asosiy unsurlari sifatida baholanadi.

Moliyaviy holat tahlilini tashkil etishda nomoddiy aktivlarning holati, ulardan samarali foydalanishda tegishli axborotlar bilan ta'minlanishi va mulklardan samarali foydalanish ko'rsatgichlarini hisoblash muhim ahamiyatga egadir. Shu sababli tahlil qilishda ushbu ko'rsatgichlarni taqqoslash orqali korxonaga faoliyatiga baho beriladi.

Asosiy tayanch tushunchalar

Asosiy vositalar, aktiv asosiy vositalar, passiv asosiy vositalar, ishga tushirish koeffitsiyenti, tugatish koeffitsiyenti, fond rentabelligi, fond qaytimi, dasturiy ta'minot, tovar belgisi, moddiy aktivlar, nomoddiy aktivlar, buxgalteriya hisobi, moliyaviy hisobot.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Asosiy vositalar deb nimaga aytiladi?
2. Korxonaning asosiy vositalari qanday guruhlarga bo'linadi?
3. Asosiy vositalar harakati tahlil qanday ko'rsatkichlar orqali ifodalanadi?
4. Fond rentabelligi ko'rsatkichi qanday aniqlanadi?
5. Fond qaytimiga qanday omillar ta'sir ko'rsatadi?
6. Asosiy vositalar amortizatsiyasi va ularni hisoblash usullari.
7. Nomoddiy aktivlarga amortizatsiya hisoblashning o'ziga xos usullari.
8. Nomoddiy aktivlardan intensiv foydalanilganda, shuningdek ilmiy-texnikaviy jarayonning katta ta'sirida nomoddiy aktivlar amortizatsiyasini hisoblashda qanday usuldan foydalangan maqsadga muvofiq?
9. Nomoddiy aktivlarga ishlab chiqarish usuli bo'yicha amortizatsiya hisoblash.

VII bob. KORXONALARNING AYLANMA MABLAG‘LARIDAN SAMARALI FOYDALANISH ASOSIDA RIVOJLANISHINI TA‘MINLASH

Mazkur bobda aylanma mablag‘larning mohiyati, ishlab chiqarish jarayonida aylanma fondlarning o‘rni, aylanma mablag‘larni shakllanish manbalari shuningdek, korxonada aylanma mablag‘larga bo‘lgan talabni hisoblash orqali aylanma mablag‘lardan foydalanish samaradorligini oshirish yo‘nalishlari, korxonada aylanma mablag‘lari-ning tahliliy jihatlari, ularni boshqarish xususiyatlarini nazariy va amaliy jihatlari bilan bog‘liq jarayonlar tadqiq etilgan.

7.1. Aylanma mablag‘lar, ularning korxonada xo‘jalik faoliyatida tutgan o‘rni

7.2. Aylanma mablag‘lar strukturasi va hosil bo‘lish manbaalari

7.3. Aylanma mablag‘lar talabini aniqlash va ularni me‘yorlash-tirish

7.4. Korxonada aylanma mablag‘larni tejash va samarali foydalanishni boshqarish strategiyalari

7.5. Korxonaning aylanma mablag‘lari samaradorligini oshirish yo‘nalishlari

7.1. Aylanma mablag‘lar, ularning korxonada xo‘jalik faoliyatida tutgan o‘rni

Korxonalar samarali faoliyat yuritishlari uchun nafaqat asosiy kapital balki aylanma kapitalga ham muhtoj bo‘ladilar.

Bozor iqtisodiyoti sharoitlarida korxonalarning aylanma mablag‘larga yetarli tarzda ega bo‘lishi ularning me‘yoriy faoliyat yuritishi garovi hisoblanadi. Shuni ham unutmaslik zarurki, ishlab chiqarayotgan mahsulot birligiga sarflanuvchi xomashyo, material, yoqilg‘i va energiya miqdori mahsulot sifatiga ta‘sir ko‘rsatmagan holda qanchalik kam bo‘lsa, mahsulot shunchalik arzonlashadi hamda aylanma mablag‘lar kamroq sarflanib, ulardan foydalanish samaradorligi yuqori bo‘ladi.

Aylanma mablag'lar - bu korxonada va xo'jalik birlashma (uyushma)larning mehnat buyumlari bo'lib, bevosita ishlab chiqarish jarayonini ta'minlovchi (ishlab chiqarish aylanma fondlari) hamda mahsulotni sotish va ta'minot jarayonlarida xizmat ko'rsatuvchi mablag'lardan (muomala fondlar) iborat.

Korxonada balansida yetarli aylanma mablag'lar miqdori bozor sharoitida uning faoliyati amalga oshirilishining zarur zaminini hisoblanadi.

Aylanma mablag'lar pul ko'rinishida ifodalanib, korxonalarda moddiy boyliklar va fondlarning zarur zaxiralari tashkil etadi, ishlab chiqarish jarayoni va mahsulot sotilishini uzluksiz amalga oshirilishini ta'minlaydi.

Korxonaning aylanma mablag'larni samarali ishlatish orqali korxonada xo'jalik faoliyatiga yuqori samarali keltirish mumkin bo'ladi. Shuning uchun ham korxonada xo'jalik faoliyatida aylanma mablag'larning me'yorini saqlash muhim ahamiyat kasb etadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonada xo'jalik faoliyatida har doim ham tovarlari va tayyor mahsulotlari tezlik bilan sotilib ketmasligi mumkin. Shuning uchun ham korxonada o'zining aylanma mablag'lari yetishmagan holda turli yo'llari bilan uni moliyalashtirishga harakat qiladi.

Korxonaning aylanma mablag'larining manbai foyda va budjetdan tashkil topadigan xususiy mablag'lar, qarzlari, bank krediti va tashqaridan jalb etilgan mablag'lardir. Korxonada va birlashmalar xususiy aylanma mablag'lariga o'z ixtiyoricha egalik qiladi. Ularni sotishi, ayirboshlashi va qarz berishi mumkin. Aylanma mablag'larning yetishmagan qismi korxonaning davomadi yoki vazirlik ehtiyot fondidan to'ldirilishi mumkin. Bundan tashqari xususiy aylanma mablag'lar amaldagi normativlar darajasiga keltirish maqsadida bank krediti beriladi.

Korxonaning ishlab chiqarish sikli tugagandan so'ng ya'ni tayyor mahsulot ishlab chiqarilgan va sotilgandan so'ng korxonaning aylanma mablag'lari tushgan tushum hisobidan qoplanadi. Bu esa ishlab chiqarish jarayonining doimiy ravishda aylanishi hisobiga bo'ladi.

$$P - T \dots I \dots T_1 - P_1$$

bu yerda:

P – pul vositasi;

T – korxonaning ishlab chiqarish vositalari;

I – ishlab chiqarish;

T₁ – tayyor mahsulot;

P_1 – mahsulot sotishdan kelib tushgan va saqlangan foydani o‘z ichiga oluvchi pul mablag‘lari.

Nuqtalar (...) muomala vositasi to‘xtab qolganligini, lekin uning aylanish jarayoni ishlab chiqarish sohasida davom etganini bildiradi.

Aylanma mablag‘lar bir vaqtning o‘zida korxonada ishlab chiqarishning sohasining hamma bosqichlari va shakllarida amalga oshiriladi. Bu esa, korxonada faoliyatining doimiy va uzluksiz ravishda davom etishini taaminlaydi.

Korxonada ishlab chiqarish faoliyatining bir me‘yorda, bir tekis va yuqori natija bilan borishi aylanma mablag‘larning optimal o‘lchamlaridan kelib chiqadi. Shuning uchun aylanma mablag‘larni me‘yorlash jarayoni muhim ahamiyat kasb etadi va u korxonaning moliyaviy rejalashtirishga kiradi.

Aylanma mablag‘lar me‘yoriy korxonada ishi uchun zarur bo‘lgan minimal hisob summalarini o‘rnatadi.

Xomashyo, pul mablag‘lari va boshqalarning haqiqiy zaxiralari me‘yordan kam yoki unga tenglashgan bo‘lishi mumkin, bu joriy moliyaviy faoliyatning eng o‘zgaruvchan ko‘rsatkichlaridan biridir.

Aylanma mablag‘lar me‘yorining bajarilmasligi ishlab chiqarish va mahsulot sotishda to‘xtab qolishlarga va buning natijasida korxonada ishlab chiqarish dasturining bajarilmasligiga olib keladi. Bularning barchasi resurslardan to‘liq va samarali foydalanilmasligiga sabab bo‘ladi.

Korxonada aktivlarini, shu jumladan aylanma mablag‘larini boshqarishdan ko‘zlangan asosiy maqsad, korxonaning to‘lovga qodirligini ta‘minlagan holda, qo‘yilgan kapitaldan maksimum foyda olishdir. Bu borada, iqtisodiy inqirozlar sharoitida, to‘lovga qodirlik foydalilikdan ko‘ra muhimdir.

Qo‘yilgan kapitalga nisbatan eng ko‘p foyda olishga erishish va yuqori darajada to‘lovga qodirlikni ta‘minlash muayyan darajada bir-biriga ziddir. Chunki rentabellikni oshirish uchun pul mablag‘lari turli xil aylanma mablag‘lar va asosiy vositalar sarflanishi lozim. To‘lovga qodirlikni ta‘minlash uchun esa korxonada doimo ma‘lum bir darajada pul mablag‘lari bo‘lishi zarur, u joriy to‘lovlar aylanishidan olishi kerak. Shunday qilib, korxonada aylanma mablag‘larini boshqarishning muhim vazifasi to‘lovga qodirlik va rentabellik o‘rtasidagi maqbul nisbatni taaminlash hisoblanadi. Bunga aylanma mablag‘lar tizimi va o‘lchamidan kelib chiqib erishiladi.

Korxonaning aylanma mablag'larini me'yorini belgilash korxonada faoliyatining to'lovga layoqatlligini ta'minlab, korxonaning to'la quvvat bilan ishlashini ta'minlaydi.

7.2. Aylanma mablag'lar strukturasi va hosil bo'lish manbaalari

Aylanma mablag'larning miqdori turli tarmoqlarda joriy etilgan texnologiya, ishlab chiqarish siklining davri, mehnat buyumlarining qiymati va hokazolarga bog'liq.

Aylanma mablag'larning elementlar bo'yicha tasnifi:

- ishlab chiqarish aylanma fondlar;
- muomala fondlardan iborat.

Ishlab chiqarish aylanma fondlar - ishlab chiqarish jarayonida asosiy ishlab chiqarish fondlaridan ishtirok etish xarakteri bilan farq etadilar. Ular har bir ishlab chiqarish siklida bir marotaba ishtirok etib, o'z natural holatini o'zgartiradilar yoki yo'qotadilar va o'z qiymatlarini tayyor mahsulotga butunlay o'tkazadilar.

Ishlab chiqarish jarayonida bajaradigan funksiyalariga qarab ishlab chiqarish aylanma fondlari 3 guruhga bo'linadilar;

- ishlab chiqarish zaxiralari;
- tugallanmagan ishlab chiqarish;
- kelajak davr xarajatlari.

Ishlab chiqarish zaxiralari:

-xomashyo va asosiy materiallar - bu ishlab chiqariladigan mahsulot tarkibiga butunlay kiruvchi yoki uning zarur komponenti sifatida asosini tashkil qiluvchi turli xil materiallar;

-sotib olingan yarim fabrikat;

-yordamchi materiallar - bu ishlab chiqarish texnologik jarayonida ishtirok etib, reaksiya tezligi, mahsulot sifati va ko'rinishiga ta'sir etuvchi, ammo mahsulot tarkibiga kirmaydigan materiallar (katalizator, kimyoviy reagent, reaktiv, yog'lash va artish materiallar va h.k.);

-yoqilg'i;

-qadoqlash buyumlari (tara), ta'mirlash uchun zaxira qismlari;

-qiymati kam buyumlar (bahosi minimal ish xaqidan 50 marotabalik miqdoridan kam bo'lgan xo'jalik instrument va inventar);

- ishdan tez chiquvchi buyumlar (qiymatidan qat'î nazar xizmat davri 1 yilgacha bo'lgan mehnat vositalari va buyumlari – maxsus kiyimbosh oyoq kiyimlari (poyabzal va boshqalar) dan iborat;

Tugallanmagan ishlab chiqarish:

- chala mahsulot- bu ishlab chiqarish sexlar va uchastkalarda tayyor mahsulot bo'lishiga qadar qisman ishlov berilib, ammo sotilishi mumkin bo'lmagan mehnat buyumlari;

- shaxsiy, o'zida ishlab chiqarilgan yarim fabrikatlar - bu sexlar va uchastkalarda ishlov berilgan, ammo hali tayyor mahsulot ko'rinishiga kirmagan, lekin sotilishi mumkin bo'lgan (chunki tovar qiymatga ega) mehnat buyumlari.

Bo'lajak davr xarajatlari – bu kelajak davrda mahsulot tannarxi (ishlab chiqarish sarflari)ga kiritiladigan, ammo rejalashtirilgan yilda sarf bo'ladigan xarajatlar (yangi tur mahsulot), yangi texnologiyalarni loyihalashtirish, o'zlashtirish, gazeta va jurnallarga obuna qilish, ijaraga olingan xonalar uchun avans to'lovlari, ratsionalizatorlik takliflarni joriy etish, telefon bilan bog'liq va shunga o'xshash boshqa sarflar.

Aylanma mablag'lar ham natural ko'rsatkichlar ham pul ifodasida hisobga olinadi.

Korxonaning aylanma mablag'lari o'zlik va chetdan jalb qilingan mablag'lar hisobidan moliyalashtirilishi mumkin.

Korxonaning o'zlik mablag'lariga ustav kapitali, rezerv kapitali, olingan hisobot davridagi sof foydasi hisobidan moliyalashtiriladi.

Chetdan jalb etilgan mablag'lari esa u quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- bank kreditlari;
- turdosh korxonalaridan olingan qarz mablag'lari;
- potensial investorlar tomonidan qilingan investitsiyalar hisobidan;
- qarz majburiyatini ifodalovchi qimmatli qog'ozlarni chiqarish orqali moliyalashtirilishi mumkin.

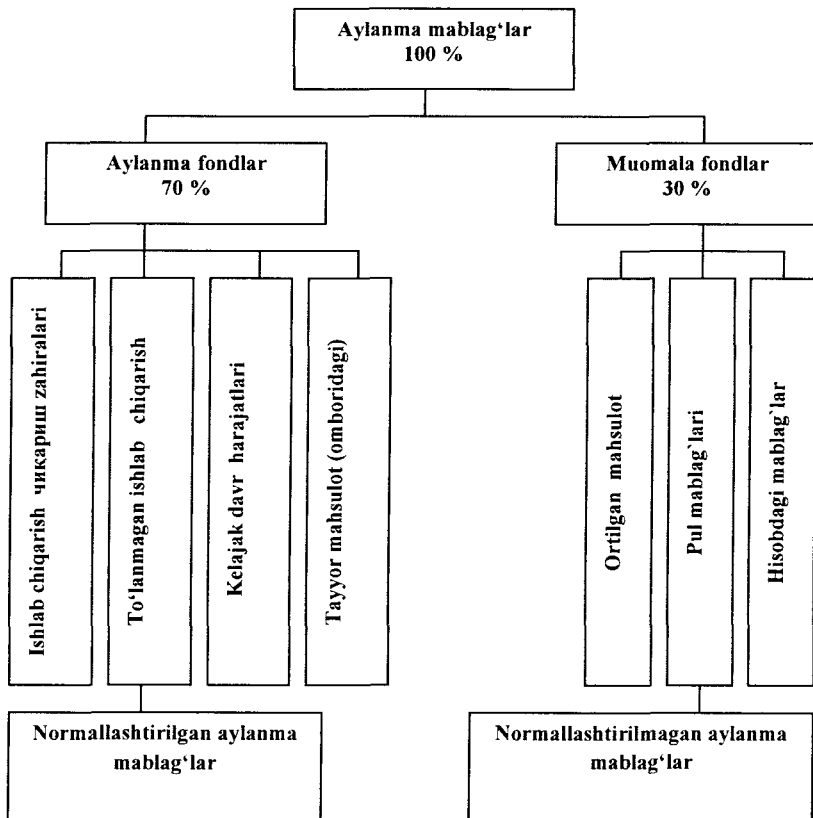
Lekin korxonaga xo'jalik faoliyatida shuni inobatga olish kerakki korxonaning o'zlik mablag'laridan chetdan jalb qilingan mablag'lar ko'proq risk bo'lib, korxonaga faoliyatida olingan qarz mablag'laridan samarali foydalanishi lozim bo'ladi. Aks holda korxonaning to'lovga layoqatlilik pasayib, oxir-oqibat bankrot holatiga olib kelishi mumkin.

Korxonaning o'zlik mablag'i esa o'zining pul mablag'larini ifodalab, agar korxon ularni tegishli ravishda samarasiz sarflasa ham unga ko'proq yo'qotishlarga sabab bo'lmaydi. Chunki qisqa muddatli jalb etilgan mablag'lar uchun ma'lum bir foiz to'lashi lozim bo'ladi.

Aylanma (oborot) mablag'lar strukturasi deb alohida element, guruhlari aro nisbati, hamda shu guruhlarning va aylanma mablag'lar umumiy hajmiga (nisbatiga) bo'lgan va %-da ifodalangan nisbatiga aytiladi.

Aylanma fondlar strukturasi o'rganish ulardan samarali foydalanish yo'llarini aniqlash imkonini beradi.

Korxonalarining xo'jalik faoliyati faqatgina mahsulot ishlab chiqarish bilan cheklanmay, uni sotishdan ham iborat. Shu sababli korxonalarda muomala doirasiga mansub aylanma mablag'lar mavjud.



7.1-rasm. Korxonalar aylanma mablag'lar tarkibi

Muomala fondlariga tayyor mahsulot (ombordagi), iste'molchilarga ortilgan (haqi to'langan bo'lmasa ham) mahsulot, pul mablag'lari (hisob-raqamdagi, kassada va hokazo, iste'molchilar bilan hisob-kitobdagi mablag'lar) shu jumladan debitorlik qarzarlar.

Ya'ni korxonadagi aylanma fondlar va muomala fondlarni hosil qilish uchun mo'ljallangan pul mablag'larning jami ushbu korxonaning aylanma mablag'larini tashkil qiladilar (1-rasm).

Muomala fondlar 4 guruhga bo'linadilar:

A) tayyor mahsulot – bu korxonaning omborlarida saqlanuvchi hamma ishlov bosqichlaridan o'tgan, texnik nazorati bo'limi tomonidan qabul etilgan, sotilishi mumkin bo'lgan mahsulot va yarim fabrikat.

B) yo'ldagi mahsulot – bu iste'molchilarga ortilgan, ammo vaqtincha haqi to'lanmagan mahsulot (haqi kelgunga qadar bu mahsulot korxonada balansida hisoblanadi).

V) pul mablag'lari – bu moddiy resurslari hamda ta'minlovchilar bilan hisob-kitoblarni amalga oshirish, ish haqlarini to'lash, davlat, mahalliy budjet to'lovlari, boshqa korxonalar va muassasalarga ko'rsatilgan xizmatlar uchun mo'ljallangan mablag'lar.

G) hisobdagi mablag'lar – debitorlik qarzar – korxonaga boshqa korxonalar, muassasalar, jismoniy shaxslar tomonidan ko'rsatilgan xizmatlar uchun to'lanishi lozim bo'lgan haqlar.

7.1-jadval

Sanoat tarmoqlarida aylanma mablag'larning taxminiy strukturasi (foizda)

	Sanoat	Mashinasozlik tarmog'i	Kimyo tarmog'i	OOT
Aylanma mablag'lar, shu jumladan:	100	100	100	100
a) ishlab chiqarish aylanma mablag'lari:	79,8	67,2±68,1	83,7	74,7
ishlab chiqarish zaxiralari	58,2	62,4±63,5	69,7	51,2
tugallanmagan ishlab chiqarish kelajak davr xarajatlari	18,6	4,4±3,7	11,5	16,8
extiyot qismlar va qiymati past inventar	3	0,4	1,8	0,4
	3	11,8±12,3	19,2	2,1
b) muomala fondlari:	20,2	31,9±32,8	17	25,3
tayyor mahsulot	18,8	10,3±9,7	16,5	24,1
qolgan boshqa normalashtirilgan (cheklangan) mablag'lar	1,4	0,9±1,0	0,5	0,2

Jadvaldan ko‘rinib turibdiki, aylanma mablag‘larning ko‘p miqdorini aylanma fondlar tashkil qilish ekan.

Bozor sharoitiga o‘tish davrida asosiy masalalardan biri – bu doimiy resurslar tejamkorligi omiliga rioya qilish asosida ishlab chiqarishni identifikatsiyalashtirishdir.

Tejash rejalashni ta‘minlash tizimida mehnat buyumlarini tejash asosiy o‘rinni egallaydi. Bu degani – xomashyo, materiallar, yoqilg‘i sarflarini (1 o‘lcham mahsulotga) kamaytirish, lekin shu bilan barcha buyum sifati, xizmat davri va ishonchiligiga zarar keltirmagan holda.

7.3. Aylanma mablag‘lar talabini aniqlash va ularni me‘yorlashtirish

Aylanma mablag‘lardan samarali foydalanish ko‘p jihatdan ularga bo‘lgan talabini to‘g‘ri aniqlashdadir.

Mahsulot sotilishidan tushgan tushum korxonaga hisobiga kelgunga qadar aylanma mablag‘lar uni ishlab chiqarish xarajatlarini ta‘minlaydilar.

Ishlab chiqarish zaxiralarni iste‘molidan boshlab, ular tayyor mahsulotga o‘tib, uni sotishiga bo‘lgan davr ancha uzoq bo‘lishi, sotilgan mahsulot haqi kelishi moddiy resurslar iste‘mol vaqtiga to‘g‘ri kelmasligi mumkin. Bu esa aylanma mablag‘larni belgilangan miqdorda tashkil qilishni talab qiladi.

Aylanma mablag‘larning optimal ehtiyojini to‘g‘ri aniqlash korxonaga uchun minimal sarf-xarajatlar evaziga belgilangan foyda olinishi uchun imkon yaratadi. Korxonani normal faoliyatini tashkil qilish uchun zarur bo‘lgan aylanma mablag‘larni iqtisodiy asoslangan miqdorini aniqlash jarayoni aylanma mablag‘larni normalashtirish deb ataladi.

Bu moddiy boyliklarning bir vaqtning o‘zida ham doimiy minimal, ham yetarli zaxiralarini tashkil qilish uchun zarur bo‘lgan aylanma mablag‘ hajmlarini aniqlashdir. Aylanma mablag‘larni normallashtirish ichki rezervlarni aniqlash, ishlab chiqarish siklini qisqartirish, tayyor mahsulotni tezroq sotishga imkon beradi.

Aylanma fondlarning hamma elementlari va muomala fondlardan esa faqat korxonaga omboridagi tayyor mahsulot qoldiqlari normallashtirilgan (cheklangan) aylanma mablag‘larni tashkil qiladilar. Aylanma mablag‘larning qolgan elementlari esa normallashtirilmagan (cheklanmagan) aylanma mablag‘lar deb ataladi, chunki ular ishlab chiqarish jarayoniga

unchalik ta'sir etmaydilar, ularning hajmi tez-tez o'zgarib turadi, shuning uchun ularga qat'iy normativlarni belgilash qiyin.

Aylanma mablag'larni normallashtirish jarayonida ularning norma va normativlari aniqlanadi.

Aylanma mablag'lar normalari korxonadagi tovar-moddiy boyliklarining minimal zaxiralarini ifodalab, zaxira kunlari, detallar zaxirasini normalari bo'yicha hisoblanadilar.

Aylanma mablag'lar me'yorlari – bu pul mablag'lari, ular aylanma mablag'lar normalari va berilgan material turining o'rtacha sutkalik xarajatlari ko'paytmasidan iborat. Normativlar miqdori ishlab chiqarish hajmi, moddiy ta'minot va mahsulotni sotish sharoiti, ishlab chiqarish siklining davomi va boshqa faktorlarga bog'liq.

Aylanma mablag'larning ko'pgina elementlari bo'yicha normativ quyidagicha hisoblanadi:

$$N = X \cdot D$$

bu yerda:

N – konkret element bo'yicha aylanma mablag'lar normativi;

X – bir kunlik sarf xarajat, u tegishli ishlab chiqarishga ketgan kvartal xarajatlarning 90 kunga bo'linmasidan iborat;

D – aylanma mablag'larning berilgan elementi uchun zaxira normasi (kunlar).

Hosil bo'lish manbalari bo'yicha aylanma mablag'lar shaxsiy va zayom aylanma mablag'larga bo'linadilar.

Shaxsiy aylanma mablag'lar – bu xususiy resurslar hisobidan tashkil topgan va korxonada hisobida doimiy bo'lgan mablag'dir (masalan, foyda va h.k.).

Unga tenglashtirilgan mablag'lar – korxonada xodimlariga to'lash lozim bo'lgan ish haqilar va ijtimoiy sug'urta ajratmalarining qarzlari, moddiy resurslar bilan ta'minlovchilar uchun mo'ljallangan to'lovlar va h.k.

Zayom mablag'lar – banklar kreditlari, kreditorlik qarzlari (tijorat krediti) va boshqa turli maxsus fondlar mablag'lari. Kredit – ma'lum davrga ma'lum maqsadlar uchun mo'ljallangan mablag'lar, uning uchun korxonada belgilangan miqdorda %-da haq to'laydi.

Korxonada tashkil topgan maxsus fondlar mablag'laridan sarflagunga qadar korxonada oborotida foydalanish mumkin va ular ichki moliya resurs manbaasi hisoblanadilar.

Korxonaning samarali ish faoliyati - bu minimal xarajatlardan asosida eng yuqori natijalarga erishish.

Sarflar minimizatsiyasi esa – bu avvalo aylanma mablag‘larning hosil bo‘lish manbalari va strukturasi optimizatsiyasi demakdir, ya’ni shaxsiy va kredit resursdarning oqilona muvofiqligi.

7.4. Korxonada aylanma mablag‘larni tejash va samarali foydalanishni boshqarish strategiyalari

Bozor munosabatlariga o‘tish sharoitida har bir korxonada oldida turgan asosiy masalalardan biri – moddiy resurslarni tejash hisoblanadi. Chunki ular foydaning o‘shishiga bevosita bog‘liq bo‘lgan ishlab chiqarish xarajatlarining asosiy qismini tashkil etadi. Bozor munosabatlari sharoitida foyda – korxonada faoliyatini ta’minlovchi asosiy manbadir.

Moddiy resurslarni tejash yo‘llari va manbalari farqlanadi.

Tejash manbalari unga nima hisobiga erishish mumkinligini birdirsa, tejash yo‘llari yoki yo‘nalishlari esa qanday qilib, qanday tadbirlar hisobiga iqtisodga erishish mumkinligini ko‘rsatadi.

Har qanday korxonada moddiy resurslarni iqtisod qilish rezervlari mavjud. Rezervlar bu korxonadagi moddiy resurslardan foydalanishni yaxshilash borasida korxonada mavjud, lekin ham foydalanilmagan imkoniyatlardir.

Moddiy resurslarni tejash rezervlaridan foydalanish nuqtayi nazaridan, ular 3 guruhga bo‘linadi:

- xalq xo‘jaligi bo‘yicha rezervlar.

- umumsanoat va tarmoqlararo rezervlar.

- ichki ishlab chiqarish rezervlari (sexlararo, zavodlar va tarmoqlar).

Xalq xo‘jaligi bo‘yicha rezervlarga xalq xo‘jaligi va uning barcha tarmoqlari uchun zarur bo‘lgan rezervlar kiritiladi: - sanoat tarmoqlari strukturasi xalq xo‘jaligining ilg‘or proporsiyalarini o‘rnatish, sun‘iy va sintetik mahsulotlar ishlab chiqarishda tejamkorlikka erishish, yoqilg‘i – energetika majmua strukturasi takomillashtirish, shuningdek, bozor munosabatlari sharoitida barcha xo‘jalik mexanizmini takomillashtirish.

Umumsanoat va tarmoqlararo rezervlar – bu shunday rezervlarki, sanoatning yetakchi tarmoqlari (qora metallurgiya, mashinasozlik, kimyo sanoati) bilan iqtisodiy ishlab chiqarishni ratsional munosabatlarini o‘rnatish bilan bog‘liqdir.

Ushbu rezervlar iqtisodiy rayonlar va sanoatning alohida tarmoqlarining rivojlanish xususiyatlarini qamrab oladi. Ularning eng muhim-

lari xalq xo'jaligi ahamiyatiga ega. Shu bilan birga, ularni amaliyotga joriy etish ko'lamlari chegaralangan bo'lib, asosan o'zaro bog'liq tarmoqlarga yoki yirik sanoat va ishlab chiqarish hududiy komplekslarga tarqaladi.

Umumsanoat va tarmoqlararo rezervlarga quyidagilar kiradi: foydali qazilmalarni qayta ishlashga eng yangi samarali usul va tizimlarini joriy etish, ularni qazib olishda ilg'or texnologiyalardan foydalanish, mineral xomashyoga to'liq va kompleks qayta ishlov berishni taominlash, sanoatni ixtisoslashtirish, kooperatsiya va turli mulkchilik shakllaridagi korxonalarni barpo qilish va rivojlantirish, xalq xo'jaligi va iste'molchi tarmoqlarda moddiy resurslarni tajash vazifalarini bajarish maqsadida ishlab chiqaruvchi tarmoqlardagi xomashyo va konstruktiv materiallar sifatini oshirish, samaraliroq xomashyo va materiallar ishlab chiqarish va boshqalar.

Ichki ishlab chiqarish rezervlariga texnika, texnologiya va ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish bilan bevosita bog'liq bo'lgan moddiy resurslardan yaxshi foydalanish, mahsulotni takomillashgan turlari va modellarini yaratish, sanoatning aniq tarmoqlari mahsuloti sifatini oshirish imkoniyatlari kiradi.

Fan-texnik taraqqiyoti milliy iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida jamiyatning ishlab chiqarish kuchlarini rivojlantiruvchi asosiy kuch hisoblanadi.

Chora-tadbirlar xarakteriga bog'liq holda sanoatda va ishlab chiqarishda resurslarni tejash zaxiralarini amalga oshirish asosiy yo'nalishlari ishlab chiqarish-texnik va tashkiliy-iqtisodiyotga bo'linadi. Ishlab chiqarish-texnik yo'nalishlarga xom-ashyoni ishlab chiqarish iste'moliga sifatli tayyorlash, mashinalar tuzilishini, uskunalar va buyumlarni mukammallashtirish, tejamkor xomashyo, yonilg'ini qo'llash, yangi texnika va texnologiyani joriy etish bilan bog'liq chora-tadbirlar kiradi. Ular ishlab chiqarish jarayonida moddiy resurslarning texnologik chiqindilari va yo'qotishlarini kamaytirishi va ikkilamchi moddiy resurslardan maksimal foydalanish imkonini beradi.

Korxonalarda moddiy resurslarni tejashning quyidagi ishlab chiqarish - texnik yo'nalishlarini e'tiborga olish lozim:

1. Ilmiy-texnik taraqqiyotni tezlashtirish bo'yicha chora- tadbirlar. Bu mashina, mexanizmlar va agregatlar bir birlik mahsulotga sarflanadigan mahsulot sig'imining kamayishi bilan birgalikda ro'y beradi. Ma'lumki, zamonaviy mashinasozlikda ilmiy-texnik taraqqiyotining asosiy yo'nalishi - mashina va uskunalar quvvati va unumdorligini oshirish bo'lib,

uning natijasida ularning sof va nisbiy og'irligi kamayadi, tashqi ko'ri-nishi yaxshilanadi, sifati oshadi, ekspluatatsiya xarajatlari kamayadi, asosiysi - mehnat unumdorligi oshadi.

2. Xomashyolarning tejamli tur va shakllarini joriy etishga yo'naltirilgan chora-tadbirlar. Ularning ishlatilishi natijasida 10-20% tejalishi mumkin.

3. An'anaviy xomashyo materiallari o'rnini hosadigan (o'rinbosar) materiallar bilan almashtirish chora-tadbirlari. Buning asosiy maqsadi mahsulot metall sig'imi va mehnat sig'imini kamaytirish, pirovard mahsulot sifatini oshirish hisoblanadi.

4. Korxonaning tayyorlov bazasida ishlab chiqarishning texnik darajasini oshirish, avtomatlashtirilgan uskunalarni joriy etish bo'yicha chora-tadbirlar.

Sanoatning ishlov beradigan tarmoqlarida ya'ni materiali to'rtburchak yuza shakliga ega bo'lgan payabzal tarmoqlarida materiallar iqtisodi bichishning ratsional yo'llarini qo'llash orqali erishiladiki, ular yordamida bichishning optimal yo'llari aniqlanadi. Ular list yuzasidan iloji boricha to'laroq foydalanish imkoniyatini beradi. Bu esa ratsional materiallar tejaladi. Bu vazifani yechishda iqtisodiy-matematik usullar va elektron-hisoblash mashinalari muvaffaqiyatli qo'llanilib kelinmoqda.

Mahalliy xomashyo va yonilg'i ikkilamchi xomashyo, moddiy va yonilg'i resurslardan foydalanish, ilgari foydalanilgan xomashyolar, asosiy va yordamchi materiallarni tiklash muhim ahamiyatga ega.

Ilmiy texnik taraqqiyot sharoitida barcha tarmoqlarda mahalliy va ikkilamchi xomashyo yonilg'i energetika resurslarining ishlatilishi yuqori iqtisodiy samara beradi. Bu muammo hozirgi sharoitlarda yanada dolzarbligicha qolmoqda.

Moddiy resurslarni tejashning tashkiliy-iqtisodiy yo'nalishlariga quyidagilar kiradi: sanoat mahsuloti material sig'imini normallashtirish va rejalashtirishning ilmiy darajasini oshirish va moddiy resurslar sarflashning texnik asoslangan norma va normativlarini joriy etish bilan bog'liq chora-tadbirlar; yangi, samarali xom-ashyo va materiallar yonilg'i-energetik resurslar ishlab chiqarishni rivojlantirish, mamlakat yonilg'i balansini mukammallashtirishdan iborat bo'lgan taraqqiy etgan proporsiyalarni belgilash bilan bog'liq bo'lgan chora-tadbirlar majmuasi.

Shuningdek, korxonada mahsulot tayyorlashda material resurslarni iqtisod qilishning asosiy tashkiliy-iqtisodiy yo'nalishlari: sanoat mahsulotini material sig'imini ilmiy darajada rejalashtirish va normallashtirish, material resurslarni sarfini texnik asoslangan norma va normativ-

larni joriy qilish va ishlab chiqish, ishlab chiqarishni tezkor rivojlantirish, xomashyo va materiallarni samarali turlarini qo'llash, yoqilg'i energetik resurslar balansini mukammallashtirishni o'z ichiga olgan tadbirlar majmuasini ishlab chiqishi zarur deb o'ylaymiz.

Bu esa ishlab chiqarishni texnik jihatdan qurollanganligiga, ishchilar malakasi darajasiga, moddiy texnika ta'minotining to'g'ri tashkil etilganligiga, bevosita bog'liqdir.

Har bir korxonada moddiy resurslarni tejashning asosiy yo'nalishi ish joylarda bir miqdordagi xomashyo va materiallardan yakuniy mahsulot ishlab chiqarishni oshirish hisoblanadi. Shuningdek, ishlab chiqarish jarayonida yo'qotishlarni qisqartirish ham muhim ahamiyatga ega. Uning hisobiga moddiy resurslarni tejash mumkin. Buning uchun mahsulotni saqlash va tashish qoidalariga qat'iy rioya qilish, ishlab chiqarish jarayonida qayta ishlash uchun yoqilg'i, xomashyo, materiallarni maqsadga muvofiq tayyorlash, mehnat jamoasining ish va ishlab chiqariladigan mahsulotlar sifati masalalariga e'tiborini kuchaytirish lozim. Ishlab chiqarish jarayonida yo'qotishlarni qisqartirish, barcha moddiy resurslar iqtisodidan 15-20% ini tashkil etadi. Bu vazifaning yechilishiga aksionerlik xo'jalik yuritish shakllari va korxonalarni xususiy lashtirish yordam beradi.

Aylanma fondlardan foydalanishni har tomonlama yaxshilash korxonalarining asosiy vazifalaridan biridir. Qanchalik kam yoqilg'i, yordamchi materiallar ma'lum sondagi mahsulot uchun yaxshi foydalanilsa, shuncha ular sarfi kamayadi. Ishlab chiqarishning texnik yo'nalishi xomashyoni ishlab chiqarish iste'moli uchun sifatli tayyorlab berish bilan bog'liq tadbirlar, mashina, jixozlar va mahsulotlar loyihalashtirishni takomillashtirish, xomashyo va yoqilg'idan tejamli foydalanish, yangi texnika va ilg'or texnologiya joriy etish ham korxonada yaxshi samara beradi.

7.5. Korxonaning aylanma mablag'lari samaradorligini oshirish yo'nalishlari

Aylanma mablag'lar aylanuvchanligining tezlashishi hozirgi sharoitda korxonalarining eng asosiy birlamchi vazifalaridan biri hisoblanadi.

Erkin bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalarining asosiy vazifalaridan biri – resurslarni tejash tamoyiliga rioya qilgan holda ishlab chiqarishni jadallashtirishdir.

Tejamkorlik rejimini ta'minlash bo'yicha chora – tadbirlar tizimida asosiy o'rinni mehnat predmetlarini tejash egallaydi. Bu mahsulot sifati, ishonchliligi va uzoq muddat xizmat qilishiga zarar yetkazmagan holda unga sarflanadigan xom-ashyo, materiallar, yonilg'ı xarajatlarini kamaytirishni bildiradi.

Hozirgi sharoitda aylanma mablag'larni tejashning iqtisodiy ahamiyati quyidagicha ifodalanadi:

-xomashyo, materiallar, yoqilg'ı xarajatlarining kamayishi ishlab chiqarish uchun katta iqtisodiy foydani ta'minlaydi. Bu avvalambor, mavjud moddiy resurslar miqdoridan ko'proq tayyor mahsulot ishlab chiqarish imkonini beradi;

-moddiy resurslarni tejash, ishlab chiqarishga yangi, tejamliroq materiallarni kiritish takror ishlab chiqarish jarayonida alohida tarmoqlar o'rtasida taraqqiy etgan nisbatlarni helgilashga, sanoat ishlab chiqarishning mukammal tarmoq strukturasi erishishga imkon beradi;

- moddiy resurslarni tejashga intilish yangi texnikani joriy etish va texnologik jarayonlarni mukammallashtirishga turtki beradi;

-moddiy resurslar iste'molidagi tejamkorlik ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanishni yaxshilashga va jonli mehnat xarajatlarining tejallishiga ham olib keladi (materiallarni tashish; saqlashga sarflanadigan ish kuchi kamayadi);

- moddiy resurslar tejallishi sanoat mahsuloti tannarxining kamayishiga yordam beradi. Hozirgi vaqtda moddiy xarajatlar hisobiga barcha ishlab chiqarish xarajatlarining $\frac{3}{4}$ qismi to'g'ri keladi. Keyinchalik, ishlab chiqarishning texnik darajasi o'sishi bilan mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha umumiy xarajatlarda buyumlashgan mehnat ulushi oshib boradi va mehnat predmetlari hamda mehnat vositalaridan foydalanishni yaxshilash ijtimoiy ishlab chiqarish xarajatlarini tejashning asosiy yo'nalishi bo'lib hisoblanadi;

- mahsulot tannarxining kamayishiga ta'sir qiladigan moddiy resurslar tejamkorligi korxonaning mohiyaviy holatiga ham ijobiy ta'sir qiladi.

Ma'lumki, aylanma mablag'lar to'liq aylanadigan, ya'ni ishlab chiqarish va muomala davrini o'taydigan vaqt aylanma mablag'larning aylanish davri deb aytiladi. Bu ko'rsatkich korxonada mablag'lar harakatining o'rtacha tezligini ifodalaydi. Ammo u ma'lum turdagi

mahsulotni ishlab chiqarish va sotish muddatiga mos kelmaydi. Shu sababli ham korxonalarda aylanma mablag'lar samaradorligini oshirish yo'llaridan biri aylanma mablag'larni oqilona boshqarish hisoblanadi.

Aylanma mablag'larni boshqarish eng kam miqdordagi aylanma mablag'lar bilan mahsulotni ishlab chiqarish va sotish jarayonining uzluksizligini ta'minlashdan iborat. Bu korxonada aylanma mablag'lari doiraviy aylanishining barcha bosqichlari bo'yicha mos shaklda va minimal, ammo yetarli miqdorda taqsimlanishi lozimligini bildiradi.

Aylanma mablag'lar har doim bir vaqtning o'zida doiraviy aylanishning uchala bosqichida mavjud bo'ladi va pul mablag'lari, materiallar, tugallanmagan ishlab chiqarish, tayyor mahsulotlar ko'rinishida namoyan bo'ladi.

Bu esa o'z navbatida aylanma mablag'lar aylanuvchanligining tezlashuviga yordam beradi. Aylanma mablag'lar aylanuvchanligining tezlashuvi hozirgi sharoitda korxonalarining birlamchi vazifasi hisoblanadi. Aylanuvchanlikni tezlashtirishga quyidagi yo'llar bilan erishiladi:

- ishlab chiqarish zaxiralarini tuzish bosqichida iqtisodiy asoslangan zaxira normalarini joriy etish;

- xomashyo, yarimtayyor mahsulotlar, butlovchi qismlar ta'minotchilarining iste'molchilarga yaqinlashuvini ta'minlash;

- moddiy – texnik ta'minotning ombor tizimini, shuningdek materiallar va uskunalar birja savdosini kengaytirish va boshqalar.

Tugallanmagan ishlab chiqarish bosqichida;

- ilmiy – texnik taraqqiyotni tezlashtirish;

- standartizaniya va unifikatsiyani rivojlantirish va takomillashtirish;

- sanoat ishlab chiqarishini tashkll etish shakllarini mukammallashtirish;

- xomashyo va yoqilg'i energetika resurslaridan tejamli foydalanishni rag'batlantirish tizimini kengroq joriy etish;

- yuqori talabga ega bo'lgan mahsulot ulushini ko'paytirish va boshqalar.

Muomala bosqichida:

- mahsulot iste'molchilarini uni ishlab chiqaruvchilarga yaqinlashtirish;

- hisob – kitob tizimini mukammallashtirish;

- bevosita aloqalar bo'yicha buyurtmalarni o'z muddatida va sifatli qilib bajarish;

- tejalgan materiallardan mahsulot ishlab chiqarish natijasida sotilgan mahsulot hajmimi oshirish;

- tuzilgan bitimlarga muvofiq jo'natiladigan mahsulotlarni assortimentlar va tranzit normasi bo'yicha yuklanishini ta'minlash va boshqalar.

Bugungi kunda aylanma mablag'larda, ayniqsa, korxonalarining moddiy – tovar boyliklarida band bo'lgan yirik miqdordagi pul mablag'lari ularning to'liq saqlanishiga e'tibor qaratish, ulardan maqsadga muvofiq va samarali foydalanish, shuningdek, ularning aylanishini tezlashtirishni talab qiladi.

Demak, aylanma mablag'larning aylanishini tezlashtirish uchun har bir korxonada ularning ishlab chiqarish va muomalada bo'lish muddatini qisqartirishga erishishi zarur. Gap shundaki, aylanma mablag'larning muomala sohasida sekin harakatlanishi korxonaning bu vositalardan ishlab chiqarishda foydalanishda erishgan yutuqlarini yo'qqa chiqarishdan tashqari, ularning umumiy aylanishini ham sekinlashtirishi mumkin. Shu sababli tayyor mahsulotni iste'molchiga yetkazib berishni tezlashtirish yoki mahsulotni realizatsiya qilish muddatini qisqartirish ham aylanma mablag'larning aylanishini tezlashtirishning muhim yo'li hisoblanadi.

Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda, aylanma mablag'lardan samarali foydalanishning quyidagi muhim yo'nalishlarga alohida ahamiyat qaratishi va o'z boshqaruvida unga ahamiyat berishi aylanma mablag'lardan samarali foydalanish imkonini beradi:

- mahsulot (bajarilgan ish, ko'rsatilgan xizmat) lar ishlab chiqarish va sotish hajmini o'stirish;

- mahsulot (bajarilgan ish, ko'rsatilgan xizmat) larning iste'molchilarga yetib borishi va ular bo'yicha hujjatlar aylanishini tezlashtirish;

- aylanma mablag'lar bo'yicha me'yoriy zaxiralar saqlanishiga amal qilish;

- aylanma mablag'larning me'yordan ortiqchaligini maqsadli boshqarishni yo'lga qo'yish (mollarni imtiyozli shartlarda sotish, ijaraga berish va hokazolar);

- aylanma mablag'larni qayta baholashni balans tuzish sanasiga hisobga olish va to'g'ri belgilash;

- aylanma mablag'larni hisobdan chiqarishning xalqaro usullaridan foydalanish;

- korxonaning hisob siyosatini, shuningdek, aylanma mablag‘larini baholash usulini belgilashda tarmoq rivoji va texnologik jarayonlarning murakkabligiga ahamiyat berish;

- tugallanmagan ishlab chiqarishni to‘g‘ri baholash;

- aylanma mablag‘lar normativini belgilash;

- aylanma aktivlar aylanishini tezlashtirish maqsadida tovar va moddiy boyliklarni sotish bo‘yicha hisob – kitoblarning zamonaviy shakllaridan foydalanish;

- mahsulotlarni markazlashgan holda sotib olish, sotuvchi va sotib oluvchining monopolligini cheklash;

- moddiy aylanma mablag‘lardan samarali foydalanishda texnik va texnologik yangilanishni ta‘mirlash va hokazolar.

Demak, korxonada o‘z tasarrufidagi aylanma mablag‘lar samaradorligini oshirish, ya‘ni aylanma mablag‘lar aylanuvchanligini tezlashtirish uchun ana shu tavsiya etilgan yo‘nalishlardan oqilona foydalanishlari zarur.

Asosiy tayanch tushunchalar

Aylanma mablag‘lar, ishlab chiqarish sikli, ishlab chiqarish zaxiralari, ustav kapitali, shaxsiy aylanma mablag‘lar, aylanma mablag‘larni baholash, aylanma mablag‘larni qayta baholash, aylanma mablag‘lar normativi, moddiy aylanma mablag‘lar, korxonada hisob siyosati, mablag‘lar, unifikatsiya.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Korxonada aylanma mablag'larining qanday manbalar hisobidan shakllanadi?

2. Ishlab chiqarish aylanma fondlarini baholash usullari.

3. Korxonada aylanma mablag'laridan foydalanish samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar.

4. Korxonada aylanma mablag'larini tejash va samaradorligini oshirish yo'llari.

5. Korxonada aylanma mablag'larni tejashning iqtisodiy ahamiyati qanday?

6. Korxonalarda moddiy resurslarni tejash qanday yo'nalishlarda amalga oshiriladi?

VIII bob. KORXONALARNI STRATEGIK RIVOJLANISHIDA XODIMLAR VA MEHNAT MOTIVATSIYASI TIZIMI

Mazkur bobda korxonalarni strategik rivojlantirish sharoitida korxonada xodimlari mehnat motivatsiyasini tashkil etish tizimi va shakllari, mehnat samaradorligini oshirishda mehnat motivatsiyasining o'rnini, mehnat motivatsiyasini tashkil etish orqali korxonada personalini ijodiy salohiyatini yuksaltirish yo'nalishlari bilan bog'liq jarayonlarning ilmiy-nazariy asoslari tadqiq etilgan.

8.1. Xodimlari mehnatini rag'batlantirish usullarining iqtisodiy mazmuni.

8.2. Boshqaruvning motivlashtirish nazariyalarini qo'llash orqali xodimlar mehnatini rag'batlantirish usullari.

8.3. Korxonada boshqaruv samaradorligini oshirishda rag'batlantirish tizimi va unga ta'sir etuvchi motivlashtirish omillari.

8.1. Xodimlari mehnatini rag'batlantirish usullarining iqtisodiy mazmuni

Zamonaviy sharoitlarda xodimlar mehnatini rag'batlantirishni o'rganar ekanmiz boshqaruv jarayonida inson - boshqaruvning bosh subyektidir. Inson qobiliyati uning jismoniy va bilim imkoniyatlari bilan belgilanadi. Bu imkoniyatlar bilan birga mehnat sharoiti hamda ishlashga tayyorgarlik ham samaradorlikni ta'minlaydi. Ishlashga tayyorlik esa shaxsning ishga qiziqishi va undan qanoatlanishi, ehtiyojlari, mehnat natijalariga muvofiq rag'batlantirilishi bilan belgilanadi. Ishga qiziqishni tahlil etishda qiziqtirish omillari - ehtiyoj, qiziqish sabablari (motivlari) va rag'batiga alohida e'tibor qaratish lozim.

Mehnatni rag'batlantirish - muayyan, oldindan belgilab qo'yilgan natijalarga erishish imkonini beradigan jo'shqin mehnat faoliyati xodimning muhim ijtimoiy ehtiyojlarini qondirish, unda mehnatga qiziqishni shakllantirish uchun zarur shart-sharoitlarni yaratishni ko'zda

tutadi.

Mehnatga qiziqtirish va rag‘batlantirish tizimi muayyan asos — mehnat faoliyatining me‘yoriy darajasiga tayanishi kerak. Xodimning mehnat munosabatlariga jalb etilishining o‘zi uning oldindan kelishilgan, muayyan ish haqi hisobiga muayyan vazifalarni bajarishini nazarda tutadi. Bu munosabatlarda rag‘batlantirish shart emas.

Mazkur munosabatlar nazorat qilinadi, belgilangan talablar bajarilmasligi uchun jazo choralari qo‘llash bilan bog‘liq omillar kuchda bo‘ladi. Moddiy ne‘matlarni yo‘qotish bilan bog‘liq bu jazolar kelishilgan ish haqini qisman to‘lash yoki mehnat munosabatlarini bekor qilishga olib kelishi mumkin.

Xodim unga qanday talablar qo‘yilganligi, bu talablarga u qat‘iy rioya etgan taqdirda qanday ish haqi olishi, belgilangan talablarni buzgan taqdirda qanday jazolanishini bilishi shart. Intizom hamisha majbur etish xususiyatlariga ega bo‘ladi va o‘zini tutish imkoniyatlarini muayyan doirada cheklaydi.

Biroq nazorat qilinadigan va qiziqtiriladigan faoliyatlar o‘rtasidagi farq juda shartli va o‘zgaruvchidir. Jumladan, mehnatga qiziqishi kuchli xodim intizomli, talablarni sidqidildan bajaruvchan va bu narsalarga o‘zining axloqiy me‘yorlari sifatida munosabatda bo‘ladi.

Korxonaga maqsadiga erishish - ishlab chiqarishda yuqori samaradorlikni ta‘minlash personal o‘z xizmat vazifasini sidqidildan, tashabbuskorlik ko‘rsatib bajarishiga bog‘liq. Buning uchun xodimlarni o‘z ishlariga chinakamiga qiziqtirish kerak. Qiziqtirish (motiv) - “motiv” fransuzcha atama hisoblanib, lotincha “moveo” (“harakat qildiraman”) so‘zidan olingan. Bu insonni muayyan faoliyatga undovchi ichki va tashqi harakatlantiruvchi kuchlardir. Qiziqish insonga uning ehtiyojlarini qondirish uchun nima qilish va buni qanday qilish kerakligini belgilaydi.

Rag‘bat- insonga uning mehnat faoliyati natijalarini munosib ko‘rish sifatida taklif etiladi. “Rag‘bat – bu tashkilot maqsadlariga erishishning umumiy rejasiga binoan korxonaga xodimlarida ularga topshirilgan vazifalarga muvofiq holda harakat qilishga intilish yaratishdir”²⁷.

Rag‘bat- insonga uning mehnat faoliyati natijalarini munosib baholash sifatida taklif etiladi. Inson ko‘pgina rag‘batlarni ularning mohiyatini anglab yetmasdan, ya‘ni beixtiyor qabul qiladi. Turli insonlarda rag‘batlarga munosabat bir xil emas.

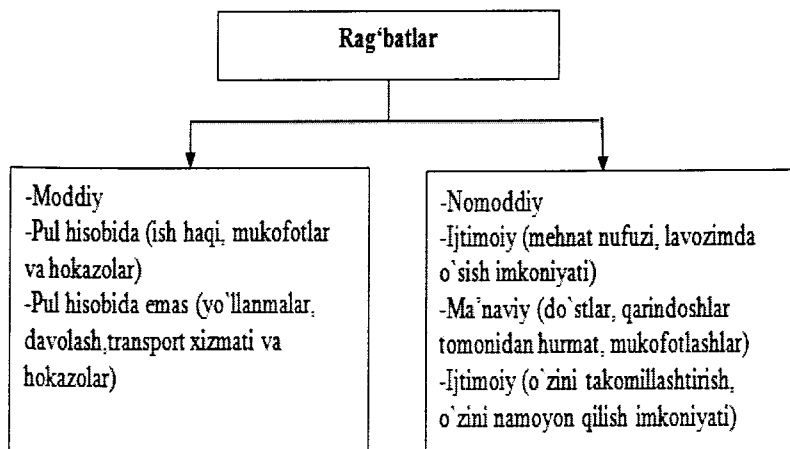
Ko‘pgina tadqiqotlarda rag‘batlar faoliyat uchun tashqi da‘vat, qiziqish sabablari esa ichki da‘vat deb ta‘riflanadi. Shunday ekan rag‘bat

²⁷ Ильин Е. П. Мотивация и мотивация. Учебное пособие –Спб: Питер, 2011. 56 стр.

va qiziqish sabablarini, eng avvalo, ularning insonni faoliyat ko'rsatishiga undashi birlashtirib turadi. Biroq agar rag'bat manfaat orqali faoliyat ko'rsatishga undasa, qiziqish asosida esa ham manfaat (mukofotlash, lavozimda ko'tarilish), ham shaxsiy sabab (burch, qo'rqish, mas'uliyat hissi va hokazolar) yotadi. Shuning uchun qiziqish sabablari (motiv) rag'batga nisbatan kengroq ma'noga ega.

Mehnatni rag'batlantirish tizimi boshqaruvning ma'muriy-huquqiy uslubidan kelib chiqadigan bo'lsa, bu uslub o'zini egallamaydi. Mehnatni rag'batlantirish boshqaruv organlari o'zlari haq to'layotgan ish darajasiga erishib, uni shu me'yorda ushlab tura olsalargina, samarali bo'ladi. Rag'batlantirishning maqsadi insonni mehnat qilishga undab qolmasdan, balki uni mehnat munosabatlarida belgilab qo'yilganidan samaraliroq mehnat qilishga undashdir.

O'z navbatida, rag'batlar moddiy va nomoddiy bo'ladi. Mehnatni rag'batlantirish murakkab jarayon hisoblanadi. Bu ishni tashkil etish uchun muayyan talablar qo'yiladi. Ular asosan quyidagilardan iborat:



8.1-rasm. Rag'bat turlari²⁸

Rag'batlantirish chora-tadbirlari muayyan shaxslar ehtiyojlarini hisobga olgan holda ishlab chiqilishi darkor. Xodimning ishga qiziqishini tegishli rag'batlantirish usuli orqali o'zgartirish mumkin. Rahbarlar uchun bu rag'batlantirishlar bir xil shaklda emas, balki xodim-

²⁸ Р.Пип. Мотивация и мотивация. Учебное пособие. -Спб: Питер, 2011.56, стр.

larning shaxsiy ehtiyojlariga muvofiq ishlatilishi kerak, degan ma'noni anglatadi. Mehnatni rag'batlantirish - oldindan belgilab qo'yilgan natijalarga erishish imkonini beradigan jo'shqin mehnat faoliyati xodimning muhim ijtimoiy ehtiyojlarini qondirish, unda mehnatga qiziqish (motiv)ni shakllantirish uchun zarur shart-sharoitlarni yaratishni ko'zda tutadi. Mehnatga qiziqtirish va rag'batlantirish tizimi muayyan asos — mehnat faoliyatining me'yoriy darajasiga tayanishi kerak. Xodimning mehnat munosabatlariga jalb etilishining o'zi uning oldindan kelishilgan, muayyan ish haqi hisobiga muayyan vazifalarni bajarishini nazarda tutadi. Bu munosabatlarda rag'batlantirish shart emas.

Mehnatni rag'batlantirish tizimi boshqaruvning ma'muriy-huquqiy uslubidan kelib chiqadigan bo'lsa, bu uslub o'rmini egallamaydi. Mehnatni rag'batlantirish boshqaruv organlari o'zlari haq to'layotgan ish darajasiga erishib, uni shu me'yorda ushlab tura olsalargina, samarali bo'ladi. Rag'batlantirishning maqsadi - insonni mehnat qilishga undab qolmasdan, balki uni mehnat munosabatlarida belgilab qo'yilganidan samaraliroq mehnat qilishga undashdir.

Mehnatni rag'batlantirishning bir necha funksiyalari mavjud:

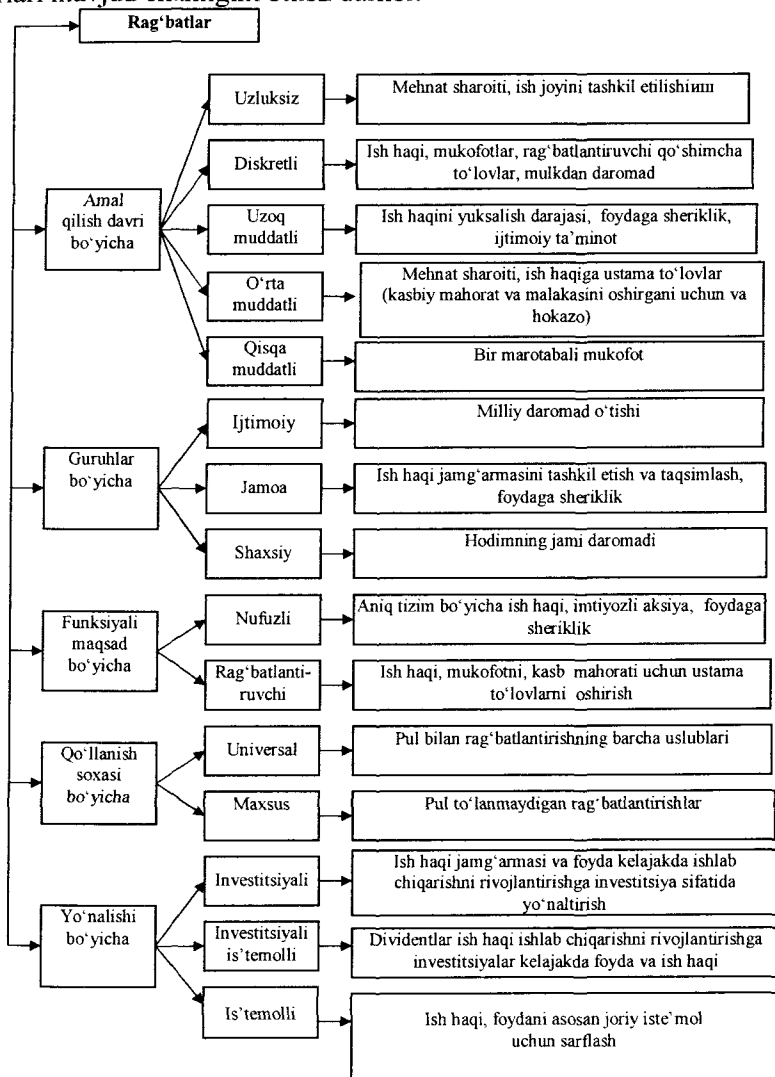
-Iqisodiy funksiya. U, eng avvalo, mehnatni rag'batlantirish, ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga ko'maklashishda namoyon bo'ladi. Bu mehnat unumdorligining oshishi va mahsulot sifatining yaxshilanishida o'z ifodasini topadi.

-Axloqiy funksiya. U mehnatni rag'batlantirish, faol hayotiy pozitsiyani, jamiyatda sog'lom axloqiy-ijtimoiy muhitni shakllantiradi. Bunda rag'batlantirish tizimini an'analar va tarixiy tajribani hisobga olgan holda shakllantirish katta ahamiyatga ega.

-Ijtimoiy funksiya. U jamiyatning ijtimoiy tizimini daromadlarning turli darajasini hisobga olgan holda shakllantirish bilan ta'minlanadi. Ushbu daromadlar esa rag'batlantirish omillarining turli insonlarga ta'siriga ko'p jihatdan bog'liqdir. Umuman olganda ehtiyojlarni shakllantirish pirovard darajada shaxsni rivojlantirish, jamiyatda mehnatni tashkil etish va rag'batlantirishga bog'liqligi yaxshi ma'lum.

Qiziqtirish tarkibini tushunish menejerlarga xodimlarning qaysi birlarini maqsadga erishish uchun o'z-o'zlarini qiziqтира olishlari, qaysilari uchun esa tashqi ta'sir talab qilinishini farqlay olishlariga imkon beradi. Amalda ichki - introvert va tashqi - ekstrovert qiziqtirishlar o'rtasida aniq chegara bo'lmaydi. Ba'zi hollarda ichki, boshqa hollarda tashqi, yana bir vaziyatda har ikki tur qiziqtirishga duch kelinadi.

Faqat personalga samarali rahbarlik qilish uchun qiziqtirishning ushbu turlari mavjud ekanligini bilish darkor.



8.2-rasm. Rag'batlarni sinflashuvi²⁹

²⁹ Ильин П. Мотивация и мотивация Учебное пособие, -СПб: Питер, 2011. 56 стр.

Qiziqtirish (motiv) sabablari darajasiga ko'ra ko'p yoki kam bo'lib, shaxsiy qiziqtirish va guruhiy qiziqtirishga bo'linadi.

Shaxsiy qiziqtirish quyidagilar: o'zini namoyon etish maqsadi, mavqei, nufuz, g'urur, aloqa qilishga, o'zaro tenglik asosida munosabat o'rnatishga intilish, harqarorlikka intilish, tavakkalchilikdan himoyalaniish kabilar ikkilamchi ehtiyojlar tarkibiga kiradi.

Fiziologik ehtiyojlar: suvga tashnallik, ochlik, nafas olish kiyim-kechak va h.k.birlamchi ehtiyojlar tarkibiga kiradi.

Guruhiy qiziqtirish quyidagilar: jamoa uchun faxrlanish, guruhiy takabburlik, javobgarlik ruhi, raqobatda g'alabaga erishishga intilish, guruhiy muhit, guruhiy nafrat, guruhiy qiziqishlar, yetakchilarga ergashish hamfikrlik, jamoaning tashkil etilishi manfaatlarning mosligi, bosim, ikkilamchi guruhlar va hokazolar.

Shaxsiy qiziqishlar inson bajarishi kerak bo'lgan ishga to'la-to'kis mos bo'lishi maqsadga muvofiqdir. Jumladan, insonni samarali mehnat qilishga quyidagi asosiy qiziqishlar undaydi: kasbga qiziqish, iloji boricha ko'proq moddiy rag'bat olishga intilish, xodim bajarayotgan ishining uni bu ish moddiy jihatdan uncha qiziqirmasa ham muhimligi va zarurligini anglab yetishi. Shaxs uchun biror narsa yetishmasa, u shu ehtiyojni qondirishga qaratilgan aniq maqsadli harakatlar qiladi. Shuning uchun ehtiyojlar insonni faollashtiruvchi manba vazifasini o'taydi. Hozirgi davrda insonning mehnat faoliyati bilan shug'ullanishga qiziqishi sabablari ancha murakkab, odatda ularni tushunib yetish qiyin, demakki bu qiziqishga ta'sir o'tkazish ham oson emas.

Mehnatga qiziqtirish va rag'batlantirish tizimi muayyan asos - mehnat faoliyatining me'yoriy darajasiga tayanishi kerak. Xodimning mehnat munosabatlariga jalb etilishining o'zi uning oldindan kelishilgan, muayyan ish haqi hisobiga muayyan vazifalarni bajarishini nazarda tutadi. Bu munosabatlarda rag'batlantirish shart emas.

Ish joyida o'zini tutish natijalari ko'nikma va qobiliyat qiziqtirilishiga bog'liqdir. Ya'ni ko'zlangan natijaga yuksak qiziqtirish va uncha katta bo'lmagan ko'nikma hamda qobiliyat yoki uncha katta bo'lmagan qiziqtirish va katta qobiliyat hamda ko'mikma orqali erishish mumkin. Qiziqtirish yuqori darajada bo'lib, qobiliyat va ko'nikmalar past darajada bo'lsa xodimlarning maxsus uquvini tashkil etmasdan ishga qiziqtirishni yanada kuchaytirishga intilmaslik kerak. Yuksak qobiliyat va ko'nikma hamda qiziqish darajasi past holda zarur rag'bat-

lantirish omillarini izlab topish talab etiladi. Bunda ishga qiziqtirish maqsadlarini oldindan e'lon qilish darkor.

8.1-jadval³⁰

Korxonada (tashkilotda) rag'batlantirish tarkibi

t/r	Rag'batlantirish		Asosiy mazmuni va manbalari	
	Turlari	Shakli		
	1	2	3	
1.	Moddiy pulli	Ish haqi	Xodimning ish haqi, shu jumladan, asosiy (ishbay, vaqtbay, oklad) ish haqi va qo'shimcha to'lovlar.	
2.		Mukofotlar	Korxonada foydasi hisobidan to'lovlar (mukofotlar, qo'shimcha mukofotlar). Chet ellarda bu bonus shaklda bo'ladi: yillik, yarim yillik, yangi yil munosabati bilan.	
3.		Aksiyadorlik kapitalida ishtirok	Korxonada (tashkilot) aksiyalarini sotib olish va ularga dividend olish, aksiyalarni imtoyozli narxlarda hamda bepul olish.	
4.		Foydaga sheriklik	Foyda ulushi belgilanib, undan mukofot jamg'armasi tashkil etiladi.	
5.		Qo'shimcha to'lov rejalari	Bu rejalar aksariyat hollarda mahsulotlarni realizatsiya qiluvchi korxonada bo'limlariga mo'ljallangan hamda mahsulot sotish uchun yangi bozorlar topish, sotuv hajmini ko'paytirishni rag'batlantirishga qaratilgan.	
6.	Nomoddiy	Bo'sh vaqt ajratish orqali rag'batlantirish	Ish bilan bandlik bo'yicha vaqtni mukofotlashtirish: 1) Xodimning faol va ijodiy mehnati uchun unga qo'shimcha dam olish kunlari, ta'til berish, xodimga mehnat ta'tili vaqtini tanlash huquqini berish va hokazolar; 2) Ish grafiginu egiluvchan tarzda tashkil etish hisobiga; 3) Mehnat unumdorligi hisobiga ishchi kuchi miqdorini qisqartirish.	
7.		Tashkiliy rag'batlantirish	Xodimning faoliyatini uning mehnatidan qoniqish hosil qilish his-tuyg'usini o'zgartirish asosida boshqaradi. Bu xodimning mehnat faoliyatini tashkil etish jarayonida ijodiy yondashuvni: boshqaruvda ishtirok etish imkoniyatini, xizmat lavozimida siljishni; ijodiy safarlarni ko'zda tutadi.	
8.		Ma'naviy rag'batlantirish	Xodim faoliyatini ijtimoiy e'tirof qilish asosida boshqariladigan rag'batlantirish	Yoriqlar, nishonlar, belgilar taqdim etish
9.		Transport xarajatlarini qoplash yoki o'z transporti bilan xizmat ko'rsatish	Mablag' ajratish: 1. Transport xarajatlarini qoplash uchun. 2. Transport xarid qilish uchun. a) To'la xizmat ko'rsatish uchun (transport haydovchisi bilan); b) Tez-tez sarf qiladigan xodimlar, rahbarlarga, qisman xizmat ko'rsatish.	

³⁰ Л.У. Стаут Управление персоналом. Настольная книга менеджера. Стаут Л.У., пер. с англ. - М.: ООО «Издательство «Добрая книга», 2011. - 336 стр.

	1	2	3
10.		Omonat jamg'armalari	Korxonada xodimlari uchun tijoret banklarida belgilangan foizdan kam miqdorda bo'lmagan omonat jamg'armalari tashkil etish. Mablag'larni jamg'arishning imtiyozli tartiblari.
11.		Ovqatlanishni tashkil etish	Mablag' ajratish: 1. Korxonada ovqatlanish uchun. 2. Ovqatlanish uchun to'lovlar.
12.		Korxonada mahsulotini imtiyozli narxlarda sotish	Ushbu tovarlarini chegirma bilan sotish uchun mablag' ajratish
13.		Stipendiya dasturlari	Chetda ta'lim olish uchun mablag' ajratish (ta'lim olish uchun sarf-xarajatlarini qoplash).
14.		Korxonaning o'qitish dasturlari	O'qitishni (qayta o'qitishni) tashkil etish uchun xarajatlarni qoplash.
15.		Tibbiy xizmat ko'rsatish dasturlari	Tibbiy xizmat ko'rsatishni tashkil etish yoki tibbiyot muassasalari bilan personalga xizmat ko'rsatish to'g'risidagi shartnoma tuzish. Shu maqsadlarga mablag' ajratish.
16.		Maslahat xizmatlari	Maslahat xizmatini tashkil etish yoki shunday xizmatlar bilan personalga maslahat xizmatini ko'rsatish haqidagi shartnoma tuzish.
17.		Uy-joy qurilishi dasturlari	Xodimlarga o'zlariga uchun uy qurishga mablag' ajratish.
18.		Bolalarni tarbiyalash va o'qitish bilan bog'liq dasturlar	Korxonada personalni farzandlarining maktabgacha tarbiyasi, maktab, kollej, litsey va oliy o'quv yurtlarida o'qitishni tashkil etish uchun mablag', imtiyozli stipendiyalar ajratish.
19.		Egiluvchan ijtimoiy to'lovlar	Korxonada zarur imtiyozlar va xizmatlar uchun muayyan mablag'lar ajratadi. Xodim ajratilgan ushbu mablag' doirasida o'zi uchun zarur imtiyoz va xizmatlarni tanlab olish huquqiga ega bo'ladi.
20.	Moddiy	Hayotni sug'urta qilish	Korxonada mablag'lari hisobiga: Xodim hayotini sug'urta qish hamda imtiyozli ravishda xodim oila a'zolari bayotini sug'urta qilish. Xodim daromadi hisobidan ushlab qolinadigan mablag' hisobiga: Baxtsiz hodisa uchun xodimning yillik daromadi darajasida; inson halok bo'lishiga olib kelgan baxtsiz hodisa uchun ushbu to'lov ikki karra ko'paytiriladi.
21.		Vaqtinchalik mehnat qobiliyati yo'qotilganligi uchun to'lovlar	Nogironligi uchun qo'shimcha mablag' ajratish, bir martal yordam ko'rsatish.
22.		Tibbiy sug'urta	Xodimlar ham, ular oila a'zolari ham tibbiy sug'urta qilinadi.

Yaqin-yaqingacha ba'zi korxonalarda mehnat samaradorligi xodimlarni tanlash, joy-joyiga qo'yish va ularni o'qitishga bog'liq, deb hisoblab kelinardi. Va hozir ham shunday deb o'ylanmoqda. Holbuki, yuksak samara bilan faoliyat ko'rsatayotgan kompaniya va firmalarning tajribasi samaradorlikka erishishda ishga qiziqtirishning ahamiyati yuqori ekanligidan dalolat beradi. Bu quyidagicha hisoblab chiqilishi mumkin:

Samara = qobiliyat (bilim va tajriba) x ishga qiziqtirish

Inson qobiliyati uning jismoniy va bilim imkoniyatlari bilan belgilanadi. Bu imkoniyatlar bilan birga mehnat sharoiti hamda ishlashga tayyorgarlik ham samaradorlikni ta'minlaydi. Ishlashga tayyorlik esa shaxsning ishga qiziqishi va undan qanoatlanishi, ehtiyojlari, mehnat natijalariga muvofiq rag'batlantirilishi bilan belgilanadi.

Ishga qiziqishni tahlil etishda qiziqtirish omillari - ehtiyoj, qiziqish sabablari (motivlari) va rag'batiga alohida e'tibor qaratish lozim.

Shaxs uchun biror narsa yetishmasa, u shu ehtiyojni qondirishga qaratilgan aniq maqsadli harakatlar qiladi. Shuning uchun ehtiyojlar insonni faollashtiruvchi manba vazifasini o'taydi. Ehtiyojlarni faqat maqsadga erishish orqali qondirish mumkin.

Bunda birlamchi va ikkilamchi ehtiyojlar farqlanadi. Birlamchi ehtiyojlar fiziologik tabiatga ega. Bu ovqatlanish, tashnalikni qondirish, uxlash va hokazo tug'ma ehtiyojlardir. Ikkilamchi ehtiyojlar psixologik xarakterga ega va tajriba orqali anglanadi. Bu muvaffaqiyatga erishish, hurmatga sazovor bo'lish, rahbarlik qilish, biror narsaga o'zini dahldor deb his etish ehtiyojlaridir. Insonlar orttiradigan tajriba turlicha bo'lishi sababli ularning ikkilamchi ehtiyojlari bir-birlarinikidan ko'proq darajada farqlanadi.

Ko'pgina tadqiqotlarda rag'batlar faoliyat uchun tashqi da'vat, qiziqish sabablari esa ichki da'vat deb ta'riflanadi. Shunday ekan rag'bat va qiziqish sabablarini, eng avvalo, ularning insonni faolliyat ko'rsatishiga undashi birlashtirib turadi. Biroq agar rag'bat manfaat (moddiy, ma'naviy, guruhiy, shaxsiy) orqali faoliyat ko'rsatishga undasa, qiziqish asosida esa ham manfaat (mukofotlash, lavozimda ko'tarilish), ham shaxsiy sabab (burch, qo'rqish, mas'uliyat hissi va hokazolar) yotadi. Shuning uchun qiziqish sabablari (motiv) rag'batga nisbatan kengroq ma'noga ega.

Rag‘batlantirish chora-tadbirlari muayyan shaxslar ehtiyojarini hisobga olgan holda ishlab chiqilishi darkor. Xodimning ishga qiziqishini tegishli rag‘batlantirish usuli orqali o‘zgartirish mumkin. Rahbarlar uchun bu rag‘batlantirishlar bir xil shaklda emas, balki xodimlarning shaxsiy ehtiyojariga muvofiq ishlatilishi kerak, degan ma‘noni anglatadi.

Inson oldida turgan vaziyatga duch kelar ekan uni hal etish uchun o‘zini-o‘zi qiziqtirishi mumkin. Bu insonning o‘zida uning irodasi bilan paydo bo‘ladi. Ana shu qiziqish muvaffaqiyatga erishishga, ishni oxiriga yetkazishga, bilimni egallashga, manfaatga intilish va hokazolar bo‘lishi mumkin. Shu bilan birga qiziqishni tashqi muhit, jumladan bevosita rahbar rag‘batlar orqali uyg‘otishi mumkin. Xodimni rag‘batlar orqali vazifani hal etishga undash ekstravert qiziqtirish, deb nomlanadi. Korxonada ishga qiziqtirish jarayonlari, masalan mukofotlash, ijtimoiy e‘tirof etish va hokazolar qiziqtirishning xuddi shu turiga taalluqlidir.

Maqsadlarni oddiy ijrochilar uchun tushunarli holda yetkazish, bu xodimlarda ushbu maqsadlarga erishishda o‘zlarining rolini anglab yetishlari, o‘z kuch-g‘ayratlarini iqtisodiy va texnik vazifasini bajarishga yo‘naltirish, topshiriq bilan maqsad o‘rtasidagi bog‘liqlikni anglab yetishdan iborat personalning o‘z-o‘zini qiziqtirishlarini ta‘minlash yuqori bo‘g‘in rahbariyatining birinchi darajali vazifasi, deb hisoblanadi.

Qiziqish tarkibini tushunish menejerlarga xodimlarning qaysi birlarini maqsadga erishish uchun o‘z-o‘zlarini qiziqtirish olishlari, qaysilari uchun esa tashqi ta‘sir talab qilinishini farqlay olishlariga imkon beradi. Amalda ichki - introvert va tashqi - ekstrovert qiziqtirishlar o‘rtasida aniq chegara bo‘lmaydi. Ba‘zi hollarda ichki, boshqa hollarda tashqi, yana bir vaziyatda har ikki tur qiziqtirishga duch kelinadi. Faqat personalga samarali rahbarlik qilish uchun qiziqtirishning ushbu turlari mavjud ekanligini bilish darkor.

Mazkur munosabatlar nazorat qilinadi, belgilangan talablar bajarilmasligi uchun jazo choralari qo‘llash bilan bog‘liq omillar kuchda bo‘ladi. Moddiy ne‘matlarni yo‘qotish bilan bog‘liq bu jazolar kelishilgan ish haqini qisman to‘lash yoki mehnat munosabatlarini bekor qilishga olib kelishi mumkin.

Xodim unga qanday talablar qo‘yilganligi, bu talablarga u qat‘iy rioya etgan taqdirda qanday ish haqi olishi, belgilangan talablarni buzgan taqdirda qanday jazolanishini bilishi shart. Intizom hamisha majbur etish xususiyatlariga ega bo‘ladi va o‘zini tutish imkoniyatlarini muayyan doirada cheklaydi. Biroq nazorat qilinadigan va qiziqtirila-

digan faoliyatlar o'rtasidagi farq juda shartli va o'zgaruvchandir. Jumladan, mehnatga qiziqishi kuchli xodim intizomli, talablarni sidqidildan bajaruvchan va bu narsalarga o'zining axloqiy me'yorlari sifatida munosabatda bo'ladi.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak mehnatni rag'batlantirish tizimi boshqaruvning ma'muriy-huquqiy uslubidan kelib chiqadigan bo'lsa, bu uslub o'rnini egallamaydi. Mehnatni rag'batlantirish boshqaruv organlari o'zlari haq to'layotgan ish darajasiga erishib, uni shu me'yorda ushlab tura olsalargina samarali bo'ladi. Rag'batlantirishning maqsadi insonni mehnat qilishga undab qolmasdan, balki uni mehnat munosabatlarida belgilab qo'yilganidan samaraliroq mehnat qilishga undashdir

8.2. Boshqaruvning motivlashtirish nazariyalarini qo'llash orqali xodimlar mehnatini rag'batlantirish usullari

Motivatsiya insonni maqsadga erishish uchun faoliyatga undash jarayonidir. Motivatsiyaning inson o'zini tutishiga ta'siri ko'plab omillarga bog'liq, u individual holat va motivlar ta'sirida hamda inson bilan teskari aloqa ta'sirida o'zgarishi mumkin. Motiv insonning ma'lum bir harakatlarga undaydigan, uning ichki va tashqi harakatlantiruvchi kuchlaridir. Bugungi kunda juda ko'p mashhur olimlar tomonidan yaratilgan motivlashtirish nazariyalari mavjud. Korxonada boshqaruvchilari bu nazariyalardan foydalanib xodimlar mehnatini rag'batlantirish va natijada korxonani boshqaruv samaradorligini oshirish mumkin. Masalan S. Bernard nazariyasi. Ushbu nazariyaga muvofiq:

1. Korxonada mehnat jamoasi a'zolari bo'lgan shaxslar o'zaro birlariga bog'liq holda faoliyat ko'rsatadigan tizimni tashkil etadi.

2. Korxonada o'z mehnat jamoasi a'zolariga rag'batlantirish orqali ta'sir ko'rsatadi, ana shu rag'batlantirish hisobiga xodimlar korxonada maqsadlariga erishish uchun o'zlaridan talab qilinadigan mehnat ulushini qo'shadilar.

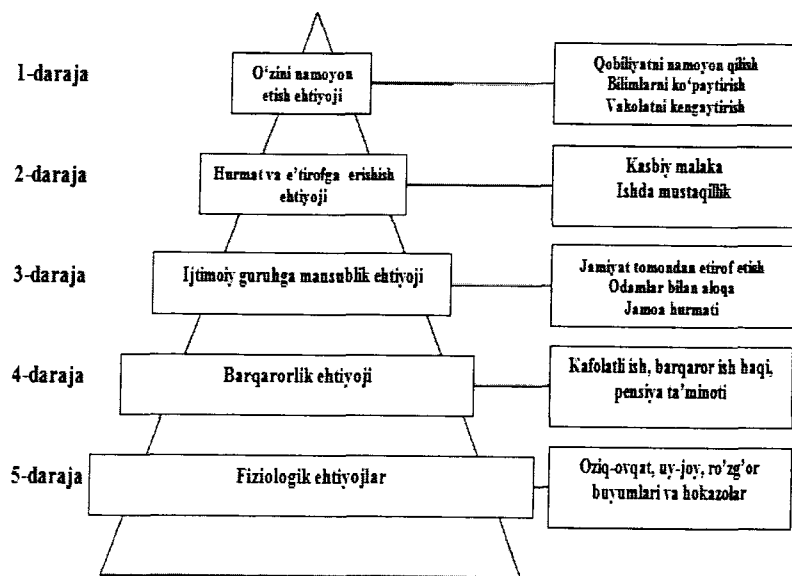
3. Xodimlarni rag'batlantirish ularning korxonaga qo'shayotgan hissalariga mos kelsa yoki bu hissadan ortiq bo'lsagina ularning mehnat samaradorligi yuqori bo'ladi.

Mashhur psixolog A. Maslou nazariyasi qiziqtirishning eng mashhur nazariyasi hisoblanadi. Bu nazariyaga binoan insonlar hamisha qandaydir narsaga ehtiyoj sezadilar. Ehtiyojlar birlamchi va ikkilamchi, besh darajali bo'ladi. Bu ehtiyoj darajalari ustuvorligi bo'yicha bosqichma-

bosqich joylashadi. Ehtiyojlar qondirilmagan bo'lsa insonni faoliyatga undaydi. Qondirilgan ehtiyojlar insonlarda qiziqishni so'ndiradi. Birorta ehtiyoj qondirilgan bo'lsa, uning o'rnini boshqa ehtiyoj egallaydi. Odatda inson birdaniga bir necha narsaga ehtiyoj sezadi. Piramidaning pastki qismidagi ehtiyoj birinchi navbatda qondirilishi talab etiladi. Quyi darajadagi ehtiyojlar qondirilgandan so'ng yuqori darajadagi ehtiyojlar insonga kuchliroq ta'sir ko'rsata boshlaydi.

Birinchi o'rindagi ehtiyojlar - bu bazis ehtiyojlar, ya'ni, yashashni ta'minlash uchun zarur bo'lgan ehtiyojlar. A.Maslouning fikricha, inson eng avvalo ana shu bazis ehtiyojlarini qondirish uchun ishlaydi. Bazis ehtiyojlar, ya'ni oziq-ovqatga, kiyim-kechakka, uy-joyga, uyquga bo'lgan ehtiyoj qondirilgan, boshqa darajadagi ehtiyojlar ham asta-sekin ahamiyat kasb etib boradi.

Masalan, xavfsizlikka, ya'ni tinchlik, tartib, himoyaga bo'lgan ehtiyoj ham birlamchi bosqichdagi ehtiyojning yangi darajasidagi zaruriyatdir. Biron ijtimoiy guruhda bo'lish, boshqa kishilar bilan aloqaga kirishish ehtiyoji iyerarxiyaning uchinchi bo'g'iniga kiradi. Bu guruhdagi ehtiyojlarni sotsial ehtiyojlar deb ham yuritiladi.



8.3-rasm. A. Maslou bo'yicha ehtiyoj darajalari piramidasi³¹

³¹ Мельникова М.Н. Мотивационный менеджмент. Учебное пособие. Хабаровск, 2013.425с

Hurmatga bo'lgan ehtiyoj ehtiyojlar piramidasining to'rtinchi bo'g'inini tashkil qiladi. Bu ehtiyojlar kishining boshqalar tomonidan tan olinishiga bo'lgan ehtiyoj, ya'ni mavqe, nufuz, shon-shuhrat, muvaffaqiyat, diqqat-e'tibor. O'zligini isbotlash ehtiyoji, ya'ni Maslou iyerarxiyasidagi eng yuqori daraja yashirin imkoniyatlarning haqiqatga aylanishi, nimaga erishish mumkin bo'lsa shunga erishish. Bu ehtiyojlar shaxsning o'sishida o'z aksini topadi.

Yuqori darajadagi ehtiyojlarni quyi darajadagi ehtiyojlarga qaraganda ko'proq vositalar orqali qondirish mumkin.

A.Maslou, odamlar- bu qonmagan ehtiyojlarini qondirishga intiluvchi "ochko'z maxluq" lardir, degan edi.

Birlamchi ehtiyojlar qondirilgach boshqa zaruriyatlar kishilarni yuqori darajadagi ehtiyojlarga qarab harakat qilishga majbur qiladi. Xo'sh, bu ehtiyojlarni qondirish uchun rahbar qanday usul va yondoshuvlarni qo'llashi kerak. Shularning ayrimlarini quyidagi jadvalda keltiramiz.

8.2-jadval

Yuqori darajadagi ehtiyojlarni qondirish usullari³²

Sotsial ehtiyojlar	<ul style="list-style-type: none"> - xodimlarga shunday ish beringki, ular bir-biri bilan aloqada bo'lish imkoni bo'lsin - ish joylarida birdamlik ruhi, mushtaraklik tuyg'usini yarating - bo'ysinuvchilar bilan davriy kengashlarni o'tkazib turing. - noformal guruhlarni "tinchitish"ga harkat qilmang, agar u korxonaga mavqeiga putur yetkazmasa - xodimlarga korxonaga doirasidan tashqariga ham sotsial faollik qilishga imkon bering
Hurmatga bo'lgan ehtiyoj	<ul style="list-style-type: none"> - bo'ysinuvchilarga mazmunliroq ishni taklif qiling - xodimlarning erishgan yutuqlari bilan aks aloqani ta'minlang - xodimlar yutuqlarini yuqori baholang va rag'batlantirib - xodimlarni maqsadni aniqlashga va qaror qabul qilishga taklif qiling - bo'ysinuvchilarga vakolat va huquq bering. - bo'ysinuvchilarni amal pilla poyalari sari ko'taring.
O'zligini isbotlashga bo'lgan ehtiyojlar	<ul style="list-style-type: none"> - bo'ysinuvchilarning o'z imkoniyatlaridan to'liq foydalanishi uchun ularning o'qishiga sharoit yaratib bering - bo'ysinuvchilarga murakkab va muhim ish bering, toki ular butun vujudini berib ishlasin.

³² Мельникова М.Н. Мотивационный менеджмент. Учебное пособие, Хабаровск, 2013.445с

D.Mak-Klelland nazariyasida insonning uch ehtiyojiga asoslangan: Maqsadga erishish ehtiyoji. Bu insonning o'z oldida turgan maqsadga avvaldagiga qaraganda samaraliroq erishishga intilishini anglatadi. Sheriklik ehtiyoji insonning atrofdagilar bilan do'stona munosabatda bo'lishga intilishida namoyon bo'ladi. Hokimiyatga ehtiyoj insonlarning jamoaga rahbarlik qilish, resurslarni taqsimlash va hukmronlik qilishning boshqa vositalariga intilishlarida seziladi. Yuqoridagi nazariyaning asosiy mohiyati quyidagichadir: D.MakKlelland-ning ehtiyojlar nazariyasida ko'rsatilgan hokimiyatga ehtiyoj boshqa insonlarga ta'sir ko'rsatish xohishi sifatida namoyon bo'ladi. Shu ma'noda boshqaruv hokimiyatidan foydalanish, bunday ehtiyoj sezayotgan insonlarning o'z maqsadlarini amalga oshirish imkoniyatlari bilan jalb etadi. Bu toifa insonlar shijoatli, irodali, qat'iyatli shaxslar bo'lib, ular o'z nuqtayi nazarlarini qattiq turib himoya qiladilar, o'zgacha fikrlarga qarshilik ko'rsatadilar. Ular ko'p hollarda yaxshi notiq bo'lib, boshqalarni o'ziga jalb eta oladilar. Maqsadga erishish ehtiyoji esa ko'zlangan, rejalangan narsaga erishish jarayoni orqali qondiriladi. Ya'ni bunga ehtiyoj sezuvchilar faqat muayyan lavozimni egallash (bu ko'p hollarda ro'y bersa ham) bilan qanoatlanib qola olmaydilar. Ana shunday shaxslar tavakkalchilikni ehtiyotkorlik bilan qiladilar. Ular muammoni hal qilish mas'uliyatini o'z zimmasiga olishdan cho'chimaydilar. Ayni vaqtda bu insonlar erishgan natijalari uchun aniq rag'batlantirishni xohlaydilar. Ular ishda tashabbuskorlar. Bu shaxslar erishilgan natijalariga qarab muntazam taqdirlanib turilishlari kerak. Sheriklik ehtiyoji hamkasblar, jamoa a'zolari bilan do'stona munosabatlar o'rnatishda, boshqalarga yordam ko'rsatishni yoqtirishda namoyon bo'ladi. Bu toifa kishilar doimiy muloqotda bo'lish imkoniyatini beradigan ishlarni xush ko'radilar. Rahbarlar bunday shaxslarga ko'proq e'tibor qaratishlari, jamoada do'stona munosabat o'rnatish, o'zaro fikr almashib turish uchun ularni tez-tez birga yig'ib turishlari lozim.

F. Gertsbergning ishdan qanoat hosil qilishning ikki omillik nazariyasi jadvalda keltirilgan. Ushbu nazariya qiziqtirishning barcha omillarini ikki guruhga ajratishni ko'zda tutadi.

Mazkur nazariyaga ko'ra mehnat sharoiti omillari inson mehnat qiladigan muhit, qiziqtiruvchi omillar esa mehnat xususiyatlari va mohiyati bilan bog'liqdir. F. Gertsberg fikricha, mehnat sharoiti omillari-

ning mavjudligi xodimlarni ishga qiziqitirmaydi. Bu omillar faqat ishdan qoniqmaslik hissini uyg'otmaslikka xizmat qiladi. Faoliyat samaradorligini oshirishga qiziqitirish uchun qiziqitiruvchi omillar mavjud bo'lishi kerak. Ushbu nazariyadan samarali foydalanish uchun mehnat sharoiti va qiziqitiruvchi omillar ro'yxatini tuzish hamda xodimlarning o'zlariga ular nimani xohlashlarini tanlab olish imkonini berish kerak.

Mehnat sharoitlari omillari		Qiziqitiruvchi omillar	
Korxonasi siyosati		Muvaffaqiyat qozonish	
Ish sharoiti		Shuhrat qozonish	
Ish haqi		Ish natijalari etirof etilishi va ma'qullanishi	
Jamoadagi o'zaro munosabat		Yuksak mas'uliyat darajasi	
Ish ustidan bevosita nazorat darajasi		Ijodiy va kasbiy rivojlanish imkoniyati	

8.4-rasm. F.Gertsberg modeli³³

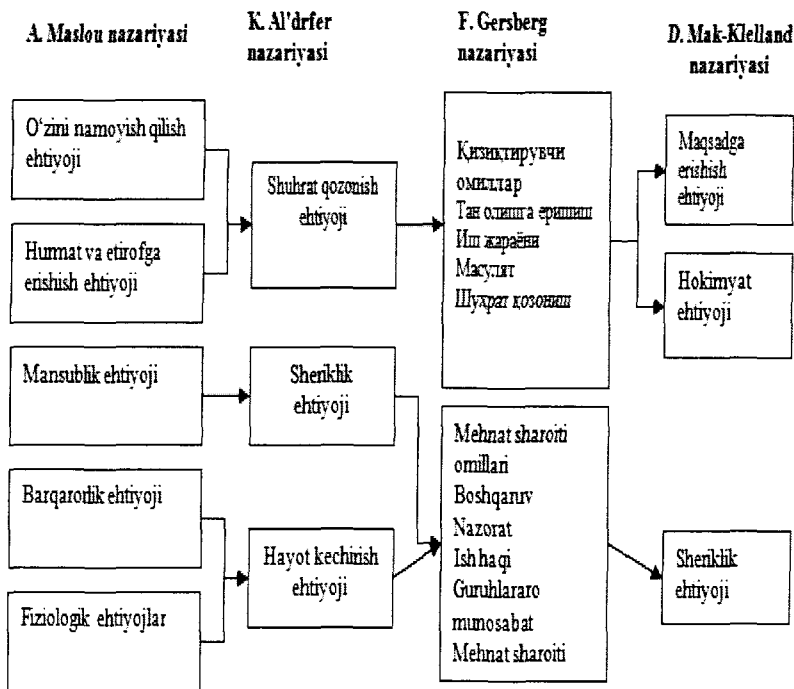
Shu bilan bir qatorda, F. Gertsberg nazariyasi kamchilliklardan xoli emasligini ham ko'rsatish lozim. Insonlarning ehtiyojlari turlicha bo'lishi sababli muayyan bir omil bir xodimda ishdan qanoatlantirish, boshqasida esa qoniqmaslik hissini uyg'otishi mumkin. Insonlarning ehtiyojlari turlicha bo'lishi sababli muayyan bir omil bir xodimda ishdan qanoatlantirish, boshqasida esa qoniqmaslik hissini uyg'otishi mumkin. Shu sababli omillarni ikki guruhga bo'lishni shartli deb qabul qilingan.

Ushbu nazariyadan samarali foydalanish uchun mehnat sharoiti va qiziqitiruvchi omillar ro'yxatini tuzish hamda xodimlarning o'zlariga ular nimani xohlashlarini tanlab olish imkonini berish kerak.

Shu bilan bir qatorda, F. Gertsberg nazariyasi kamchiliklardan xoli emasligini ham ko'rsatish lozim. Insonlarning ehtiyojlari turlicha bo'lishi sababli muayyan bir omil bir xodimda ishdan qanoatlantirish,

³³ Кибанов А. Я. Обновление персонала. Учебник. - М: ИНФРА-М, 2011 - 295 стр.

boshqasida esa qoniqmaslik hissini uyg'otishi mumkin. Insonlarning ehtiyojlari turlicha bo'lishi sababli muayyan bir omil bir xodimda ishdan qanoatlantirish, boshqasida esa qoniqmaslik hissini uyg'otishi mumkin. Shu sababli omillarni ikki guruhga bo'lishni shartli deb qabul qilish darkor. Mohiyat bo'yicha qiziqtirish nazariyalarida ehtiyojlar guruhlari va ular darajalari keltirilgan. Bu nazariyalarga muvofiq ehtiyojlar guruhlari taqqoslama nisbati bilan rasm orqali tanishish mumkin. Mohiyat bo'yicha qiziqtirish nazariyalari insonlar faoliyatini belgilovchi ehtiyojlar va ular bilan bog'liq omillarga asoslangan. Toki kishilar mehnatiga, qobiliyatiga, bilim zakovatiga yarasha taqdirlanmas ekanlar, ular unumdorlikni, intensivlikni oshirishga harakat qilmaydilar. Korxonada hamjihatlik muhiti qaror topmaydi. Bu ehtiyojlarni hech qachon to'la-to'kis qondirish imkoniyati bo'lmaydi. Shu sababli ehtiyojlarga asoslangan motivatsiya jarayoni cheksizdir.



8.5-rasm. Mohiyat bo'yicha qiziqtirish nazariyalariga muvofiq ehtiyojlarning

o'zaro bog'liqligi³⁴

Frederik Gertsbergning yana mashhur nazariyalaridan biri motivatsiya nazariyasi boisiy tozalanish (мотивационная гигиена) deb yuritilib, uning asosida qoniqish keltiruvchi mehnat ruhiy sog'lom bo'lishga ham hamkorlik ko'rsatadi degan fikr yotadi. U quyidagi ikki guruh omillarga e'tiborni qaratadi.

8.3-jadval

Ishdan qoniqish omillari³⁵

	Boisiy omillar (qoniqmaslik manbalari)		Motivatsiya (yuqori qoniqtirish manbalari)
1.	Korxonona va ma'muriyat siyosati	1.	Yutuqlarga erishish
2.	Mehnat sharoiti	2.	Xizmat pilla poyalari bo'yicha ko'tarilish
3.	Ish haqi	3.	Yuqori mas'uliyat
4.	Ishchilar bilan o'zaro manosabat	4.	Natijani tan olish va qo'llab-quvvatlash
5.	Mehnat xavfsizligi mehnat intizomini Nazorat qilish darajasi	5.	Ijodiy va xizmat doirasida o'sish imkoniyati

Birinchi guruh omillar "gigiyenik omillar" deb ataladi. Agar ish joyi iflos, qorong'i, ko'rimsiz bo'lsa bu mehnatga intilishni susaytiradi. Aksincha ish joyi toza, ergonometrik nuqtayi nazardan benuqson bo'lsa, mehnatga aniq yo'naltirilgan motivlar paydo bo'ladi. Bu yerda pul masalasi ham muhimdir. Ammo pulga inson qadr-qimmatining o'l-

³⁴ Ильин П. Мотивация и мотивация. Учебное пособие, -Спб: Питер, 2011.88 стр.

³⁵ Кибанов А.Я. Обновление персонала. Учебник. - М: ИНФРА-М, 2011 -315 стр.

chovi sifatida qarash ham xavflidir. Agar pulga intilish insonni butunlay egallab olsa, u ko'payishga moyillik tug'dirib, uni boshqalarga nisbatan buyukligini isbotlashga olib keladi. Natijada kishilardan va jamoadan ajrab qoladi. Gertsberg nazariyasi Maslou nazariyasiga zid emas, bilaks uni to'ldiradi.

Motivlashtirishda X (iks) va Y (igrik) nazariyalari ham a'lohida o'rinni tutadi. Bu nazariyalarning muallifi amerikalik ruhshunos D.Mak Gregor bo'lib, u boshqaruvchi va xodimlarning mehnatga bo'lgan munosabatini ifodalaydi.

X(iks) nazariyasi bo'yicha ishchilar ishlashni xohlamaydi, javobgarlikdan qochadi, ular tabiatan yalqov, ishyoqmas bo'ladilar. Shu bois ularni doimo turtib, majburlab, nazorat qilib, jazo bilan qo'rqitib turish kerak. Shundagina ular korxonaga uchun yaxshi ishlaydilar.

Y(igrek) nazariyasida kishilarga ishonib, qobiliyatlarini rivojlantirib, ular o'zlarining foydaliligi va muhimliklarini his qilishsa, ishdan qoniqish hosil qilishsa, shundagina korxonaga katta foyda keltirish mumkin deyiladi. Bu nazariya xodimning o'z mehnatidan qoniqish hosil qilishiga hamkorlik ko'rsatuvchi:

- xizmatlarning tan olinishi;
- xizmatdagi o'sishi;
- malakasining oshishi;
- mas'uliyatning yuqoriligi kabi omiliarni motivatsiyaga da'vat etuvchi omillar deb talqin qiladi.

Bu nazariyaga binoan boshqaruvchi ko'rsatma beribgina qolmay, har bir kishining qobiliyatini ishga yo'naltiradi. Ishning ko'zini bilgan rahbar o'z bo'ysinuvchilariga vakolatlar va qabul qilingan qarorlarni bajarishda erkinlik beradi.

Umuman rahbar oldida quyidagi ikki maqsad turishi kerak:

- motivatsiya vositalarini yaxshilash yo'li bilan bo'ysinuvchilarning norozilik darajasini pasaytirib borish;
- xodimlarning tashabbusini uyg'otadigan motivatsiyaning kuchli vositalarini qo'llab, ularning ehtiyojlarini to'laroq qondirish.

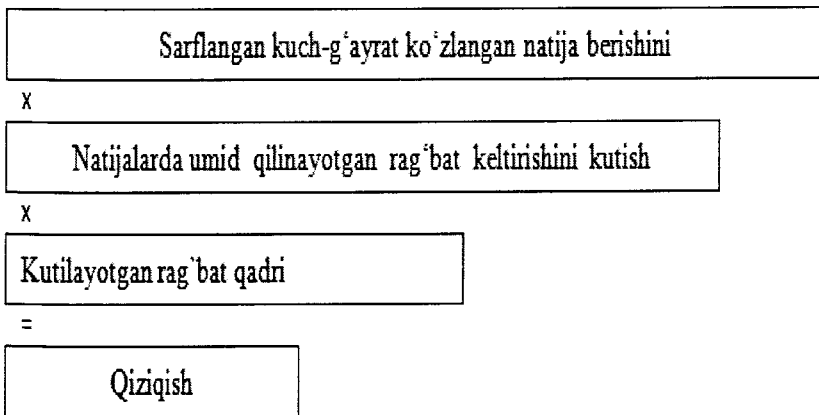
Yuqoridagi nazariyalardan tashqari motivlashtirishda jarayon nazariyalari ham bor, ular inson turli maqsadlarga erishish uchun kuchg'ayratini qanday taqsimlashi hamda faoliyat turini qanday tanlashini tahlil etadi. Jarayon nazariyalariga muvofiq insonning faoliyati faqatgina ehtiyojlar bilan belgilanmaydi. Shaxsning faoliyati shuningdek, uning umid qilishi (mazkur sharoitda) hamda tanlagan faoliyatining ehtimol tutiladigan oqibatlari bilan ham belgilanadi. Xususan, Viktor Vrumning

umid qilish nazariyasiga muvofiq, ehtiyojning mavjudligi insonni muayyan maqsadga erishishi uchun qiziqtirishning yagona zarur sharti emas. Inson, shuningdek, o'zi tanlagan faoliyat turi ehtiyojini qondirishga olib kelishiga ishonch hosil qilishi kerak.

Mazkur nazariya uchta o'zaro bog'liqlikka asoslangan: mehnat sarfi - natija (M-N), natija - rag'bat (N-R), qadrlanish (rag'batdan qoniqish hosil qilish).

M-N munosabatida umid qilish - bu sarf qilingan kuch-g'ayrat va erishilgan natija o'rtasidagi nisbatdir. N-R munosabatidagi maqbullash-tirish- bu erishilgan natijalar darajasi uchun mukofotlanishni kutishdir.

Qadrlanish - umid qilish nazariyasida qiziqtirishni belgilaydigan uchinchi omil hisoblanadi (rag'batlantirish yoki mukofotlanish qimmati). Qadrlanish muayyan rag'batlantirish munosabati bilan qanoatlanish yoki qanoatlanmashkning ehitimol tutilgan darajasidir. Aytaylik, xizmatchi bajarilgan ish uchun oyligiga ustama mukofot oldi. U esa lavozimda ko'tarilishni kutayotgan edi. Bu xilda qiziqtirish susaygan bo'ladi. V. Vrum xodimlarni ishga qiziqtirishni shakllantirish algoritmini quyidagicha belgilaydi:



8.6-rasm. V.Vrum nazariyasi³⁶.

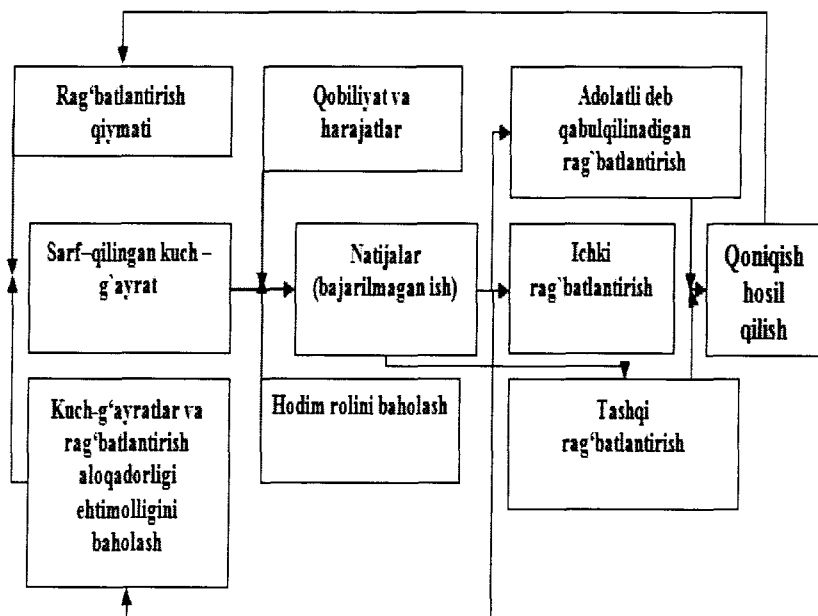
Insonlar olingan rag'bat hamda sarf-qilingan kuch-g'ayratning nisbatini subyektiv aniqlaydilar (baholaydilar) va shundan so'ng xuddi shunday ishni bajargan xodimlar olgan rag'bat bilan solishtiradilar.

³⁶ Кибанов А. Я. Обновление персонала. Учебник. - М: ИНФРА-М, 2011 - 277 стр

Xodimlarda norozilik tug'lsa, ularni rag'batlantirish lozim, agar e'tirozlar asosli bo'lsa xatoni to'g'rilash lozim.

Insonlarning o'zlari ham ishga sarf qilayotgan kuch-g'ayratlarini kamaytirish yoki mukofot miqdorini oshirish hisobiga adolatni tiklashlari mumkin. O'zlariga mukofot umid qilingandan ko'p berilyapti, deb hisoblaydigan xodimlar avvalgidek samara bilan mehnat qiladilar yoki kuch-g'ayratlarini yanada oshiradilar. Bu adolatlilik nazariyasi hisoblanadi. Ba'zi korxonalar yoki tashkilotlarda to'lovlar miqdori sir tutiladi. Bu ko'p hollarda adolatsizlikka yo'l qo'yilmoqda, degan shubha tug'diradi. Hatto bunday shubha uchun asos bo'lmasligi ham mumkin. Umuman esa to'lovlar miqdorini to'la sir tutish amalda juda qiyindir.

Porter-Louler modeli umid qilish nazariyasi va adolatlilik nazariyasi xususiyatlarini hisobga olishiga asoslangan. Unga muvofiq, erishiladigan natijalar xodimlar sarf qiladigan kuch-g'ayratga, ular qobiliyatlarini va xarakterlariga, shuningdek, xodimlar rolining rahbariyat va jamoa tomonidan baholanishiga bog'liqdir.



8.7-rasm. Porter-Louler modeli³⁷

³⁷ Ильин П. Мотивация и мотивация. Учебное пособие, -Спб: Питер, 2011.58 стр.

Ushbu rasmda aks etganidek, xodim tomonidan erishilgan natijalar sarf qilingan kuch-g'ayrat (3), inson qobiliyati va rolini anglashiga (5) bog'liqdir. O'z navbatida sarf qilingan kuch-g'ayrat darajasi rag'batlantirish qimmati (1) va xodim sarf qilingan kuch-g'ayrat bilan rag'batlantirish o'zaro aloqadorligiga qanchalik ishonishiga bog'liqdir. Talab etilgan natijaga (6) erishish bajarilgan ishdan qoniqish hosil qilish, o'z malakasiga ishonchi hamda o'z-o'zini hurmat qilishdan iborat. Ichki rag'batlantirish (7), shuningdek, rahbarning maqtovi, shuningdek, shuhrat qozonishda o'sish kabi tashqi rag'batlantirish (8)ga olib kelishi mumkin. Ish natijasi bilan adolatli, deb qabul qilinadigan rag'batlantirish (9) o'rtasidagi chiziqlar xodimlar u yoki bu ish natijasi uchun beriladigan rag'batlantirishni adolatli deb hisoblashlari uchun o'z mezonlariga ega ekanligidan dalolat beradi. Mehnat faoliyatidan qoniqish hosil qilish (10) bu adolatlilik (9) hisobga olingan holda ichki va tashqi rag'batlantirish natijasidir.

Qoniqish (10) rag'batlantirish qimmati (1) amalda qanchalik qimmatga ega ekanligi o'lchovidir.

Bu baho xodimning kelgusida duch kelishi mumkin bo'lgan vaziyatlarga o'zining munosabatini belgilashda muhim ahamiyatga egadir.

Ilmiy tadqiqotlar va amaliyot ishga qiziqtirish samaradorligini oshirish imkonini beradigan qoidalarni shakllantirgan. Ularning asosiy-lari quyidagilardan iboratdir:

- maqtov dakki berish va asossiz tanqiddan samaraliroqdir.

- mukofotlash sezilarli darajada bo'lishi va darhol amalga oshirilishi maqsadga muvofiqdir (mehnat samarasi va uni rag'batlantirish orasida uzilishga yo'l qo'ymaslik);

- mo'ljal qilinmagan va doimiy hisoblanmagan rag'batlantirish kutilayotgan va mo'ljal qilingan mukofotlarga qaraganda ishga qiziqtirish samaradorligini oshiradi;

- xodim va uning oila a'zolariga doimiy e'tibor - juda muhim qiziqishdir;

- insonlarga g'alaba nashidasi yoqadi, shuning uchun ularga ko'proq o'zlarini g'olib chiqqan deb his qilish imkoniyatini yaratish kerak;

- faqat asosiy maqsadga erishganlik uchungina emas, oraliq natijalar uchun ham rag'batlantiring;

- xodimlar faoliyat ko'rsatishlarida o'zlarini erkin his qilishlari, vaziyatni o'zlari nazorat qilishlari uchun imkoniyat bering;

- boshqalarning o'zlarini hurmat qilishlari hissini kamsitmang;

- katta miqdordagi va kamdan kam odamga nasib qiladigan mukofot hasad uygʻotadi, uncha katta boʻlmagan va tez-tez berib turiladigan mukofotlar koʻpchilikni qanoatlantiradi;

-oqilona ichki raqobat - taraqqiyot omilidir;

Ish joyida oʻzini tutish natijalari koʻnikma va qobiliyat qiziq-tirilishiga bogʻliqdir. Yaʼni koʻzlangan natijaga yuksak qiziqtirish va uncha katta boʻlmagan koʻnikma hamda qobiliyat yoki uncha katta boʻlmagan qiziqtirish orqali erishish mumkin. Qiziqtirish yuqori darajada boʻlib, qobiliyat va koʻnikmalar past darajada boʻlsa xodimlarning maxsus oʻquvini tashkil etmasdan ishga qiziqtirishni yanada kuchaytirishga intilmaslik kerak. Yuksak qobiliyat va koʻnikma hamda qiziqish darajasi past holda zarur ragʻbatlantirish omillarini izlab topish talab etiladi. Bunda ishga qiziqtirish maqsadlarini oldindan eʼlon qilish darkor.

Xulosada shunday fikrga kelamiz, qanchalik insonlarni ehtiyojlaridan kelib chiqib ragʻbatlantirsak, ularning ishga boʻlgan munosabatlari ijobiy tomonga oʻzgaradi, natijada boshqaruv samarali kechadi.

8.3. Korxonada boshqaruv samaradorligini oshirishda ragʻbatlantirish tizimi va unga taʼsir etuvchi motivlashtirish omillari

Ragʻbatlantirish tizimi va unga taʼsir etuvchi ragʻbatlantirish omillarini oʻrganadigan boʻlsak birinchi oʻrinda ehtiyojlarni, yaʼni xodimlardagi yetishmovchiliklarni oʻrganishimiz lozim. Buning natijasida biz xodimlarni qiziqishlarini aniqlaymiz. Korxonada maqsadiga erishish - ishlab chiqarishda yuqori samaradorlikni taʼminlash personal oʻz xizmat vazifasini sidqidildan, tashabbuskorlik koʻrsatib bajarishiga bogʻliq. Buning uchun xodimlar oʻz ishlariga chinakamiga qiziqishlari kerak. Qiziqish (motiv) - bu insonni muayyan faoliyatga undovchi ichki va tashqi harakatlantiruvchi kuchlardir. Qiziqish insonga uning ehtiyojlarini qondirish uchun nima qilish va buni qanday qilish kerakligini belgilaydi. Qiziqish jarayonini toʻrt bosqichga boʻlish mumkin:

1. Ehtiyojning paydo boʻlishi.
2. Ehtiyojni qondirish yoʻllarini izlash.
3. Ehtiyojni qondirish uchun faoliyatga kirishish.
4. Ehtiyojning qondirilishi, moddiy yoki maʼnaviy ragʻbatlantirishga ega boʻlish.

Ehtiyoj - insonning hayot kechirishi, shaxs va ijtimoiy guruhni rivojlantirish uchun obyektiv zarur narsalar. Biologik va ijtimoiy ehtiyoj bir-biridan farq qiladi.

8.4-jadval

Ehtiyojlar ro'yxati³⁸

	Shaxs uchun		Jamiyat uchun
1	Asosiy ehtiyojlar -oziq-ovqat, kiyim-kechak va uy-joyga -dam olish va sog'liqqa	1	Asosiy ehtiyojlar: -mehnatga -xavfsizlikka -qo'shimcha mahsulotga -boshqarishga
2	Sotsial ehtiyojlar -ijodiy mehnatga -oila va muhabbatga -bilim va axborotga -toat ibodatga, jasoratga -zurriyotni davom ettirishga -tartib va barqarorlikka -bo'sh vaqt va dam olishga -o'zlikni anglashga	2	Sotsial ehtiyojlar -barqarorlikka -ishonchga -mustaqil taraqqiyotga
3	Rag'bat va talablar -moddiy -sotsial -estetik	3	Rag'bat va talablar -zamonaviy ishlab chiqarishga -ma'naviy-ma'rifiy taraqqiyotga -rahm shavqatga

Biologik ehtiyoj - suv, havo, oziq-ovqatga, hayot kechirish uchun zarur bo'lgan boshqa narsalar - uy-joy, kiyim-kechak, ro'zg'or buyumlari, shuningdek, avlodni davom ettirishga ehtiyoj.

Ijtimoiy ehtiyoj - millat, ijtimoiy guruhga mansublikka, o'z shaxsini, erishgan muvaffaqiyatlarini rivojlantirish, o'z qobiliyatini namoyon etish, boshqalar tomonidan o'sish qobiliyatlari e'tirof etilishiga ehtiyojdir.

Personal ehtiyojlarini qondirish hisobiga mehnatga qiziqtirishda inson, shaxs eng asosiy masaladir. Zamonaviy menejmentda inson –

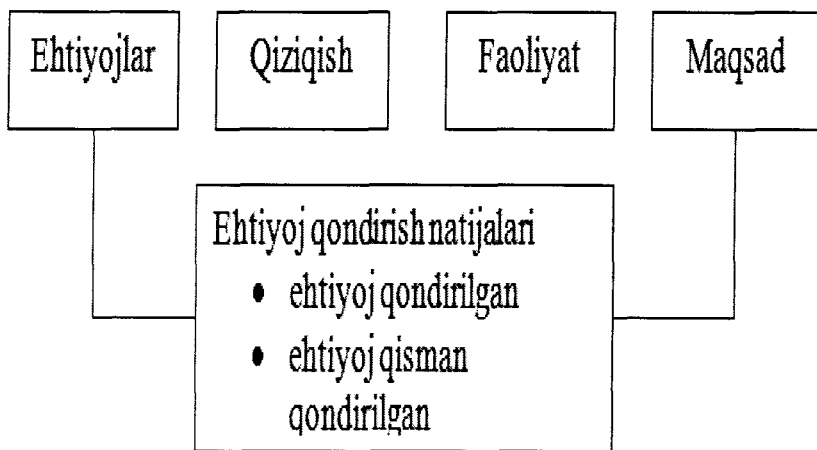
³⁸ Bakieva I.A. "Inson resurslari iqtisodiyoti" (o'quv qo'llanma) - TDIU, 2011yil. 261bet.

boshqaruvning bosh subyektidir. Ushbu yondashuvga muvofiq inson korxonaga uchun emas, balki korxonaga inson uchun zarurdir.

Personalni boshqarish strategiyasi, tuzilmasi va jarayoni xuddi ana shu xodimlar shaxsiy xususiyatlarini hisobga olishga asoslanadi. Inson ko'pgina fanlar (falsafa, sotsiologiya, psixologiya, tibbiyot, pedagogika, tarix va boshqalar) tadqiqining obyekti hisoblanadi. Personalni boshqarish nazariyasida inson bir tomondan, ijtimoiy guruhning eng muhim yadrosi, ikkinchi tomondan esa boshqaruv jarayonining harakatlantiruvchi kuchi sifatidagi tadqiqot obyektidir.

Personalni boshqarish strategiyasi, tuzilmasi va jarayoni xuddi ana shu xodimlar shaxsiy xususiyatlarini hisobga olishga asoslanadi. Inson ko'pgina fanlar (falsafa, sotsiologiya, psixologiya, tibbiyot, pedagogika, tarix va boshqalar) tadqiqining obyekti hisoblanadi. Personalni boshqarish nazariyasida inson bir tomondan, ijtimoiy guruhning eng muhim yadrosi, ikkinchi tomondan esa boshqaruv jarayonining harakatlantiruvchi kuchi sifatidagi tadqiqot obyektidir.

Shaxs - individga jamiyat a'zosi sifatida tavsif beruvchi ijtimoiy muhim xususiyatlarning barqaror tizimidir.

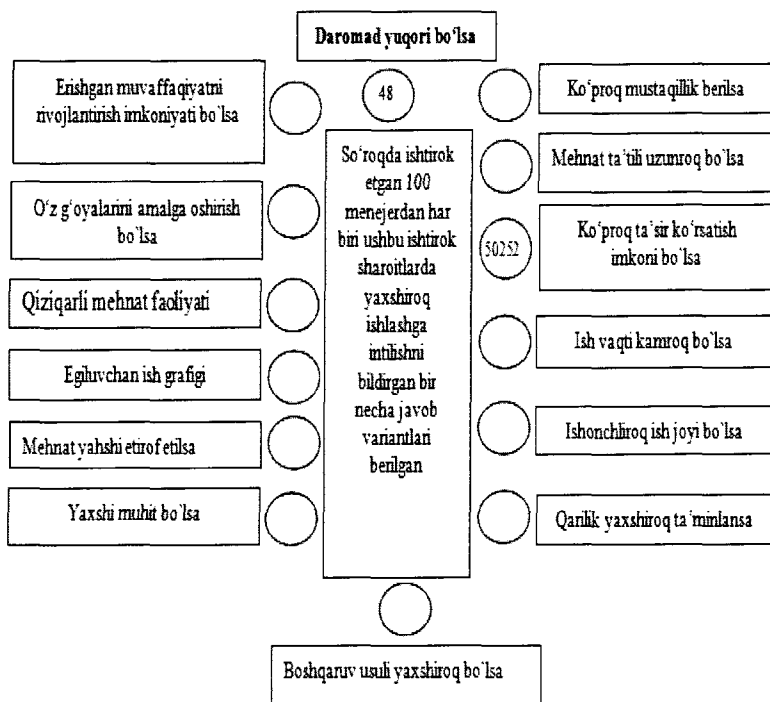


8.8-rasm. Ehtiyoj ustunligi modeli³⁹

³⁹ Управление. Учебник / Н.М. Зиявтидинова, Ю.М. Уринов, Ш. Н. Хаитов. - Т.: «Тафаккур-Бостони», 2012. - 312 стр.

Ayni paytda shaxs bilan birga insoniyat avlodiga mansub alohida vakil - individ hamda ushbu individni boshqalardan farqlovchi xususiyatlar yig'indisi - individuallik tushunchalari ham mavjuddir.

Ko'rib turibmizki motivatsiya jarayoni qandaydir (bilib yoki bilmay orzu qilinaётgan) ehtiyojga bo'lgan etishmovchilikdan yoki qoniqishning yetarli yoxud umuman yo'qligidan boshlanadi. So'ngra shu qoniqishga erishish uchun maqsad sari harakat qilinadi. Ehtiyojning qondirilish darajasi kishini kelajak sari intilishini belgilab beradi. Agar u muayyan narsadan qoniqish hosil qilsa, u holda keyingi motiv uni boshqa yuqoriroq ehtiyojga rag'batlantiradi.



8.9-rasm. Yaxshiroq mehnat qilishga undovchi omillar⁴⁰

8-rasmda menejerlar o'rtasida o'tkazilgan so'rovda yaxshi mehnat qilishga nima qiziqtirishi to'g'risidagi ma'lumotlar keltirilgan. Menejerlarning 48 nafari daromard yuqori bo'lsa, 52 nafari esa ko'proq ta'sir

⁴⁰ Ильин П. Мотивация и мотивация. Учебное пособие, -Спб: Питер, 2011. 85 стр.

ko'rsatish imkoniyati bo'lsa xodimlar samarali mehnat qilishadi deb hisoblashadi.

8.5-jadval

Mehnatni rag'batlantirishga ta'sir ko'rsatuvchi omillar.⁴¹

Mehnat motivatsiyasiga ta'sir ko'rsatuvchi omillar	Ta'sir ko'rsatish omillari xususiyatlari
Ishni tashkil etish	<ul style="list-style-type: none"> -ishni bajarish uchun talab etiladigan ko'nikmalar; - xodimga topshirilayotgan ishning ahamiyati va mas'uliyati; - xodimga ishda mustaqillik berish
Moddiy rag'batlantirish	<ul style="list-style-type: none"> - taklif etilgan ish haqining boshqa korxonalarda mehnatga to'lanayotgan haq bilan raqobatbardoshligi; - ish haqi doimiy va o'zgarib turadigan qismlarining nisbati; - ish haqi bilan ish natijalarining bog'liqligi; - bir kasb malakaga ega xodimlar ish haqlarini tabaqalashtirish imkoniyati
Ma'naviy rag'batlantirish	<ul style="list-style-type: none"> -korxonahabarining xodimni nomoddiy rag'batlantirish vositalaridan samarali foydalana olishga moyilligi (bu masalaga rasmiyatchilik bilan yondashish ularning xodimni mehnatga bo'lgan qiziqirishdagi ahamiyatni yo'qqa chiqaradi); - xodimni moddiy va ma'naviy rag'batlantirishni qo'shib olib borish
Xodimga shaxsiy yondashish	<ul style="list-style-type: none"> -korxonarahbari tomonidan har bir xodimga uning shaxsiy qobiliyatini hisobga olgan holda topshiriq berilishi
Vazifani belgilash	<ul style="list-style-type: none"> - xodimga belgilangan muddatda bajarilishi kerak bo'lgan aniq topshiriqlar berish
Baholash va nazorat	<ul style="list-style-type: none"> - korxonarahbari tomonidan xodimga berilgan topshiriq ijrosini nazorat qilish, bajarilgan ishni baholashning turli usullaridan oqilona foydalanish
Intizomiy ta'sir choralari	<ul style="list-style-type: none"> -intizomiy ta'sir choralarini o'z vaqtida qo'llash; - jazoning qilmishga mosligi; - xodimga u nima uchun jazolanganligini tushuntirish
Qadriyatlar	<ul style="list-style-type: none"> - xodimning o'zligini namoyon qilish imkoniyati; - xodimning ish haqi miqdoridan qoniqishi; -xodimning korxonao'ldidagi mas'uliyatini to'la his etishi; - xodimning xizmat vazifasida ko'tarilish istiqboli

⁴¹Abduraxmonov K.X. va boshqalar. Personal boshqaruvi. Mehnat nashriyoti. Toshkent 2011-y.284-bet.

Qiziqtirish (motivatsiya) tushunchasi fanda bir necha ma'noga ega. Boshqaruv nazariyasida bu o'zini va boshqalarni korxonaga maqsadiga erishishga qaratilgan muayyan faoliyatga qiziqtirish jarayonidir. Psixologik nuqtayi nazardan esa qiziqish xodim subyektiv faoliyati jarayoni, deb tushuniladi.

Motivatsiya-bu faqat mukofotlarni tarqatish emas. O'z xizmat vazifalarini bajara olmaganki mehnat intizomini buzgan xodimlarni adolatli jazolash ham ularni o'z faoliyatlarini yaxshilashga undaydi.

Qo'yida nemis olimlari V. Zigert va L. Langlarning mehnatni tashkil qilish va uni motivlashtirish bo'yicha takliflarini keltiramiz:

- har bir harakat, ayniqsa mazkur harakatni bajarilishini talab qiluvchining harakati obdon o'ylangan bo'lishi kerak;

- kishilar mehnatidan zavq olishi kerak, ishi uchun javob berishi lozim, natija uchun birga kurashi darkor;

- har bir kishi o'z ish joyida o'zini nimaga qodir ekanligini ko'rsatgisi keladi;

- kishilarning o'z ishlarini takomillashtirish to'g'risidagi fikrlarini bilish lozim;

- kishilarni o'zligini anglashga imkon berish kerak;

- maqsadga erishishga o'z daxldorligini his etgan xodim yanada ko'proq kuch bilan ishlashga, o'zini ko'rsatishga harakat qiladi;

- yaxshi ishlaydigan kishilar ham moddiy ham ma'naviy tomondan tan olinishiga haqlidirlar;

- har bir xodimga barcha axborotlarga kira olish huquqi bo'lishi kerak, buning ustiga tez bo'lishi muhimdir;

- xodimlarning ish faoliyati yo'nalishini o'zgartirish to'g'risidagi qaror ularning ishtrokida, ularning tajribasi, bilimiga asoslangan holda qabul qilinishi lozim;

- o'z o'zini nazorat qolaolishi kerak;

- ish jarayonida xodimlar yangi bilimlarni olaolishi lozim;

- xodimlarning siqib suvini chiqarish emas, balki ularning tashabbuslarini qo'llab-quvvatlash darkor;

- xodimlar o'z mehnatlarining sifati to'g'risida axborotga ega bo'lishlari lozim;

- har bir xodim o'z o'ziga imkoniyat boricha xo'jayin, boshliq bo'lishi kerak;

- har bir kishi muvaffaqiyatga intiladi.

Ish hajmini kengaytirish va mazmunini boyitish ushulhara charchashning salbiy oqibatlarini va ular bilan bog'liq mehnat unumdorligi-

ning pasayishiga barham beradi. Ishning zeriktirishini kamaytirish maqsadida ish hajmini kengaytirish buning bir vositasidir. Bu xodimga bir-biri bilan bog‘liq xilma-xil vazifalarni o‘z kasbiy malakasi darajasida hal etishiga imkoniyat yaratadi. Ish mazmunini boyitish katta malaka talab etadigan vazifalar qo‘yish, qaror qabul qilish mas‘uliyatini oshirish, ayrim tashabbuslarni ko‘tarishda kengroq erkinlik berishga asoslangan.

Demotivlashtirish-bu motivlashtirishga teskari harakat qilish, imkoni borcha bilinar-bilmas holda xodimlarning tashabbusini bo‘g‘ish, ular bilan hisoblashmaslik, ularni doimo qo‘rquv va ikkilanish holatida o‘zini tutishga majbur etish kabi nomaqbul xatti-harakatlar majmuasidir.

Bunday harakatlar rahbarning quyidagi munosabatlarida namoyon bo‘ladi.

-O‘z qo‘l ostingizdagi xodimga ko‘rsatmalar berar ekangiz, shunday noaniq atamalarni ishlatishingki, toki u Sizning nima istayotganingizni taxminan bo‘lsa ham aniqlay olmaydigan bo‘lsin. Birorta aniq bir voqea to‘g‘risida so‘z ochmang, birorta aniq misol keltirmang. O‘z-o‘zidan ravshan bir nima to‘g‘risida gapirilayotgandek va biroz zehni bor har qanday odam ham gapning tagiga yetib olishga shubha bo‘lmagandek qilib ko‘rsatma bering.

- Uni shunday tanqid qilingki, toki u yo‘l qo‘ygan xotalarini tuzatish uchun nimalar qilish kerakligini bilmaydigan bo‘lsin.

- Agar Sizning aytganlaringizdan biror narsani tushuntirib berishni so‘raydigan bo‘lsa, bunga ko‘nganingizni bildirib aslo ajablanmang va o‘zingizni haddan tashqari hayratlangan qilib ko‘rsating. Bu xildagi oddiy ko‘rsatmalarni tushuntirib berishni uning o‘zidan boshqa hech kim, hech qachon iltimos qilmaganini aytib qo‘ying. Mavjud vaziyatni bir qadar oydinlash-tirib beradigan misollardan narsani juda tez tushunib oladigan bo‘lsa, u o‘zini ancha dadil tutadigan bo‘lib qoladi.

- Agar qo‘l ostingizdagi xodim bir narsa haqida ikki marta so‘raydigan bo‘lsa, uning savoliga ilgari javob berganingizni aytning.

Asosiy tayanch tushunchalar

Mehnatni rag‘batlantirish, mehnatni rag‘batlantirish tizimi, mehnatni tashkiliy rag‘batlantirish, mehnatni ma‘naviy rag‘batlantirish, ehtiyoj darajalari, mehnat sharoiti, mehnat xavfsizligi, ichki rag‘batlantirish, tashqi rag‘batlantirish.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Korxonada xodimlar mehnat motivatsiyasini tashkil etish shakllari.
2. Mehnat motivatsiyasining zamonaviy nazariyalari, ularning qo'llanilishi.
3. Mehnatga haq to'lashni tashkil etish sohasidagi an'anaviy yondoshuvlar.
4. Korxonada mehnat unumdorligi va uni baholashning asosiy ko'rsatkichlari.
5. Korxonada mehnat salohiyatining holatini va ta'minlanganligini ifodalovchi ko'rsatkichlar.
6. Mehnatga haq to'lash shakllari, ish haqi va boshqa to'lovlarni hisoblash tartibi.
7. Mehnatga haq to'lash tizimi va uning tarkibiy qismlari.
8. "Mehnat sharoitlari" tushunchasining mazmuni nimadan iborat?
9. Mehnatga haq to'lash fondiga ta'sir qiluvchi omillar.
10. Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida mehnatga haq to'lash tizimini takomillashtirish muammolari.

IX bob. KORXONALAR RIVOJLANISHIDA MOLIVAVIY RESURLAR VA BIZNESNI MOLIVALASHTIRISH

Mazkur bobda moliyaviy resurslarning mohiyati, korxonalarni moliyaviy resurslar bilan ta'minlashning asosiy yo'nalishlari, moliyalashtirish yo'nalishlarining tavsifi, moliyaviy rejalashtirish va uning korxonada faoliyatidagi o'rni, korxonada innovatsion faoliyatini moliyalashtirish yo'nalishlariga oid jarayonlarning nazariy asoslari tadqiq etilgan.

9.1. Korxonalarni moliyaviy resurslar bilan ta'minlashning mohiyati.

9.2. Moliyaviy resurslarni jalb etish shakllari. Moliyalashtirish manbalarining tasnifi.

9.3. Korxonada faoliyatni moliyalashtirishda moliyaviy rejalashtirishning o'rni.

9.4. Korxonada innovatsion faoliyatni moliyalashtirish yo'nalishlari.

9.1. Korxonalarni moliyaviy resurslar bilan ta'minlashning mohiyati

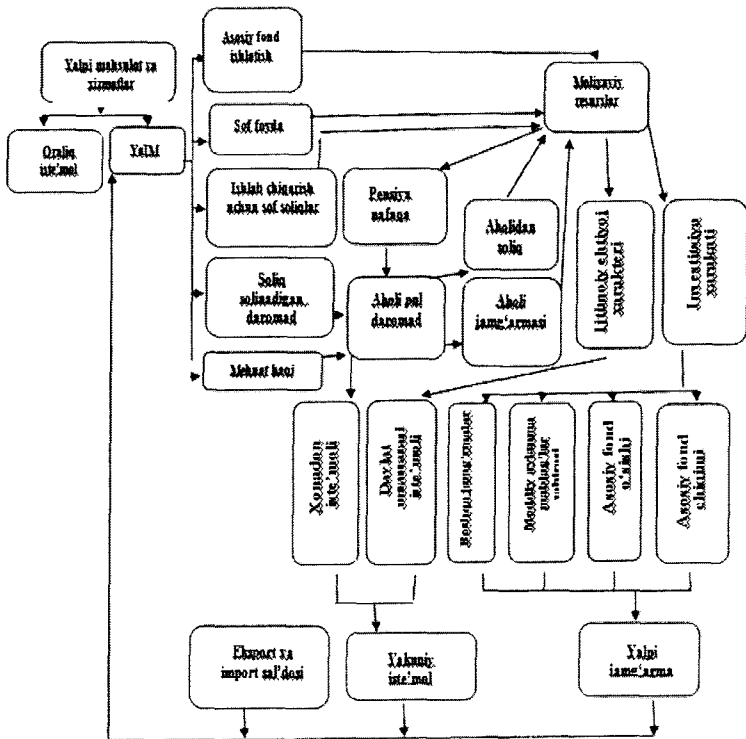
Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonada moliyasi o'zining iqtisodiy mohiyatiga ko'ra, obyektiv kategoriyadir. Lekin xo'jalik yuritish amaliyotida jamiyat ijtimoiy rivojlanish jarayoniga ta'sir etish uchun undan ongli ravishda foydalanadi. Ma'lumki, korxonalar moliyasi iqtisodiy mohiyatiga binoan mutlaq kategoriyadir. Biroq, iqtisodiyotda moliyadan ijtimoiy taraqqiyot jarayonlariga ta'sir ko'rsatish vositasi sifatida foydalanish mumkin. Moliyaning shunday foydalanish imkoniyati ularning tabiatida mavjud. Ushbu kategoriya mohiyatini to'lato'kis bilish esa ijtimoiy ishlab chiqarishda moliyaviy mablag'lardan samarali foydalanish imkonini beradi.

Korxonalar rivojlanishi davlat iqtisodiyotiga katta hissa qo'shishi, shuningdek, mahalliy iqtisodiyotning samarali ishlashida

korxonalarning moliyaviy resurslari va shu moliyaviy resurslardan oqilona foydalanish katta ahamiyat kasb etadi.

Moliyaviy resurslar – bu murakkab iqtisodiy mezon bo‘lib, ularni pul mablag‘lari bilan to‘liq tenglashtirish mumkin emas. Moliyaviy resurslar miqdor chegaralarini o‘rnatishga asos bo‘luvchi aniq mezonlarni va ularning pul mablag‘laridan farqlarini yaqqol ajratib ko‘rsatish qiyin.

Moliyaviy resurslarning mohiyatini ta’riflash chog‘ida ularning yalpi ichki mahsulot (YaIM) va milliy daromad (MD)ning kengaytirilgan takror ishlab chiqarish jarayonidagi funksional tayinlanishidan kelib chiqish maqsadga muvofiq. Ushbu jarayon tovar va pul massasining harakati bilan tavsiflanadi va bir qancha bosqichdan iborat bo‘lib, ularning har biriga tovar va pul oqimlari bir-biriga turlicha mos keladi.



9.1.-rasm. Moliyaviy resurslarning mazmuni va ishlab chiqarish jarayonidagi moliyaviy-iqtisodiy o‘zaro aloqadorligi

Moliyaviy resurslarning tarkibi ishlab chiqarishning rivojlanish darajasiga, uning samaradorligiga bog'liq. Ishlab chiqarish qancha yirik va uning samaradorligi yuqori bo'lsa, moliyaviy resurslarning hajmi ham shuncha katta bo'ladi. Ishlab chiqarishga jalb qilingan moliyaviy resurslar uning o'sishiga va takomillashuviga imkoniyat yaratadi.

Hozirgi kunda korxonalar moliyaviy barqarorligini ta'minlashning asosiy omillaridan biri ularning mavjud ishlab chiqarish va moliyaviy resurslaridan oqilona foydalanish, korxonada moliyaviy resurslarning miqdoriy va sifat ko'rsatkichlari o'rtasida mutanosiblikka erishishdan iboratdir.

Moliyaviy resurslar muayyan davr uchun takror ishlab chiqarish jarayoni moliyaviy natijasining miqdor ko'rsatkichlarini ifodalaydi. Bu chiqib ketayotgan asosiy fondlarni qoplashga, ishlab chiqarish va noishlab chiqarish jamg'armasi, jamoa iste'moliga yo'naltirilishi qonuniy hisoblangan pul mablag'laridir. Ushbu makroiqtisodiy ko'rsatkich balans xususiyatiga ega. Chunki u ham daromadlar, ham xarajatlar summasi ko'rinishidan taqdim etilishi mumkin.

Moliyaviy resurslar – bu obyektiv makroiqtisodiy mezon bo'lib, uning mazmuni iqtisodiyotning moddiy-moliyaviy mutanosibligi bilan belgilanadi. Moliyaviy resurslar kirimi va sarflanishining tengligi shundan dalolat beradiki, milliy xo'jalikni rivojlantirish xarajatlarini moliyalashtirish natijasida korxonalar va tashkilotlarda vujudga keladigan to'lovga layoqatli talab va davlat muassasalarining faoliyat ko'rsatishi yaratilgan moliyaviy resurslarga mos kelganligi bois, moddiy qobiqqa ega bo'ladi. Shuning uchun moddiy-moliyaviy mutanosiblik sharti moliyaviy resurslar summasining moddiy boyliklar hajmiga mosligi kabi va ular tushumi hamda sarflanishining tengligi sifatida tasvirlanishi mumkin.

Umumxo'jalik barqarorligining zarur qismini moliyaviy resurslar tushumi va sarflanishining tengligi tashkil etadi.

Moliyaviy resurslar kengaytirilgan takror ishlab chiqarish salohiyatini tavsiflaydi va iqtisodiyotning ichki zaruriy elementi hisoblanadi.

Moliyaviy resurslarning makroiqtisodiy toifa sifatidagi mazmuni jamiyatning iqtisodiy rivojlanishini tartibga solish, moddiy va moliyaviy oqimlar mutanosibligini ta'minlashda ifodalanadi.

Xo'jalik yurituvchi subyektlar moliyaviy resurslarini shakllantirishda bir necha omil ta'sir etishi mumkin. Shulardan eng asosiylaridan soliq solish tizimini aytish mumkin.

Korxonalar moliyaviy resurslarining ortishiga va ulardan oqilona foydalanishda ham bir necha omil ta'sir qiladi.

Iqtisodiyotni barqarorlashtirish va rivojlantirish sharoitida har qanday xo'jalik yurituvchi subyekt o'z tasarrufidagi barcha resurslar – moliyaviy, moddiy va mehnat resurslari harakati hamda ulardan foydalanish samaradorligini to'g'ri boshqarishni ta'minlashi zarur bo'ladi. Iqtisodiyot oldiga qo'yilgan vazifalardan eng ahamiyatlisi uning barqaror rivojlanishini ta'minlashdan iborat. Samaradorlik xo'jalik yurituvchi subyektlar faoliyati moliyaviy natijalarida o'z aksini topadi. Korxonalar moliyaviy resurslarini to'g'ri boshqarish uchun korxonaning moliyaviy ahvoli, resurslardan oqilona foydalanish samaradorligi, moliyaviy natijalari aniqlanishi hamda tahlil qilinishi kerak.

Insoniyatning iste'mol tovarlariga, har xil boyliklarga, xizmatlarga bo'lgan ehtiyojlari to'xtovsiz ortib bormoqda. Bu obyektiv holat bo'lib, uning talablarini hisobga olgan holda xo'jalik faoliyatini yuritish har qanday rivojlanishning zarur talabidir.

Shuningdek, moliyaviy resurslarini shakllantirishda korxonalar foyda keltiradigan asosiy manbalarning shakllanishiga e'tibor qaratishimiz zarur.

Korxonalar foyda keltiradigan asosiy manba yalpi daromaddir. Yalpi daromad tovarlarga qo'yilgan ustama baho va savdo chegirmasi hisobiga shakllanadi. Ustama baho ulgurji bahoga nisbatan foiz hisobida belgilanib, iste'molchilardan undirib olinadi. Agar korxonalar tovarlarni chakana savdo bo'yicha qabul qilsalar, u holda korxonalar tomonidan ular foydasiga savdo chegirmasi beriladi.

Korxonaning harakatda bo'lgan moliyaviy resurslarining asosiy manbai sifatida sotilgan mahsulot yoki xizmat narxi qatnashadi va tushumni taqsimlash jarayonida uning turli qismlari pul daromadlari va jamg'armalari shaklini oladi. Moliyaviy resurslar, asosan, foyda va amortizatsiya ajratmalari hisobiga shakllanadi. Shu bilan birga, moliyaviy resurslar manbalariga eskirgan mulkni sotishdan tushgan daromad, barqaror passivlar, turli maqsadli tushumlar kiradi.

Korxonaning moliyaviy resurslarini ishlatish quyidagi yo'nalishlar bo'yicha amalga oshiriladi:

1. Moliyaviy majburiyatlarni bajarishda tegishli moliya-budjet tizimidagi organlarga to'lovlar (budjetga soliq to'lovlarini to'lash, ishlatilgan kredit uchun foizlar to'lash va boshqalar).

2. Texnologiyani yangilash, nou-xau, ishlab chiqarishni kengaytirish va boshqalar bilan bog‘liq kapital xarajatlarga o‘z mablag‘larini jalb etish.

3. Moliyaviy bozordan sotib olinadigan qimmatbaho qog‘ozlar uchun moliyaviy resurslarni jalb qilish (aksiya, obligatsiya va hokazo).

4. Moliyaviy resurslarni ijtimoiy rag‘batlantirish xususiyatiga ega bo‘lgan pul fondlarini tashkil etish uchun yo‘naltirish.

5. Moliyaviy resurslarni xayriya, homiylik va boshqa maqsadlar uchun ishlatish.

Moliyaviy resurslar barqarorligini ta‘minlash uchun sohalarda budjetlashtirish prinsiplarini muvofiqlashtirish lozim.

Biz korxonalar moliyaviy resurslarining mamlakat iqtisodiyotidagi roli haqida to‘xtalar ekanmiz, albatta, resurslar, shu jumladan, barcha yerusti va yer osti resurslari haqida to‘xtalish joiz, deb hisoblaymiz.

Tabiiy resurslar cheklanganligi, barcha ehtiyojlarimizni shundan kelib qoplashimiz zarurligi ma‘lum. Shunday ekan, korxonalar moliyaviy resurslaridan ham oqilona foydalanish lozim. Bunday foydalanish nafaqat korxonalar, balki mamlakat iqtisodiyoti barqaror rivojlanishining asosi bo‘lib xizmat qiladi. Bu mavzu bo‘yicha quyidagi takliflarni kiritish mumkin. Soliq sohasidagi imtiyoz va preferensiyalar hududlar va sohalar bo‘yicha tahlil qilinib, iqtisodiyotdagi ulushi kamroq bo‘lgan sohalarga preferensiyalar berilishi ular rivojiga ijobiy ta‘sir etishi mumkin. Bu esa eksportbop mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalar investitsion faolligining oshishiga olib keladi.

9.2. Moliyaviy resurslarni jalb etish shakllari. Moliyalashtirish manbalarining tasnifi

Korxonalar moliyasi o‘z munosabatlarini amalga oshirishda to‘rtta guruhga bo‘linadi.

1. Boshqa korxonalar va tashkilotlar bilan.
2. Korxonaning ichki moliyasi.
3. Yuqori tashkilotlar bilan.
4. Moliya-kredit tizimi bilan.

Moliya-kredit tizimi bilan aloqalar quyidagilar:

1. Har xil daromaddagi budjet bilan.
2. Banklar bilan.
3. Sug‘urta tashkilotlari bilan.

4. Budjetdan tashqari fondlar bilan.
 5. Fond bozorlari bilan.
 6. Investitsiya fondlari bilan.
- Sanoat korxonasi pul fondlari bilan:
1. Ustav kapitali.
 2. Asosiy vositalar fondi.
 3. Aylanma mablag'lar fondi.
 4. Qo'shimcha kapital.
 5. Zaxira kapital.
 6. Jamg'arma fondi.
 7. Valuta fondi.
 8. Investitsiya fondi.
 9. Iste'mol fondi.
 10. Amotizatsiya fondi.
 11. Budjetga to'lovlar fondi va boshqa fondlar.

Korxonaga o'z sof foydasini pul fondlariga sarflaydi. Korxonaning fond bozorlari bilan bo'ladigan munosabatlari turli xildagi fondlarni hosil qilish, ularni shakllantirish va foydalanishdan iborat. Masalan: Ustav fondi. Ustav fondiga, hisobiga korxonaning asosiy vositalari va aylanish mablag'lari shakllanadi. Bu korxonaning o'z mablag'larining asosiy manbasi hisoblanadi.

Hissadorlik jamiyatida ustav fondi chiqariladigan barcha aksiyalar qiymati bilan teng bo'lishi lozim. Ish natijasiga ko'ra ustav fondi miqdorini ko'payishi yoki kamayishi mumkin, ya'ni qo'shimcha aksiyalar chiqarish yoki ularning nominal qiymatini oshirish orqali ustav fondi ko'payishi mumkin. Muomaladan aksiyalarni qaytarib olish tufayli esa ustav fondini kamaytirish mumkin.

Moliyaviy resurslarning birlamchi shakllanishi korxonaga ta'sis etilgan vaqtda, ya'ni ustav fondi tashkil etilganda sodir bo'ladi. Uning manbalari: aksionerlik kapitali, pay badallari, tarmoqdagi moliyaviy resurslar, uzoq muddatli kreditlar, budjet mablag'lari hisoblanadi. Ustav fondi miqdorini ishlab chiqarish jarayoniga investitsiyalangan pul mablag'lari (asosiy va aylanma) miqdori (razmeri, o'lchovi) ko'rsatadi.

Harakatda bo'lgan korxonaning moliyaviy resurslarining asosiy manbai sifatida sotilgan mahsulot (ko'rsatilgan xizmat) ning narxi qatnashadi va tushumni taksimlash jarayonida uning turli qismlari pul daromadlari va jamg'armalari shaklini oladi. Moliyaviy resurslar qimlikni sotishdan tushgan daromad, barqaror passivlar, turli maqsadli

tushumlar (maktabgacha bo'lgan muassasalarda bolalarni boqish va b.q.), qurilishda ichki resurslarni yig'ish kabilar ham kiradi.

Xususiylashtirish sharoitida yana bir manba – bu mehnat jamoasi a'zolarining pay va boshqa badallaridir. Sezilarli darajadagi moliyaviy resurslar moliyaviy bozor yig'ishi mumkin; aksiya, obligatsiya sotish, kredit investitsiyalari va b.q.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida sug'urta kompaniyalari tomonidan to'lanadigan sug'urta qoplamalari katta rol o'ynaydi, budget va sohadagi moliyaviy manbalarning roli esa kamayib bormoqda. Qimmatbaho qog'ozlar bo'yicha foiz va dividendlar hamda moliyaviy operatsiyalarni o'tkazishdan keladigan foyda kabi moliyaviy resurs turlari paydo bo'lmoqda.

Korxonaning moliyaviy resurslarini ishlatish quyidagi yo'nalishlar bo'yicha amalga oshirilmoqda:

- Moliyaviy majburiyatlarni bajarishda tegishli moliya-budget tizimidagi organlarga to'lovlar (budgetga soliq to'lovlarni to'lash, ishlatilgan kredit uchun foiz to'lash va b.k.);

- Texnologiyani yangilash, nou-xau, ishlab chiqarishni kengaytirish va b.q. bilan bog'liq bo'lgan kapital xarajatlariga o'z mablag'larini jalb qilish;

- Moliyaviy bozordan sotib olinadigan qimmatbaho qog'ozlar uchun moliyaviy resurslarni jalb qilish; aksiya, obligatsiya va boshqalar;

- Moliyaviy resurslar ijtimoiy rag'batlantirish xususiyatiga ega bo'lgan pul fondlarini tashkil etish uchun yo'naltirilgan;

- Moliyaviy resurslarni xayriya, homiylik va boshqa maqsadlar uchun ishlatish.

Har qanday korxonaning ishlab chiqarish jarayoni moddiy-texnik asosini asosiy ishlab chiqarish fondlari tashkil etadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida yangi ochilayotgan korxonalarining asosiy ishlab chiqarish fondlari birlamchi shakllanishi ustav fondlarining bir qismi hisoblangan asosiy vositalar hisobiga amalga oshiriladi.

Korxonaning moliyaviy resurslari tarkibida foyda alohida o'ringa ega. Bundan tashqari qurilishning o'zidagi mablag'larni yig'ish, eskirgan mulkni sotishdan tushgan mablag'lar, uy-joy qurilishlari va maxsus rivojlantirish fondlar mablag'lari ham ishlatiladi. Budget mablag'larining kapital xarajatlariga ajratilishi, bir xil texnik siyosat olib borishni ta'minlaydi. Bozor sharoitida budget tomonidan moliyalash, maqsadli subsidiyalar (investitsion assignatsiyalash) va investitsion soliq krediti orqali amalga oshiriladi.

9.3. Korxonada faoliyatini moliyalashtirishda moliyaviy rejalashtirishning o'ri

Moliyaviy rejalashtirishdan ko'zlangan maqsad moliyaviy resurslarining, kapital va zaxiralarning kutiladigan hajmlarini moliyaviy ko'rsatkichlar kattaliklarini prognozlash asosida aniqlashdan iborat. Moliyaviy rejalashtirishning muhim jihati uning strategiyasi, ya'ni xo'jalik subyektlarining daromad (foyda) va xarajatlar markazlarini aniqlashdir. Xo'jalik subyektlarining daromad markazi unga maksimal foyda keltiruvchi bo'linmasi hisoblanadi. Xarajatlar markaziga xo'jalik subyektlarining kam rentabelli yoki umuman notijorat bo'lgan, lekin umumiy ishlab chiqarish jarayonida muhim rol o'ynovchi bo'linmalar ham kiradi. Masalan, G'arb davlatlaridagi ko'plab firmalar "saksonga yigirma" qoidasiga rioya qiladilar, ya'ni 20% kapital sarfi 80% daromad keltirishi shart. Demak, qolgan 80% kapital qo'yilma faqat 20% foyda keltiradi. Korxonalarda moliyaviy rejalar 5 yilga, bir yilga yoki chorak uchun tuziladi. Shunga mos holda rejalar istiqbolli (strategik, shu jumladan 5 yillik), joriy va operativ bo'ladi. Istiqbolli moliyaviy reja rivojlangan ishlab chiqarishning sur'ati va nisbati kabi muhim ko'rsatkichlarini belgilaydi.

Moliyaviy rejalashtirish sanoat korxonasini boshqarishning tarkibiy qismi bo'lib, korxonada pul mablag'larni tashkil etish, taqsimlash, qayta taqsimlash ishlatish jarayonini boshqarishdir.

Moliyaviy rejalashtirishni asosiy obyekt - moliyaviy resurslardir. Ular jami ijtimoiy mahsulot va korxonada yalpi daromadning manbai bo'lib, ularning tarkibiga sanoat korxonasining pul jamg'armalari, amortizatsiya ajratmalari, tashqi iqtisodiy aloqalardan tushadigan tushumlar, savdo va xizmat ko'rsatish hamda aholidan tushadigan daromadlar kiradi. Moliyaviy resurslarning tashkil topishi taqsimlanishi va ishlatilishi kredit mablag'larning harakati bilan, ishlab chiqarish doirasi bir-biridan ajralishiga qaramay (ba'zan ular bir-birini to'ldira oladi va hattoki pul mablag'larini bir-biri bilan almashtira oladi), o'zaro bog'langan. Shuning uchun sanovat korxonasi tomonidan qarab chiqilganda moliyaviy rejalashtirish o'z ichiga kreditni rejalashtirishni ham oladi.

Moliyaviy rejalashtirishning asosiy maqsadi bo'lib:

- moliyaviy resurslar hajmining o'sishi va ularga bo'lgan ehtiyojlar ko'payishi mosligini ta'minlash;

- resurslarni tashkil topishi manbalarini ko'payishi mosligini ta'minlash;

-resurslarni tashkil topish manbalarini va ish manbalarni sarflashda konkret yo'nalishlarini aniqlash;

-xalq xo'jalik sohalari va regionlar orasida ularning taqsimlanishini optimal va proporsional ravishda belgilash maydonga chiqadi.

Moliyaviy rejalashtirish dastlabki va jamlangan bo'lib, moliyaviy rejalarni tuzish va ijro etish orqali amalga oshiriladi. Moliyaviy menejerlar rejaning mezonlarini bir xil qilib olisholmaydi, chunki mezonlar subyektiv bo'lib, ularga ma'lum darajada tashqi sharoitlar ta'sir etadi.

Moliyaviy menejer quyidagi usullarni o'rganishi shart:

1. Aylanma kapitalga ta'sir etuvchi omillar: xomashyo, materiallarning bahosi, ishchilarning olish, sotuv bahosi, kredit shartlari, kapitalning aylanishi(pulning tovarga va qayta pulga aylanish davri);

2. Daromadga ta'sir etadigan omillarining oldini olish va hozirgi soliq qonunlari, xorijiy valuta kursi, raqobat kapitalga, aksioner kapitaliga, kreditga ta'sir etuvchi omillar inflyatsiya va hukumat siyosati, foizlar stavkasi, to'lov balansi, kapitalga umumiy talab, investitsion siyosat (masalan: aksioner qapitalga karashli mulk).

Iqtisodiy barqarorlik bo'lmagan sharoitda, odatda, rejalashtirish usullari ham foydali bo'lmashligi mumkin. Ularga tashqi sharoitlar ta'sirining yetarli emasligi xosdir. Egiluvchan tizimli rejalashtirish, asosida, borgan sari ko'proq tashqi shartlarning rivojlanishga taalluqli har xil takliflarga asoslangan faoliyat tadbirlari ishlatiladi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar rivojlanishiga imkon bo'lgan yo'llarini o'rganib va ishlab chiqish prognozlashtirish zarur uning asosiy vazifasi - kelajak davrda moliyaviy resurslar hajmini aniqlash, ularning manbalarini ifodalab va iloji boricha samaraliroq ishlatish yo'llarini belgilamoqdir.

Prognozlash, moliyaviy siyosatni amalga oshirishlar paydo bo'layotgan sharoitlarni yaxshilab o'rganib va ko'rib chiqishga imkon yaratadi, ichki va tashqi sharoitlarni inobatga olgan holda tahlil qilib, sanoat korxonalarini moliyalashtirish va bozor sharoitida faoliyatini mustahkamlashga kelajakda moliyaviy strategiyani aniqlashga imkon beradi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida sanoat korxonalarini taraqqiyoti sharoitlarini tashkil etishda boshlang'ich bo'lib prognozlashtirish (yoki istiqbolni belgilash) maydonga chiqadi. U o'z ichiga quyidagilarni oladi:

Birinchidan, aksiya kursini qurilishga berilgan litsenzyalari buyurtmalarini hajmini, asbob-uskunalarini yetkazib berish kabi bozor ko'rsatkichlarini sinchiklab kuzatish. Tegishli statistik qatorlar ko'pincha umumiy iqtisodiy o'zgarishlar to'g'risida ogohlantiradi.

Ikkinchidan, prognozlashtirish modellarining har biri iqtisod sohasining u yoki bu tomonini ilmiy tavsifini bergan holda foydalanishni mo'ljallaydi. Model ichiga dinamik (o'zgarishlarga boy) ko'rsatkichlar ham kiritiladi, shu qatorda fiskal amaliyotida yuz berishi mumkin (ehtimoli) bo'lgan o'zgarishlar ham e'tiborga olinadi. Natija bo'lib, kelgusi yilga iqtisodiy o'sish, mehnat va kapital bozorlarning ahvolini prognozi bo'lishi kerak.

Kon'yunkturaviy prognoz baholari siyosatchilarga kerak bo'lgani kabi, tadbirkorlar uchun investitsiyalar, mahsulotni ishlab chiqarish hajmi va boshqa ko'rsatkichlar to'g'risida mo'ljal bo'ladi.

Moliyaviy rejalarni tuzish jarayoni asosan uch bosqichda olib boriladi:

Birinchi bosqich - o'tgan bazis yilida erishilgan hamma iqtisodiy ko'rsatkichlar bo'yicha, masalan, ishlab chiqarish rejasi, mahsulot realizatsiyasi, tannarx, asosiy va oborot fondlaridan foydalanish darajasi va shu kabilar bo'yicha chuqur iqtisodiy tahlil qilinadi. Iqtisodiy tahlil jarayoniga daromadlarning ko'paytirish yo'llari, moliyaviy resurslardan oqilona foydalanish yo'llari va chora ko'rildi hamda shular asosida xomaki hisoblar hal qilinadi.

Ikkinchi bosqichda - birinchi bosqichdagi ma'lumotlarga asoslanib, daromad va xarajatlarning konkret turlari bo'yicha moliyaviy hisob-kitoblar qilinadi. Ma'lumki, moliyaviy ko'rsatkichlar sinoptik xarakterga egadir, ular butun ishlab chiqarish faoliyatining moliyaviy yakunlarini ko'rsatadi. Dastlab, shu ko'rsatkichlarga asoslanib ishlab chiqarishning o'sishi yuzasidan xulosalar qilinadi va shu asosda moliyaviy ko'rsatkichlarni o'sishi hisob-kitob qilinadi.

Uchinchi bosqichda - daromadlar va xarajatlar tenglashtiriladi, iqtisodiy tahlil jarayonida daromadlar va xarajatlarni o'sish yoki kamayish tendensiyasi aniqlanadi. Moliyaviy rejalashtirish jarayonida quyidagi usullardan foydalaniladi: balans, normativ, koeffitsiyent, iqtisodiy tahlil va boshqalar. O'zaro bir-biriga bog'liq bo'lgan barcha moliya rejalari yig'indisi moliya rejalari tizimi deb yuritiladi. Bu moliya rejalari tizimi mintaqalarda, hududlarda pul mablag'larini taqsimlashni, pul fondlarini tashkil etish va ulardan foydalanishni, takror ishlab chiqarish jarayonida moliyaning alohida zvenolari rolining ifodalashini o'z ichiga olish.

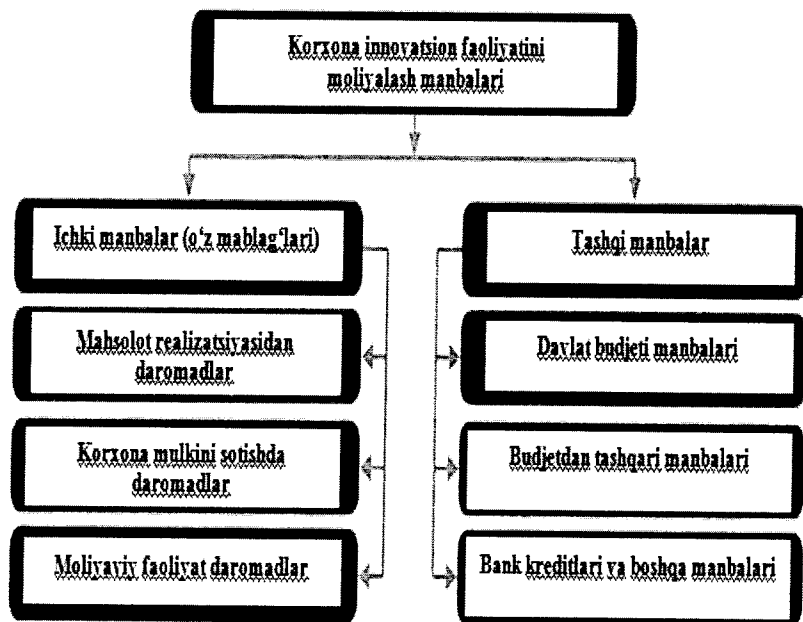
Moliyaviy rejalashtirish jarayonida bir necha xil rejalalar tuziladi. Moliya rejalari tizimida sohalarda moliya asosiy o'rinni egalaydi va bu yerda daromadlar va xarajatlar ayniqsa muhim rol o'ynaydi. Hozirgi paytda korxonalar moliyaviy rejalari biznes rejalari deb yuritilmoqda.

9.4. Korxonada innovatsion faoliyatni moliyalashtirish yo'nalishlari

Innovatsion faoliyatni moliyalashtirishning oqilona tizimini yaratish orqali moliyaviy resurslarni jamlash va ularni innovatsion jarayonlarning ustuvor sohaslariga yo'naltirish imkoniyatlari paydo bo'ladi.

Innovatsion faoliyatni moliyalashtirish – yangi turdagi mahsulotlarni ishlab chiqarish jarayonini loyihalashtirish, tadqiq etish va tashkil qilish, ishlanmalar va tashkiliy jarayonlarni, yangi turdagi texnika va texnologiyalarni, ish va xizmatlarni, shuningdek, boshqaruvning yangi shakl va uslublarini yaratish va joriy etishga yo'naltirilgan pul mablag'laridan foydalanishdir.

Korxonada innovatsion faoliyatini moliyalashtirish manbalarini ichki (o'z mablag'lari) va tashqi manbalarga ajratish mumkin.



9.2-rasm. Korxonada innovatsion faoliyatini moliyalashtirish manbalarini

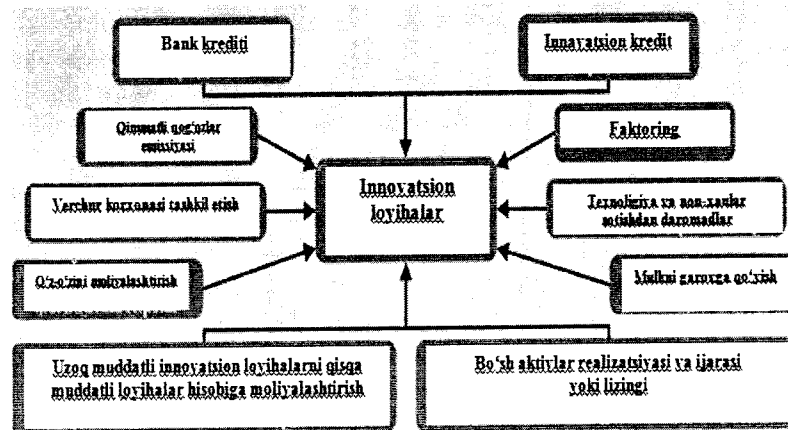
Innovatsion loyihaning mahsulot hayotiylik sikli barcha bosqichlarida zarur moliyaviy resurslar bilan ta'minlanganligining yuqori darajasi bozor tomonidan mahsulot yetarli darajada qabul qilinmasligi bilan bog'liq xatarni kamaytiradi va uning samaradorligini oshiradi.

Quyidagilar innovatsion faoliyatni moliyalashtirish tizimining elementlari hisoblanadi:

- investitsion resurslar manbalarini;
 - moliyaviy mablag'larni jamlash va ularni innovatsion loyihalarga investitsiyalash mexanizmi;
 - investitsion resurslar samaradorligi va qarzi kapitalining qaytarilishini ta'minlashga qaratilgan boshqarish mexanizmi.
- Innovatsion faoliyatni moliyalashtirishning quyidagi shakllari mavjud:

- korxonaning o'z mablag'lari hisobidan moliyalashtirish;
- bank kreditlari orqali moliyalashtirish;
- vechur moliyalashtirish;
- lizing;
- forfeyting;
- aralash moliyalashtirish va boshqalar.

Umuman olganda, innovatsion loyihalarni moliyalashtirish tizimi moliyalashtirish manbalarini va moliyalashtirishning tashkiliy shakllarini o'z ichiga oladi.



9.3-rasm. Innovatsion faoliyatini moliyalashtirishning xilma-xilligi

Quyidagilar innovatsion faoliyatning asosiy shakllari bo‘lib hisoblanadi:

- ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlari (NIOKR);
- texnologik ishlar, ishlab chiqarishni va sanoat sinovlarini o‘tkazishni tayyorlash;
- patentlar, litsenziyalar va nou-xaular olish;
- innovatsion faoliyatni amalga oshirish borasidagi investitsion faoliyat.

Innovatsion loyihalarni davlat tomonidan moliyalashtirish shakli asosan davlat budjetini tashkil etuvchi Respublika va mahalliy budjetlar mablag‘lari evaziga amalga oshiriladi. Bu jarayonda asosiy e‘tibor milliy iqtisodiyot tarmoqlarining strategik ahamiyatiga qaratiladi. Ustuvor ahamiyatga molik tarmoqlardagi innovatsion loyihalarni moliyatirish orqali xalqaro maydondagi raqobatbardoshlik ta‘minlanishi ko‘zda tutiladi. Budget mablag‘larining innovatsion loyihalarga ajratilishi quyidagi shakllarda amalga oshiriladi:

- davlat maqsadli dasturlarini amalga oshirish doirasida;
- istiqbolli innovatsion loyihalarni tanlov orqali tanlab olish asosida.

Korxonaning o‘z mablag‘lari hisobiga innovatsion faoliyatni moliyalashtirish birmuncha murakkab masala hisoblanadi. Odatda kichik biznes tarkibiga kiritiluvchi xo‘jalik yurituvchi subyektlarning innovatsion faoliyat bilan shug‘ullanish uchun yetarli darajada mablag‘lari bo‘lmaydi. Aksariyat hollarda innovatsion faoliyatni olib borish yirik korxonalar, ya‘ni aksiyadorlik jamiyati shaklidagi korxonalarda uchraydi. Aksiyadorlik jamiyati shaklidagi korxonada yirik hajmdagi moliyaviy mablag‘larni jamlay olish va uni aynan innovatsion faoliyatga yo‘naltirish imkoniyati oshadi. Shu bilan birga, bu shakldagi korxonalarda istiqbolli innovatsion loyihalarni moliyalashtirish uchun qo‘shimcha aksiyalar emissiyasini amalga oshirish imkoniyatlari mavjud. Bu yo‘l bilan kredit resurslaridan foydalanish jarayonida yuzaga keluvchi iqtisodiy xarajatlar birmuncha tejab qolinadi.

Qimmatli qog‘ozlarning qo‘shimcha emissiyasi miqdorini aniqlash uchun quyidagi ko‘rsatkichlar e‘tiborga olinadi:

- innovatsion loyihani amalga oshirish uchun moliyaviy resurslar hajmi;
- kapital va dividend miqdorining kutilayotgan o‘sish hajmi;
- aksiyalarning joylashtirilishi natijasida emitent tomonidan olinishi kutilayotgan pul tushumlari hajmi.

Innovatsion faoliyatni moliyalashtirish bo'yicha jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, tijorat banklari tomonidan innovatsion faoliyatni moliyalashtirishda asosiy e'tibor loyihaning o'z-o'zini qoplash muddatlariga qaratiladi. Aksariyat hollarda tijorat banklari innovatsion loyihaning o'zini o'zi qoplay olish muddatlari, uning to'liq amalga oshirilishi muddatlaridan ozroq muddatga mo'ljallangan loyihalarni moliyalashtirishdan manfaatdor bo'ladilar.

Bank kreditlari uchun foiz stavkalari kredit muddati, hajmi, loyihaning tavakkalchilik darajasi, qarz oluvchining moliyaviy holati va boshqa jihatlarni e'tiborga olgan holda belgilanadi. Xorijiy davlatlarda investitsion banklar tomonidan foiz stavkasini belgilashda mavjud bazis stavkalaridan foydalaniladi (LIBOR, LIBID va FIBOR).

Innovatsion loyihalarni venchur asosida moliyalashtirishning dastlabki bosqichlardan oq yuqori tavakkalchilik xatari mavjud bo'lib, investitsiyalashtirilgan jarayonlarning yakuniy natijalari amalga oshirilgandan keyin ijobiy samaraga erishilmagan taqdirda moliyalashtirilgan mablag'lardan ajralib qolish holati kuzatilishi mumkin.

Venchur kapitalining investorlari barcha mas'uliyat va moliyaviy xatarlarni tadbirkor bilan teng sheriklikda o'z zimmlariga oladilar. Venchurli investitsiyalar odatda 5-7 yil davomida faoliyat ko'rsatadi. Innovatsion loyihani amalga oshirishni moliyaviy mablag'lar bilan ta'minlashning quyidagi bosqichlari farqlanadi:

- 1) fondni (jamg'armani) yaratish;
- 2) kelishuvlarni amalga oshirish (shartnomalarni imzolash);
- 3) investitsiyalash;
- 4) investitsiyalashdan keyingi boshqaruv;
- 5) biznesdan chiqish jarayonini boshqarish².

Moliyaviy lizing mulkni, bevosita moliyaviy ijara obyektini kelishilgan shartnomaga binoan o'n ikki oydan ortiq muddatga egalik qilish va foydalanish huquqini berishda yuzaga keladigan ijaraviy munosabatlardir. Moliyaviy lizing quyidagi shartlarga javob berishi kerak:

-moliyaviy lizing shartnomasining muddati tugagach, moliyaviy ijara obyekti ijaraga oluvchining mulki bo'lib o'tishi;

-moliyaviy lizing shartnomasining muddati moliyaviy lizing obyekti xizmat muddatining 80 foizidan ortiq bo'lishi yoki moliyaviy lizing obyektning moliyaviy lizing shartnomasi tugaganidan keyingi qoldiq qiymati uning boshlang'ich qiymatining 20 foizidan kamrog'ini tashkil qilishi;

-moliyaviy lizing shartnomasining muddati tugagach, ijara oluvchi moliyaviy lizing obyektini ushbu huquq sotilish kunidagi bozor qiymatidan ancha past narxda sotib olish huquqiga ega ekanligi va bunda lizing muddatining boshida ushbu huquqning sotilishiga asoslangan ishonchning mavjud bo'lishi;

-moliyaviy ijara shartnomasi amal qiladigan davr uchun ijara to'lovlarining diskontlangan joriy qiymati moliyaviy ijara obyektini ijara berish paytidagi joriy qiymatining 90 foizidan ortiq bo'lishi.

Moliyaviy lizing bir tomondan yuqori qiymatli asbob-uskunalarni ko'p sonli foydalanuvchilarga taqdim etish imkoniyatini, ikkinchi tomondan lizing oluvchilarning muayyan davrda yirik hajmdagi xarajatlarni kamaytirish imkonini beradi.

Forfeyting tijorat kreditining bank kreditiga aylanishi bilan bog'liq operatsiya hisoblanadi. Bu operatsiyaning mohiyati quyidagilarda ifodalanadi: forfeyting operatsiyalarida ishlatiladigan moliyaviy vositalar banklardagi an'anaviy savdo veksellari hisob-kitoblari kabi qo'llaniladi. Farqi shundaki, veksellarning egasi yagona import qiluvchi sifatida forfeytingda tavakkalchilik bilan bog'liq bo'ladi. Oddiy hisob-kitobda esa veksellarning qonunchiligiga binoan ko'pgina hollarda qarzdorlik javobgarligi eksport qiluvchining xaridorni kreditlashni uzaytirishiga imkon beradi.

Bankning forfeyting operatsiyalari bo'yicha tavakkalchilikni o'z zimmasiga olishi investorlarning o'z mablag'larini uzoq muddatga qo'shimcha joylashtirishga qiziqishlarini oshiradi. Forfeyting operatsiyalarida ishtirok etuvchi banklar uchun yevrovaluta bozori moliyaviy vositalar bozori bo'lib hisoblanadi. Forfeyting bo'yicha kreditlash muddatlari odatda 1 yildan 7 yilgacha bo'lgan davrni tashkil etadi.

Asosiy tayanch tushunchalar

Moliyaviy resurs, moliyaviy barqarorlik, moddiy boylik, moliyaviy majburiyat, moliya bozori, korxonalar moliyasi, fond bozori, investitsiya fondi, ustav kapitali, valuta fondi, amortizatsiya fondi, investitsion assignatsiyalash, investitsion soliq, aksiya kursi, prognozlashtirish modellari, konyukturaviy prognoz, moliyaviy faoliyat, venchur moliyalashtirish, investitsion bank, moliyaviy lizing, moliyaviy lizing shartnomasi, forfeyting operatsiya.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Korxonalarni moliyaviy resurslar bilan ta'minlashning mohiyati va asosiy yo'nalishlari.

2. Moliyaviy resurslarni tasniflash: ichki va tashqi moliyaviy resurslar.

3. Korxonada faoliyatiga moliyaviy resurslarni jalb etish qanday shakllarda amalga oshiriladi?

4. Korxonada faoliyatini moliyaviy rejalashtirish qanday maqsadlarni o'zida aks ettiradi?

5. Korxonada faoliyatida moliyaviy rejalarni tuzish jarayonining asosiy bosqichlari.

6. Korxonada innovatsion faoliyati qanday manbalar orqali moliyalashtiriladi?

7. Korxonada innovatsion faoliyatini moliyalashtirish tizimi qanday elementlardan tashkil topadi?

X bob. KORXONALARNI RIVOJLANISHIDA XARAJATLARNI TEJASH VA MAHSULOT TANNARXINI KAMAYTIRISH

Mazkur bobda xarajatlarning iqtisodiy mohiyati, uning turlari, mahsulot tannarxini kalkulyatsiya qilish usullari, iqtisodiyotdagi tarkibiy o'zgarishlar sharoitida korxonalarni rivojlanishida xarajatlarni tejash va mahsulot tannarxini kamaytirishning nazariy va amaliy jihatlari tadqiq etilgan.

10.1. Xarajatlarining mohiyati va ularning korxonada faoliyatidagi ahamiyati.

10.2. Korxonada xarajatlarining tavsifi va tasnifi.

10.3. Korxonada xarajatlari tahlilining vazifalari.

10.4. Mahsulot tannarxini kalkulyatsiya qilish usullari

10.5. Korxonada xarajatlarini tejash va samaradorligini oshirish yo'llari.

10.1. Xarajatlarining mohiyati va ularning korxonada faoliyatidagi ahamiyati

Korxonaning iste'mol bozoriga mahsulot yetkazib berishdagi qobiliyati va intilishini belgilovchi eng muhim omillardan biri bu ishlab chiqarish xarajatlaridir. Har qanday tovarni ishlab chiqarish o'zining nisbatan kamyobligi tufayli ma'lum bahosiga ega bo'lgan iqtisodiy resurslar xarajatini talab etadi. Korxonada bozorga chiqarishga intilgan qandaydir tovarning miqdori, bir tomondan, uni ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan bahoga (xarajatlarga) va resurslardan foydalanish samaradorligiga bog'liq bo'lsa, ikkinchi tomondan, bozorda sotiladigan tovarning bahosiga bog'liq bo'ladi.

Iqtisodchilar xarajatlarga barcha to'lovlarni – tashqi va ichki to'lovlarni qo'shib hisoblaydilar. Ular resurslarni mo'ljallangan faoliyat doirasida to'plash va saqlash uchun zarur bo'ladi. Agar buxgalterni korxonaning moliyaviy balansi qiziqтира hamda u aktiv va passivni nazorat qilib borsa, korxonaning o'tgan davrlardagi faoliyati foydali-

ligini baholasa, korxonalar rahbarlari va iqtisodchilar esa aksincha, korxonaning kelajagi bilan qiziqadilar. Ularning oldilarida xarajatlarni qanday qilib kamaytirish va rentabellikni oshirish zarurligi vazifasi turadi. Ular, o'z navbatida, iqtisodiy yoki faqat shu turdagi tovarni ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan xarajatlar bilan qiziqadilar. Bunda shu tovar o'rniga boshqa turdagi alternativ tovar ishlab chiqarish mumkin bo'lmaydi va ma'lum turdagi resurslar tanlanadi. Natijada korxonaning resurslaridan eng yaxshi darajada foydalanish imkoniyatlari saqlab qolinadi.

Iqtisodiy xarajatlar – bu korxonalar to'lashi shart bo'lgan to'lovlardir. Bunday to'lovlar tashqi yoki ichki to'lovlar bo'lishi mumkin. Korxonaning o'z hisobidan mehnat resurslari, xomashyo, yoqilg'i, transport xizmatlari, energiya va boshqalar bilan ta'minlovchilar foydasiga beradigan pul to'lovlari, ya'ni pul xarajatlar – tashqi xarajatlar deb ataladi. Boshqacha so'z bilan aytganda, tashqi xarajatlar shu korxonaga egalik qilmaydigan ta'minlovchi tashkilotlarning resurslari uchun to'lovlardan iboratdir. Korxonalar bulardan tashqari, faqat o'z ixtiyorida bo'lgan resurslardan ham foydalanishi mumkin. Resurslardan foydalanish bo'yicha bo'ladigan xarajatlar ichki xarajatlar, ya'ni haq to'lanmaydigan xarajatlar deb ataladi. Korxonalar yoki tarmoqning belgilangan hajmdagi mahsulotni ishlab chiqarish uchun qiladigan xarajatlari ishlab chiqarishda band bo'lgan barcha resurslar miqdorini o'zgartirish imkoniyatlariga bog'liqdir.

Foydalaniladigan ko'pgina resurslar miqdori (ko'pincha jonli mehnat turlari, xomashyo, yoqilg'i, energiya va boshqalar) osongina, tez o'zgartirillishi mumkin. Boshqa resurslarni o'zlashtirish uchun ko'p vaqt talab qilinadi. Masalan, qayta ishlash sanoati korxonalari asosiy fondlari, ya'ni uning ishlab chiqarish binolari maydonlari, undagi mashinalar va dastgohlarning miqdori uzoq vaqt mobaynidagina o'zgartirilishi mumkin.

Ishlab chiqarish jarayonida ishlatiladigan resurslar hajmini o'zgartirishga ketgan vaqt - qisqa muddatli va uzoq muddatli davrlarga ajratiladi. Qisqa muddatli davr – bu korxonalar o'zining o'zgarishlar ishlab chiqarish quvvatidan intensiv foydalanish darajasini o'zgartirish uchun yetarli miqdordagi davrdir. Uzoq muddatli davr – bu ancha uzun bo'lgan davr bo'lib, korxonada band bo'lgan barcha resurslar va ishlab chiqarish quvvati miqdorini ham o'zgartirish mumkin bo'ladi. Tarmoq nuqtayi nazaridan olsak, uzoq muddatli davr - uning tarkibida amal qilib turgan korxonalar tarmoqni tark etib ketishi va yangilari tarmoq tarkibiga

qo‘shilishi uchun yetarli bo‘lgan vaqtni o‘z ichiga oladi. Agar qisqa muddatli davr – quvvatlarni o‘zgartirish mumkin bo‘lmagan davrdan iborat bo‘lsa, uzoq muddatli davr o‘zgaruvchan quvvatlar davridir. Mahsulot ishlab chiqarishning kamayib borishi yoki “nisbatlar o‘zgarishi” qonuni shuni tasdiqlaydiki, ma’lum vaqtdan so‘ng o‘zgaruvchan resurslar birligini o‘zgarimas resurslarga sarfni oshirib borish har bir keyingi o‘zgaruvchan resurs birligiga to‘g‘ri keladigan qo‘shimcha pirovard mahsulotni ishlab chiqarishni kamaytiradi. Boshqacha qilib aytsek, agar shu mashinalarda xizmat qiluvchi ishchilar soni oshib borgan sari mahsulot ishlab chiqarish hajmi ham pasayib boradi.

Doimiy xarajatlar deb, hajmi ishlab chiqariladigan mahsulot hajmining o‘zgarishiga qarab o‘zgaraydigan xarajatlarga aytiladi. Doimiy xarajatlar korxonada ishlab chiqarish dastgohlarining borligi, amal qilishi bilan bog‘liq xarajatlar bo‘lib, ular korxonada hech narsa ishlab chiqarmasa ham amalga oshiriladi (korxonada tomonidan to‘lanadi). Odatda, doimiy xarajatlarga qimmatli qog‘ozlar bo‘yicha majburiyatlar to‘lovi, reja to‘lovlari, binolar va dastgohlar amortizatsiyasining bir qismi, sug‘urta to‘lovlar, korxonada mutaxassislarini tayyorlash to‘lovlari, rahbar xodimlariga haq to‘lashlar kiradi. Ishlab chiqariladigan mahsulot hajmining o‘zgarishiga bog‘liq holda o‘zgaradigan xarajatlar miqdoriga o‘zgaruvchan xarajatlar deyiladi. Ularga xomashyo, materiallar, yoqilg‘i, energiya, transport xizmatlari, mehnat resurslarining ko‘pgina qismi uchun va shunga o‘xshash mehnat resurslari uchun xarajatlar kiradi. Shuni aytish kerakki ishlab chiqariladigan mahsulot hajmining bir birlikka o‘sishi (yoki kamayishi) bilan o‘zgarimas xarajatlar summasini o‘sishi (yoki kamayishi) doimiy bo‘lib qolmaydi. Mahsulot ishlab chiqarish hajmining oshib borishi jarayonida o‘zgaruvchan xarajatlar qandaydir vaqt mobaynida past sur‘atlar bilan ortib boradi: shunday holat ishlab chiqariladigan mahsulot hajmining ma’lum miqdorigacha davom etadi. Shundan so‘ng o‘zgaruvchan xarajatlar har bir keyingi ishlab chiqariladigan mahsulot uchun yuqori sur‘atlarda oshib boradi. O‘zgaruvchan xarajatlarning bunday harakati foydalilikning (qaytimning) kamayib borishi qonuni bilan belgilanadi. Mahsulot birligi uchun to‘g‘ri kelgan xarajatlarning o‘rtacha miqdori, odatda, mahsulot birligi uchun belgilangan baho bilan taqqoslashda ishlatiladi. Pirovard xarajatlar (MS) deb qo‘shimcha mahsulot birligini ishlab chiqarish bilan bog‘liq bo‘lgan ortiqcha (qo‘shimcha) xarajatlarga aytiladi. Pirovard xarajatlar umumiy xarajatlar yig‘indisi (summasi)

o'zgarishining (TS) ishlab chiqarilgan mahsulot hajmining (miqdori) o'zgarishiga Q nisbati bilan topiladi:

$$MC = \frac{TC}{Q}$$

Pirovard xarajatlar (MS) korxonaning oxirgi mahsulot birligini ishlab chiqargan holda qiladigan xarajatlarini ko'rsatadi va shu bilan bir vaqtda shu oxirgi birlik mahsulotga ishlab chiqarish hajmini kamaytirganda oladigan "tejamini" ham ifodalaydi. O'rtacha xarajatlar bunday ma'lumotlarni bermaydi.

Pirovard xarajatlar mahsulot hajmining bir birlikka ko'payishi yoki kamayishi bilan bog'liq bo'lgan xarajatlarni o'zgarishini ko'rsatadi. Pirovard xarajatlarni pirovard tushum (mahsulot sotishdan kelgan pul mablag'lari) bilan taqqoslash, mahsulot hajmining bir birlikka ortishi yoki kamayishi bilan bog'liq tushum o'zgarishini ko'rsatadi va korxonaga ishlab chiqarish hajmining u yoki bu tomonga o'zgarishi foydaliligini yuzaga chiqarishga imkon beradi.

10.2. Korxonalar xarajatlarining tavsifi va tasnifi

Korxonalar xarajatlari deganda – tadbirkorlik faoliyati va beznesni yo'lga qo'yishdagi maqsadli harakatni boshqarish yuzaga chiquvchi sarflarga aytiladi. Amalga oshirilgan xarajatlar korxonaning bir maromda faoliyat yuritishini ta'minlaydi. Korxonalar o'z faoliyati davomida moddiy va mehnat xarajatlarini amalga oshiradi. Xarajatlarning asosiy ulushi mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'ladi. Ishlab chiqarishning jami xarajatlari mahsulotning ishlab chiqarish tannarxini tashkil etadi va unga qarab ishlab chiqarilayotgan mahsulot korxonaga qanchaga tushayotganini aniqlash mumkin.

Korxonalar mahsulotlarni sotish bilan bog'liq xarajatlarni ham amalga oshirishadi. Bunday xarajatlar ishlab chiqarishdan tashqari yoki muomala xarajatlari ham deyiladi. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1999- yil 5-fevraldagi 54-son qarori bilan tasdiqlangan "Mahsulot (ish, xizmat)larni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to'g'risidagi Nizom"ga muvofiq korxonalar xarajatlari quyidagi guruhlariga bo'linadi:

- mahsulotning ishlab chiqarish tannarxiga kiritiladigan xarajatlar;

- ishlab chiqarish tannarxiga kiritilmaydigan, biroq asosiy faoliyatdan olingan foydada hisobga olinadigan hamda davr xarajatlariga kiritiladigan xarajatlar;

- korxonada umumxo'jalik faoliyatidan olingan foyda yoki zararlarni hisoblab chiqishda hisobga olinadigan korxonaning moliyaviy faoliyati bo'yicha xarajatlari;

- favqulodda zararlar.

Mahsulot (ish, xizmat)larni ishlab chiqarish tannarxi ishlab chiqarish yoki qayta ishlash jarayonida ishlatilgan tabiiy resurslar, xomashyo, materiallar, yoqilg'i, energiya, asosiy vositalar (amortizatsiya), mehnat rurslari va boshqa ishlab chiqarish bilan bog'liq xarajatlarining qiymat ko'rinishini ifoda etadi. Mahsulotning ishlab chiqarish tannarxiga ishlab chiqarishni tashkil qilish uslubi va texnologiyasi bilan belgilangan mahsulotni ishlab chiqarish (ish, xizmatlar bajarish) bilan bevosita bog'liq xarajatlar kiritiladi. Bularga: bevosita va bilvosita moddiy xarajatlar, bevosita va bilvosita mehnat xarajatlari, ishlab chiqarish yo'nalishidagi ustama xarajatlar hamda boshqa bevosita va bilvosita xarajatlar kiradi.

Mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq xarajatlarga ishlab chiqarish xarajatlari deb ataladi. Ularga quyidagilar kiradi:

- material xarajatlari;

- mehnat haqi xarajatlari;

- ishlab chiqarish bilan bog'liq ma'muriy xarajatlar.

Bevosita material xarajatlari mehnat haqi bilan birgalikda dastlabki xarajatlarni tashkil etadi. Mehnat haqi va ishlab chiqarish xarakteridagi ma'muriy boshqaruv xarajatlari birgalikda konvertsiya xarajatlarini tashkil etadi. Material xarajatlari konvertsiya xarajatlari bilan birgalikda to'liq ishlab chiqarish tannarxini tashkil etadi. Ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lmagan barcha xarajatlarga noishlab chiqarish xarajatlari deb ataladi. Ular tarkibiga sotish bilan bog'liq xarajatlar, ilmiy tekshirish va tadqiqot xarajatlari, umumiy va ma'muriy boshqaruv xarajatlari, boshqaruv xarajatlari, olingan kredit uchun foiz to'lovlari va boshqa ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lmagan xarajatlar kiritiladi.

Xo'jalik yurituvchi subyektlarning faoliyatidagi xarajatlarni yuqoridagi ko'rinishda turkumlash bilan bir qatorda yana quyidagi xususiyatlari bo'yicha ham tasniflab chiqishimiz mumkin. Yuzaga chiqish shakliga ko'ra:

- asosiy ishlab chiqarish xarajatlari;

- moliyaviy faoliyat bo'yicha xarajatlar;

- tasodifiy, favquloddagi xarajatlar.

Mahsulot tannarxiga qo'shilishiga ko'ra:

- mahsulot ishlab chiqarish tannarxiga kiritiladigan xarajatlar;
- mahsulot ishlab chiqarish tannarxiga kiritilmaydigan xarajatlar.

Yuzaga chiqish o'rni bo'yicha:

- bo'lim bo'yicha qilingan xarajatlar;
- sex bo'yicha qilingan xarajatlar;
- uchastka bo'yicha qilingan xarajatlar va hokazo.

Sotish hajmiga hisobdan chiqarilishiga ko'ra:

- mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari;
- davr xarajatlari.

Davriga ko'ra:

- joriy davr xarajatlari;
- kelgusi davr xarajatlari.

Soliqqa tortiladigan foyda summasini aniqlashda hisobga olinishiga ko'ra:

- soliqqa tortiladigan bazaga qayta qo'shiladigan doimiy tafovutlar;
- soliqqa tortiladigan bazaga qo'shiladigan davri bo'yicha tafovutlar;
- soliqqa tortiladigan bazani aniqlashda hisobga olinmaydigan xarajatlar.

Mahsulot hajmining o'zgarishiga muvofiq:

- o'zgaruvchan xarajatlar;
- o'zgarmas xarajatlar.

Mahsulot tannarxiga qo'shilishiga qarab:

- to'g'ri (bevosita) xarajatlar;
- egri (bilvosita) xarajatlar.

Moliyaviy natijalarga daxlsizligi bo'yicha:

- mahsulot tannarxiga qo'shiladigan xarajatlar;
- foyda hisobidan qoplanadigan xarajatlar.

Mahsulotning ishlab chiqarish tannarxiga kiritiladigan xarajatlar ularning iqtisodiy mazmuniga ko'ra quyidagi elementlar bilan guruhlarga ajratiladi:

- ishlab chiqarish moddiy xarajatlari (qaytariladigan chiqitlar qiymati chiqarib tashlangan holda);
- ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo'lgan mehnatga haq to'lash xarajatlari;
- ishlab chiqarishga tegishli bo'lgan ijtimoiy sug'urta ajratmalari;

- asosiy fondlar va ishlab chiqarish ahamiyatiga ega bo'lgan nomoddiy aktivlar amortizatsiyasi;

- ishlab chiqarish ahamiyatiga ega bo'lgan boshqa xarajatlar.

Mahsulot (ish, xizmat) ishlab chiqarish xarajatlarining eng yirik elementi – moddiy xarajatlardir. Mahsulot (ish, xizmat) ishlab chiqarish tannarxi tarkibida ularning hissasi 60 – 90 foizni tashkil etishi mumkin.

Ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan moddiy xarajatlarga quyidagilar kiradi:

- mahsulot tayyorlashda (ishlarni bajarishda, xizmatlar ko'rsatishda) zarur tarkibiy qism hisoblangan chetdan solib olinadigan xomashyo va materiallar;

- normal texnologik jarayonni ta'minlash va mahsulotlarni butlash, qadoqlash va o'rash, mahsulot (ish, xizmat) lar yoki boshqa ishlab chiqarish ehtiyojlariga sarflanadigan (asbob-uskunalar, binolar, inshootlar va boshqa asosiy vositalar sinovini o'tkazish, nazorat qilish, saqlash, tuzatish va ulardan foydalanish uchun) materiallar, shuningdek asbob-uskunalarni tuzatish uchun ehtiyot qismlar, instrumentlar, moslamalar, inventar priborlar, laboratoriya asbob-uskunalari va asosiy fondlarga kirmaydigan boshqa mehnat vositalarining eskirishi, maxsus kiyim-bosh va boshqa arzon baholi ashyolarning eskirishi;

- sotib olinadigan, kelgusida ushbu korxonada montaj qilinadigan yoki qo'shimcha ishlov beriladigan butlovchi buyumlar va yarimtayyor mahsulotlar;

-tashqi yuridik va jismoniy shaxslar, shuningdek korxonaning ichki tarkibiy bo'linmalari tomonidan bajariladigan faoliyatning asosiy turiga tegishli bo'lmagan ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo'lgan ishlar va xizmatlar;

- tabiiy xomashyo (yer rekultivatsiyasiga ajratmalar, ixtisoslashtirilgan yuridik shaxslar tomonidan amalga oshiriladigan yerni rekultivatsiya qilish ishlariga haq to'lash), ildizi bilan beriladigan daraxtga haq to'lash, sanoat korxonalarini tomonidan suv xo'jaligi tizimida belgilangan limitlar doirasida va undan ortiq olinadigan suv uchun haq to'lash. Sanoatning xomashyo tarmoqlari uchun yog'och-taxta materiallardan yoki foydali qazilmalardan (rudadan) foydalanishga huquqlarning amortizatsiya qilinadigan qiymati yoki atrof-muhitni tiklash xarajatlari;

- texnologik maqsadlarga, energiyaning barcha turlarini ishlab chiqarishga, binolarni isitishga sarflanadigan yoqilg'ining chetdan sotib olinadigan barcha turlari, korxonani transporti tomonidan bajariladigan ishlab chiqarishga xizmat ko'rsatish bo'yicha transport ishlari;

- korxonaning texnologik, transport va boshqa ishlab chiqarish va xo‘jalik ehtiyojlariga sarflanadigan barcha turdagi xarid qilinadigan energiya;

- ishlab chiqarish sohasida moddiy boyliklarning tabiiy yo‘qolish normalari doirasida va ulardan ortiqcha yo‘qotilishi, yaroqsizlanishi va kam chiqishi;

- korxonaning transporti va xodimlari tomonidan moddiy resurslarni yetkazish bilan bog‘liq xarajatlar (yuklash va tushirish ishlari ham shu jumlagi kiradi) ishlab chiqarish xarajatlarining tegishli elementlariga kirishi kerak (mehnatga haq to‘lash xarajatlari, asosiy fondlar amortizatsiyasi, moddiy xarajatlar va boshqalar);

- korxonalar tomonidan moddiy resurslarni yetkazib beruvchilardan olinadigan idishlar. Mahsulot tannarxiga kiritiladigan moddiy resurslar xarajatlaridan qaytariladigan chiqindilar qiymati hamda idish va o‘rash, joylash materiallari qiymati, ularning amalda sotilishi, foydalanishi yoki omborga kirim qilinishi narxi bo‘yicha chiqarib tashlanadi. "Moddiy xarajatlar" elementlari bo‘yicha aks ettiriladigan moddiy resurslar qiymati sotib olish narxidan, shu jumladan barter bitimlarida, qo‘shimcha narx (ustama)dan, ta‘minot, tashqi iqtisodiy tomonidan to‘lanadigan vositachilik taqdirlashlaridan, tovar birjalari xizmatlari qiymatidan, shu jumladan brokerlik xizmatlaridan, bojlar va yig‘imlardan, transportda tashishga haq to‘lashdan, tashqi yuridik shaxslar tomonidan amalga oshiriladigan saqlash va yetkazib berishga haq to‘lashdan kelib chiqib shakllanadi.

Ishlab chiqarish xarajatlarining yirik elementlariga asosiy ishlab chiqarish fondlarining eskirishi kiradi. U amortizatsiya ajratmalari summasiga tengdir. Unga asosiy fondlarning tezlashtirilgan amortiza-tsiyasi va uning indeksatsiyasi ham kiradi. Ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo‘lgan mehnatga haq to‘lash xarajatlari – bu korxonaning asosiy ishlab chiqarish xodimlariga mehnat haqi to‘lash bilan bog‘liq xarajatlardir. Ularga quyidagilar kiradi:

- korxonada qabul qilingan mehnatga haq to‘lash shakllari va tizimlariga muvofiq ishbay rastsenkalar, tarif stavkalar va lavozim maoshlaridan kelib chiqib, amalda bajarilgan ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo‘lgan ish uchun hisoblangan ish haqi, shu jumladan bajarilgan ishni hisobga olish bo‘yicha dastlabki hujjatlarda nazarda tutilgan rag‘batlantiruvchi tUSDagi to‘lovlar;

- kasb mahorati va murabbiylik uchun tarif stavkalariga va okladlariga ustamalar;

- ish rejimi na mehnat sharoitlari bilan bog‘liq bo‘lgan kompensatsiya tusidagi to‘lovlar (texnologik jarayon jadvalida nazarda tutilgan tungi vaqtda, ishdan tashqari vaqtda, dam olish va bayram kunlari ishlaganlik uchun tarif stavkalari va okladlariga ustamalar va qo‘shimcha haq, ko‘p smenali rejimda ishlaganlik, kasblarni birga qo‘shib olib borganlik va xizmat ko‘rsatish zonalarini kengaytirganlik uchun ustamalar, hukumat tomonidan tasdiqlangan kasblar va ishlar ro‘yxati bo‘yicha og‘ir, zararli, alohida zararli mehnat va tabiiy-iqlim sharoitlarida ishlaganlik uchun ustamalar, shu jumladan ushbu sharoitlardagi uzluksiz ish staji uchun ustamalar va h.k.);

- ishlagan vaqt uchun to‘lov (foydalanilmagan va qo‘shimcha ta‘tillar uchun kompensatsiyalar, o‘smirlarning imtiyozli soatlari, bolani ovqatlantirish uchun onalar ishidagi tanaffuslar, shuningdek tibbiy ko‘riklardan o‘tish bilan bog‘liq vaqt uchun haq to‘lash, harbiy yig‘inlar, favqulodda vaziyatlar bo‘yicha yig‘inlar va boshqalar uchun mehnat haqi to‘lash va h.k.);

- korxonada shtatida turmaydigan xodimlar mehnatiga, ular tomonidan fuqarolik-huquqiy tusdagi tuzilgan shartnomalar bo‘yicha ishlar bajarilganligi uchun haq to‘lash, agar bajarilgan ish uchun xodimlar bilan hisob-kitob korxonaning o‘zi tomonidan amalga oshirilsa, pudrat shartnomasi ham shu jumlagi kiradi;

- belgilangan tartibga muvofiq ishlab chiqarish jarayonida qatnashuvchi xodimlar mehnatiga haq to‘lash fondiga kiritiladigan to‘lovlarning boshqa turlari. Korxonalarining ishlab chiqarishga tegishli bo‘lgan ijtimoiy sug‘urtaga ajratmalari – bu ijtimoiy fondlarga (Pensiya fondiga, Aholini ish bilan ta‘minlashga ko‘maklashish fondiga, Kasaba uyushmalari Federatsiyasi kengashiga) majburiy ajratmalardir.

Korxonalarining ishlab chiqarish tusidagi boshqa xarajatlariga quyidagilar tegishli:

- ishlab chiqarish jarayoniga xizmat ko‘rsatish xarajatlari (ishlab chiqarishni xomashyo, materiallar, yoqilg‘i, energiya, instrument, moslamalar va boshqa mehnat vositalari va buyumlari bilan ta‘minlash xarajatlari);

- asosiy ishlab chiqarish fondlarini ish holatida saqlash xarajatlari;

- yong‘indan saqlash va qo‘riqlashni hamda korxonaning texnik foydalanish qoidalari bilan nazarda tutilgan boshqa maxsus talablarni ta‘minlash, ular faoliyatini nazorat qilish xarajatlari;

- ishlab chiqarish faoliyatiga tegishli bo‘lgan asosiy vositalarni joriy ijaraga olish bilan bog‘liq xarajatlar;

- tekin ko'rsatiladigan kommunal xizmatlar, oziq-ovqat, ayrim tarmoqlar xodimlariga oziq-ovqatlar qiymati, korxonalar xodimlariga beriladigan tekin uy-joy haqini to'lash xarajatlari;

- amaldagi qonun hujjatlariga muvofiq tekin beriladigan va shaxsiy foydalanishda qoladigan buyumlar qiymati va boshqalar);

- ishlab chiqarish xodimlarini belgilangan ishlab chiqarish jarayoni-ga tegishli bo'lgan xizmat safarlariga yuborish bo'yicha normalar doirasida va ulardan ortiqcha xarajatlari;

- ishlab chiqarish ishchilarini va ishlab chiqarish aktivlarini majburiy sug'urta qilish xarajatlari;

- brak tufayli kelib chiqadigan yo'qotishlar;

- ishlab chiqarishning ichki sabablariga ko'ra bekor turishlar tufayli yo'qotishlar;

- kafolatli xizmat muddati belgilangan buyumlarni kafolatli tuzatish va ularga kafolatli xizmat ko'rsatish xarajatlari;

- mahsulot (xizmat)larni majburiy sertifikatlash qilish xarajatlari;

- ishlab chiqarish jarohatlari tufayli mehnat qobiliyati yo'qolishi munosabati bilan tegishli vakolatli organlarning qarorlari asosida va qarorlarsiz to'lanadigan nafaqalar;

- umumiy foydalaniladigan yo'lovchilar transporti xizmat ko'rsatmaydigan yo'nalishlarda xodimlarni ish joyiga olib borish va olib kelish bilan bog'liq xarajatlari. Davr xarajatlari deganda bevosita ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq bo'lmagan xarajatlari va sarflar tushuniladi: boshqaruv xarajatlari, mahsulotni sotish xarajatlari va umumxo'jalik ahamiyatiga ega bo'lgan boshqa xarajatlari.

Korxonalarining sotish xarajatlari quyidagilar kiradi:

- tovarlarni temiryo'l, havo, avtomobil, dengiz, daryo transportida va ot-ulovda tashish xarajatlari hamda transport vositalari bekor turib qolganligi uchun to'langan jarimalar;

- savdo va umumiy ovqatlanish korxonalarining ishlari xarajatlari (mehnatga haq to'lash xarajatlari);

- ijtimoiy sug'urtaga ajratmalar;

- savdo reklamasi xarajatlari;

- tovarlarni saqlash, ularga ishlov berish va ularni navlarga ajratish xarajatlari;

- tashish, saqlash va sotish chog'ida tovarlarning norma doirasida va undan ortiqcha yo'qotilishi;

- o'rash-joylash materiallari xarajatlari;

- mol-mulkni majburiy sug'urta qilish xarajatlari va boshqalar);

- sotish bozorlarini o'rganish bo'yicha belgilangan normativlar doirasida va undan ortiqcha xarajatlar (marketing va reklamaga sarflangan xarajatlar);

- yuqorida sanab o'tilgan va sotish bo'yicha boshqa xarajatlar.

Korxonalarda boshqaruv xarajatlariga quyidagilar kiradi:

- boshqaruv xodimlariga tegishli bo'lgan mehnatga haq to'lash xarajatlari;

- boshqaruv xodimlariga tegishli bo'lgan ijtimoiy sug'urtaga ajratmalar;

- xizmat yengil avtotransportiga va xizmat mikroavbusini saqlash, yollash va ijaraga olish xarajatlari;

- korxonani va uning tarkibiy bo'linmalarini tashkil etish va ularni boshqarish xarajatlari;

- boshqaruvning texnik vositalari, aloqa uzellari, signalizatsiya vositalari, hisoblash markazlarini va ishlab chiqarishga tegishli bo'lmagan boshqaruvning boshqa texnik vositalarini saqlash va ularga xizmat ko'rsatish xarajatlari;

- ijara, xizmatlar ko'rsatilganligi uchun aloqa uzellariga haq to'lash (ATS, uyali, yo'ldosh, peyjing aloqa);

- shaharlararo va xalqaro telefon so'zlashuvlari uchun belgilangan normativlar doirasida va ulardan ortiqcha haq to'lash;

- ma'muriy-boshqaruv ehtiyojlari uchun binolar va xonalar ijarasi uchun haq to'lash;

- ma'muriy faoliyatga ega bo'lgan asosiy fondlarni saqlash va ularni tuzatish, shuningdek eskirish (amortizatsiya) xarajatlari;

- yuqori tashkilotlar va yuridik shaxs maqomiga ega birlashmalar, vazirliklar, idoralar, uyushmalar, konsernlar va boshqalar xarajatlariga ajratmalar;

- xodimlarni va ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq bo'lmagan mol-mulkni majburiy sug'urta qilish;

- boshqaruv xodimlarini xizmat safarlariga yuborish bo'yicha belgilangan normalar doirasida va undan ortiqcha xarajatlar;

- belgilangan normalar doirasida va undan ortiqcha miqdordagi xarajatlar;

- umumiy ovqatlanish korxonalari va boshqalarga binolarni tekin berish va kommunal xizmatlar qiymatiga haq to'lash xarajatlari;

- bevosita ishlab chiqarish jarayoniga tegishli bo'lmagan, tabiatni muhofaza qilish ahamiyatiga ega bo'lgan jamg'armalarni saqlash va ulardan foydalanish bilan bog'liq joriy xarajatlar, shu jumladan yo'l

qo'yiladigan normalar doirasida va ulardan ortiqcha ifloslantiruvchi moddalarniig atrof-muhitga chiqarilganligi (tashlanganligi) uchun to'lovlar.

Korxonalarining boshqa operatsiya xarajatlari quyidagilardan iborat:

- kadrlar tayyorlash va ularni qayta tayyorlash xarajatlari (yangi tashkil etilayotgan korxonada ishlash uchun normalar doirasida va ulardan ortiqcha kadrlar tayyorlash va qayta tayyorlash bundan mustasno);

- loyiha va qurilish-montaj ishlarida chala ishlarni bartaraf etish xarajatlarini qoplash, shuningdek obyekt qoshidagi omborgacha transportda tashish chog'idagi shikastlanishlar va buzilishlar, korroziyaga qarshi himoya nuqsonlari tufayli kelib chiqqan taftish xarajatlari (asbob-uskunalarni qismlarga ajratish) va shunga o'xshash boshqa xarajatlar yetkazib beruvchi va ishlarni bajarish shartlarini buzgan yuridik shaxslar hisobiga mazkur xarajatlar chala ishlar, shikastlanish yoki zarar ko'rish uchun javobgar bo'lgan yetkazib beruvchi yoki boshqa korxonalar hisobiga undirilishi mumkin bo'lmagan darajada amalga oshiriladi;

- maslahat va axborot xizmatlariga haq to'lash, shu jumladan korxonada mulkdorlaridan birining tashabbusi bo'yicha o'tkaziladigan auditorlik xizmatlariga haq to'lash;

- o'zining xizmat ko'rsatuvchi ishlab chiqarishlari va xo'jaliklarini saqlashdan ko'rilgai zararlar;

- salomatlikni muhofaza qilish va xodimlarning ishlab chiqarish jarayonida bevosita qatnashuvi bilan bog'liq bo'lmagan dam olishlarni tashkil etish tadbirlari;

- korxonada tomonidan mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lmagan ishlar va xizmatlarni (shahar va shaharchalarni obodonlashtirish ishlari, qishloq xo'jaligiga yordam berish va boshqa xil ishlarni) bajarish xarajatlari;

- kompensatsiya va rag'batlantirish tusidagi to'lovlar (vaqtincha mehnat layoqatini yo'qotgan taqdirda qonun hujjatlari bilan belgilangan, haqiqiy ish haqi miqdorigacha qo'shimcha haq va boshqalar);

- ish haqini hisoblashda hisobga olinmaydigan to'lovlar va xarajatlari (qonunchilikka muvofiq bolani ikki yoshga to'lgungacha parvarish qilish bo'yicha har oylik nafaqani to'lash bo'yicha xarajatlar; pensiyaga ustamalar; pensiyaga chiqayotgan mehnat faxriylariga bir yo'la to'lanadigan nafaqalar; xodimlarga to'lanadigan moddiy yordam);

- sog'liqni saqlash obyektlari, qariyalar va nogironlar uylari, bolalar maktabgacha tarbiya muassasalari, sog'lomlashtirish lagerlari, madani-

yat va sport obyektlari, xalq ta'limi muassasalari, shuningdek, uy-joy fondi obyektlari ta'minotiga (shu jumladan barcha turdagi ta'mirlash ishlarini o'tkazishga amortizatsiya ajratmalari va xarajatlarni ham qo'shgan holda) joylardagi davlat hokimiyati organlari tomonidan belgilangan normativlar doirasidagi va ulardan ko'proq xarajatlar;

- vaqtincha to'xtatib qo'yilgan ishlab chiqarish quvvatlari va obyektlarini saqlash xarajatlari (boshqa manbalardan qoplanadigan xarajatlardan tashqari);

- bank va depozitariy xizmatlariga to'lovlar;

- ekologiya, sog'lomlashtirish va boshqa xayriya jamg'armalariga, madaniyat, xalq ta'limi, sog'liqni saqlash, ijtimoiy ta'minot, jismoniy tarbiya va sport korxonalari, muassasalari va tashkilotlariga badallar;

- budjetga majburiy to'lovlar, soliqlar, yig'imlar, amaldagi qonunchilikka muvofiq to'lanadigan va korxonalariga qo'shiladigan maxsus budjetdan tashqari jamg'armalarga ajratmalar;

- zararlar, jarimalar, penyalar (bekor qilingan ishlab chiqarish buyurtmalari bo'yicha yo'qotishlar; moddiy boyliklarning tabiiy yo'qolishi normalari doirasidagi va normalardan ko'proq, bevosita ishlab chiqarish jarayoniga tegishli bo'lmagan yo'qotishlar hamda kamomadlar; sud xarajatlari; to'lanishi shubhali qarzlarni bo'yicha zaxiraga ajratmalar va boshqalar);

- boshqa operatsiya xarajatlari.

Korxonalarining moliyaviy faoliyati bilan bog'liq xarajatlarga quyidagilar kiradi:

- Respublika Markaziy banki tomonidan belgilangan hisob stavkalari doirasida va ulardan yuqori doirada qisqa muddatli hamda uzoq muddatli kreditlar bo'yicha, shu jumladan to'lov muddati o'tgan va uzaytirilgan ssudalar bo'yicha to'lovlar;

- mol-mulkni uzoq muddatli ijaraga olish (lizing) bo'yicha foizlarni to'lash xarajatlari;

- chet el valutasini bilan operatsiyalar bo'yicha salbiy kurs tafovutlari va zararlar;

- sarflangan (qimmatli qog'ozlarga, sho'ba korxonalariga va hokazolarga) mablag'larni qayta baholashdan ko'rilgan zararlar;

- o'z qimmatli qog'ozlarini chiqarish va tarqatish bilan bog'liq xarajatlar;

- moliyaviy faoliyat bo'yicha boshqa xarajatlar, shu jumladan salbiy diskont.

10.3. Korxonada xarajatlari tahlilining vazifalari

Xarajatlar o'zining turli belgilari bo'yicha hisob va tahlil obyektiga bo'linadi. Bular bevosita korxonada xarajatlarining yuzaga chiqish o'rni, shakli, javobgarlik markazlarining tarkiblanishi bilan bog'lanadi. Iqtisodiy tahlilning muhim jihati bevosita ushbu obyektlar bo'yicha xarajatlarni davriy o'rganish asosida ularni kamaytirish yuzasidan korxonada mavjud bo'lgan ichki imkoniyatlarni aniqlash va ularni ishga solishga qaratilganidir. Bu esa korxonada faoliyatining natijasi bilan ham bog'lanadi.

Ishlab chiqarish xarajatlarini tahlil etishda ularni kamaytirish yo'nalishlarini belgilash birinchi o'ringa qo'yiladi. Bu borada ishlab chiqarish xarajatlarini reja va o'tgan yillarga nisbatan mahsulot hajmiga ta'sir etmagan holda o'sib ketishi sabablari o'rganiladi. Ularni maqsadli boshqarishning yo'nalishlari belgilanadi. Resurslarning tejalishi va shu asosda rag'batlantirish mexanizmining yo'lga qo'yilishi istiqbol ko'rsatkichlarini to'g'ri tavsiflash va belgilash imkonini beradi. Korxonada nafaqat ishlab chiqarish xarajatlari, balki ishlab chiqarishdan tashqari xarajatlarni ham to'g'ri boshqarishga muhim ahamiyat beriladi. Mahsulot ishlab chiqarishning kritik hajm darajasini aniqlash va unda o'zgaruvchan hamda o'zgarmas xarajatlarni to'g'ri belgilash masalalari ham tahlilning muhim jihati. Mahsulot ishlab chiqarishning kritik hajm darajasi ishlab chiqarish xarajatlarini mahsulot hajmining o'zgarishiga muvofiq me'yorlanishi bilan belgilanadi.

Tahlil etishda o'rganish obyekti va tahlil maqsadidan kelib chiqqan holda korxonada xarajatlarining u yoki bu turkumi bo'yicha o'zgarishlar va o'zgarish sabablariga baho beriladi. Taqqoslashdagi qiyosiy o'rganishda joriy davr va o'tgan yil ma'lumotlari, reja ko'rsatkichlari, o'rtacha ko'rsatkichlar va tarmoq bo'yicha boshqa ma'lumotlar olinadi. Taqqoslashda ko'rsatkichlar bo'yicha mutloq o'zgarishlar nisbiy ko'rsatkichlarni qo'llash orqali to'ldiriladi. Muhim jihati shundaki, e'tibor dinamik o'zgarishlar va ularni taqqoslashdagi muammolarga qaratiladi. Bu muammolar bevosita ma'lumotlarning taqqoslash vaznlari va ularning bir xil kuchda emasligi bilan belgilanadi. Mahsulot ishlab chiqarish hajmini baholashda taqqoslama baholarning qo'llanilishi kabi ishlab chiqarish xarajatlarini ham dinamik jihatdan to'g'ri baholash uslubini yaratish lozim. Bu masalada ko'proq xarajatlarni nisbiy ko'rsatkichlar asosida o'rganishda foyda beradi. Xarajatlarning taqqoslash ko'rsatkichiga nisbatan o'zgarishlari va o'zgarish sabablariga e'tibor qaratiladi.

Ishlab chiqarish xarajatlarining iqtisodiy elementlar va moddalar bo'yicha turkumlanishi

Iqtisodiy elementlar bo'yicha	Moddalar bo'yicha
Ishlab chiqarish xarakteridagi bevosita va bilvosita harajatlar	Xomashyo
	Yoqilg'i
	Elektr quvvat
	Ehtiyot qismlar
	Idishlar va b.k.
Ishlab chiqarish xarakteridagi bevosita va bilvosita mehnat haqi xarajatlari	Asosiy ish haqlari
	Qo'shimcha ish haqlari
	Ish haqiga ustamalar
Ishlab chiqarishga taaluqli mehnat haqidano ajratmalar	Ichtimoiy ta'minot bo'limiga
	Mehnat birjasiga
	Kasaba uyushmasiga
Asosiy vositalar va nomoddiy aktivlar amortizatsiyasi, eskirish xarajatlari	Asosiy vositalarning eskirishi
	Nomoddiy aktivlarning eskirishi
	Asosiy vosita va nomoddiy aktivlar ijara haqlari
Ishlab chiqarish xarakteridagi boshqa harajatlar	Turli ishlar va xizmatlar
	Soliqlar, yig'imlar

Ishlab chiqarish xarajatlarini iqtisodiy elementlar va moddalar bo'yicha o'rganish quyidagicha farqlanadi: bo'limlar va korxonalar bo'yicha jami xarajatlar faqat iqtisodiy elementlar bo'yicha o'rganiladi, mahsulotlar turi va turkumi bo'yicha esa ishlab chiqarish xarajatlari kalkulyatsiya moddalari asosida ko'rib chiqiladi. Tahlil etishda ishlab chiqarish xarajatlarining jami o'zgarishi va uning tarkib bo'yicha o'zgarishlari mutloq va nisbiy jihatdan o'rganiladi. Nisbiy jihatdan o'rganishda har bir turkum xarajat moddasi yoki elementining jami ishlab chiqarish xarajatlari tarkibidagi salmog'iga baho beriladi. Mahsulotlarni ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlar tarkibini

iqtisodiy elementlar va moddalar bo'yicha quyidagi tarkibda berish mumkin.

Bir so'mlik mahsulot hajmiga to'g'ri keladigan ishlab chiqarish xarajatlari va ularning har bir xarajat elementi bo'yicha o'rganilishi ham xarajatlarni maqsadli boshqarishda muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Bir so'mlik mahsulotga to'g'ri keladigan ishlab chiqarish xarajatlari korxonada asosiy faoliyatining samaradorligini tavsiflovchi muhim ko'rsatkichdir. Ushbu ko'rsatkichni ayrim tur xarajat elementlari bo'yicha ham o'rganish mumkin: bir so'mlik mahsulotga to'g'ri keladigan moddiy ishlab chiqarish xarajatlari, bir so'mlik mahsulotga to'g'ri keladigan ishlab chiqarish xarakteridagi mehnat haqi hamda xarajatlari va h.k. Bir so'mlik mahsulotga to'g'ri keladigan xarajat ko'rsatkichini quyidagi bog'lanishlarda aniqlash mumkin:

$$\begin{array}{c}
 \text{Bir so'mlik mahsulotga} \\
 \text{to'g'ri keladigan xarajat}
 \end{array}
 =
 \frac{
 \begin{array}{c}
 \text{Mahsulot (bajarilgan ish, ko'rsatilgan} \\
 \text{xizmat) larning ishlab chiqarish xarajatlari} \\
 \text{(tannarxi)}
 \end{array}
 }{
 \begin{array}{c}
 \text{Mahsulot (ish bajarish, xizmat ko'rsatish hajmi)}
 \end{array}
 }$$

<u>Moddiy xarajatlari</u>	<u>Ish haqi xarajatlari</u>	<u>Ish haqi ajratmatlari</u>	<u>Amortizatsiya xarajatlari</u>	<u>Boshqa xarajatlari</u>
+ <u>Mahsulot hajmi</u>	+ <u>Mahsulot hajmi</u>	+ <u>Mahsulot hajmi</u>	+ <u>Mahsulot hajmi</u>	+ <u>Mahsulot hajmi</u>

Mahsulot ishlab chiqarish uchun ma'lum miqdorda xarajatlari talab qilinadi. Xarajatlarning pulda ifodalanishi mahsulotning tannarxini tashkil etadi. Mahsulot tannarxi sanoat korxonalarida ish samaradorligini belgilovchi asosiy ko'rsatkich hisoblanadi. Mahsulot tannarxining o'zgarishida xarajatlardan foydalanishning samaradorlik darajasini, mehnat unumdorligini, ishchilarga to'lanadigan mehnat haqini, asosiy fondlardan foydalanishni va xomashyo materiallaridan foydalanishni

ko'zda tutamiz. Chunki sanoat korxonalarining xo'jalik hisobida ishlash jarayonida mahsulot tannarxining pasayishi muhim ahamiyatga ega.

Mahsulot tannarxini tahlil qilishda hisobot davridagi mahsulot tannarxi rejadagi mahsulot tannarxi bilan hamda o'tgan yilgi mahsulot tannarxi bilan taqqoslanadi. Mahsulot tannarxini tahlil qilishda tahlilning vazifalari quyidagilardan iborat:

- umumiy xarajatlar sarfiga baho berish, - xarajatlarni elementlari va moddalari bo'yicha qanday sarflanganligini tekshirish, - bir so'mlik tovar mahsulot uchun ketgan xarajatlarni tahlil qilish va uning o'zgarishiga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni aniqlash, - xarajatlarning ayrim moddalarini alohida-alohida tahlil qilish va shuning bilan birga tahlilning natijalariga ko'ra mahsulot tannarxini pasaytirishi imkoniyatlarini belgilab berish.

Mahsulot tannarxi - korxonaning mahsulot ishlab chiqarish va sotish xarajatlarining puldagi ifodasidir. Tannarxi asosida ishlab chiqarish xarajatlari yotadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida mahsulot tannarxini tahlil qilishning ahamiyati mulkchilikning barcha shakllarida ish yuritayotgan korxonalar uchun ahamiyatga ega. Ishlab chiqarish xarajati to'g'risida to'la-to'kis ma'lumotga ega bo'lmasdan ishlab chiqarishni ilmiy jihatdan va samarali boshqarish mumkin emas. Bu ko'rsatkich foyda, daromad, rentabellik darajasi, baho va boshqa ko'p ko'rsatkichlar bilan bog'liq. Shuning uchun qishloq xo'jaligi korxonalarida mahsulotlarning ishlab chiqarish tannarxi va to'liq tannarxini farqlash kerak. Korxonaning ishlab chiqarish uchun qilgan barcha xarajatlari mahsulotning ishlab chiqarish tannarxini belgilaydi.

Mahsulotning to'liq tannarxi esa ishlab chiqarish tannarxi va mahsulotni sotish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlarini o'z ichiga oladi. Xalq turmush darajasining yuksalishi mahsulot tannarxining pasayishiga ko'p jihatdan bog'liq. Bunga esa, asosan, mehnat samaradorligini oshirish va ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish yo'li bilan erishish mumkin. U jonli va buyumlashgan mehnatni tejashni bildiradi, foyda miqdorining ko'payishini, budjetga tushadigan to'lovlarning ortishini ta'minlaydi. Shu bois mahsulot tannarxini muntazam ravishda pasaytirib borish muhim ahamiyatga ega bo'lib, ishlab chiqarishning barqaror rentabellikka ega bo'lishini ta'minlashning muhim shartidir.

Mahsulot tannarxini pasaytirishning asosiy yo'llari quyidagilardan iborat: boshqaruv usullarini ishlab chiqarish va mehnatni ilmiy tashkil qilishni, xo'jalik hisobini takomillashtirish, ishlab chiqarish quvvatlari va ishlab chiqarish fondlaridan foydalanishni yaxshilash, moddiy

resurslardan tejab-tergab foydalanish, ishlab chiqarishni boshqarish va unga xizmat ko'rsatish xarajatlarini kamaytirish, xo'jasizlikka qarshi kurashish va hokazolar.

Ishlab chiqarish korxonalarida mahsulot tannarxini tahlil qilishning vazifalari quyidagilardan iborat:

1. Mahsulot tannarxini pasaytirish rejasining bajarilishini aniqlash.
2. Tannarxni rejalashtirilganiga nisbatan o'zgarish sabablarini aniqlash va uni pasaytirish imkoniyatlarini topish.
3. Tannarxni pasaytirish imkoniyatlarini aniqlashga qaratilgan choratadbirlar ishlab chiqish.
4. Mahsulot ishlab chiqarish va uni sotish bilan bog'liq bo'lgan haqiqiy xarajatlarning rejaga nisbatan bo'lgan iqtisod (tejjash) yoki ortiqcha xarajatga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash.
5. Mahsulot ishlab chiqarish jarayonida moddiy va mehnat resurslaridan to'g'ri va oqilona foydalanish ustidan nazorat olib borish;
6. Mahsulot ishlab chiqarishida mahsulotlarni ayrim turlarining haqiqiy tannarxini reja tannarxi bilan solishtirish va farqlarni belgilash, ularning sabablari va tannarxini pasaytirishning imkoniyatlarini aniqlash, tannarx bo'yicha rejaning bajarilishini nazorat qilish.

Tahlil qilish mahsulot tannarxining qator yillar bo'yicha va tarkibini tekshirishdan, asosiy mahsulot turlarning tannarxini pasaytirish rejasining bajarilishini o'rganishdan boshlanadi. Mahsulot tannarxini pasayishi va oshishiga ta'sir etuvchi omillar o'rganiladi. Buning uchun mahsulot turi bo'yicha tahlil etiladi. Alohida mahsulot turlari bo'yicha ishlab chiqarish xarajatlarini bisobga olish va mahsulotlar tannarxini aniqlash, moliyaviy natijaga daxldor bo'lgan elementlarni iqtisodiy jarayonlarning turi, o'rni, joyi va javobgarlik bo'yicha hisobga olinishini va nazorat qilinishi korxonaning xo'jalik-moliya faoliyatini boshqarishda muhim hisoblanadi. Alohida olingan mahsulotlar ishlab chiqarish tannarxini aniqlashga hisob-kitoblarining muhim obykti sifatida qaraladi. Bunda mahsulot tannarxining to'g'ri aniqlanishiga ahamiyat beriladi. Mahsulotlar tannarxini aniqlash va hisobga olish, moliyaviy natijaviylikni tarkibli o'rganish bilan birga, foydaning shakllanish qatorlarini to'g'ri baholash imkonini beradi. Alohida olingan mahsulotlar tannarxining tahlil xarajatlarni iqtisodiy elementlar bo'yicha emas, balki xarajat moddalari bo'yicha o'rganishni, ularning rejaga va o'tgan yillarga nisbatan o'zgarishlariga baho berishni hamda o'zgarish sabablarini o'rganishni tavsiflaydi. Alohida olingan mahsulotlar ishlab chiqarish tannarxini aniqlash va tahlil etish ishlab

chiqarishni boshqarishda sarflar va daromadlarning yuzaga chiqish o‘rinlariga to‘g‘ri baho berish imkonini beradi. Mahsulotlar ishlab chiqarish tannarxiga va uning o‘zgarishiga ta’sir etuvchi omillarni xarajat moddalarining har bir turi bo‘yicha alohida tarkiblash mumkin. Material xarajatlar yoki xom ashyo xarajatlar o‘zgarishiga moddiy sarflar me‘yorining o‘zgarishi, ularning sotib olish baholarining o‘zgarishi ta’sir qilsa, mehnat haqi xarajatlarining o‘zgarishida ishchilar soni ta’sir qiladi. Amortizatsiya xarajatlari bo‘yicha ham xuddi shu shaklda tarkiblashni aytib o‘tish mumkin, ya’ni, amortizatsiyalangan qiymatning o‘zgarishi, amortizatsiya me‘yorlari, shuningdek amortizatsiya ajratmalari ajratiladigan asosiy vositalar turi, salmog‘iga bog‘liq va h.k. Omillar ta’sirini aniqlashda har bir ta’sir birligi alohida va boshqa omillar ta’sirisiz o‘rganiladi. Alohida mahsulot turlari bo‘yicha ishlab chiqarish tannarxini aniqlash va tahlil etish, ayrim mahsulotlarning foydali va rentabillik darajasini tahlil etishda juda qo‘l keladi. Mahsulot ishlab chiqarish va texnologik jarayonlarning xususiyatiga bog‘liq. Sanoat korxonalaridagi kalkulyatsiya moddalarini tarkibining deyarli bir xilda bo‘lishi tannarxni umumiy hajmda va uslubda o‘rganish imkonini beradi. Bunday tahlil bozor iqtisodiyoti sharoitida mahsulot birligiga belgilanadigan narxni aniqlashda foyda va rentabillikni oshirishda muhim o‘rin tutadi.

Xarajatlar ichida ko‘p ulushni material xarajatlari tashkil etadi, shuning uchun material xarajatlari sarfini tahlil qilishga alohida to‘xtalib o‘tilishi zarur. Material xarajatlarining o‘zgarishi, asosan, eng muhim ikkita omilga bog‘liq. Birinchisi, sarflanadigan material xarajatlari me‘yorining o‘zgarishiga, ikkinchisi, material xarajatlari bahosining o‘zgarishiga bog‘liq bo‘ladi. Ishlab chiqarish korxonalarida tannarxi tahlil qilishda umumlashtiruvchi ko‘rsatkichlardan biri, bir so‘mlik tovar mahsuloti uchun sarflangan xarajat hisoblanadi. Tahlil jarayonida bir so‘mlik tovar mahsulot uchun sarflangan xarajatlarning o‘zgarishiga ta’sir ko‘rsatuvchi omillarni aniqlash muhim ahamiyatga ega. Buning o‘zgarishiga ishlab chiqarilgan mahsulot tarkibining o‘zgarishi, materiallar bahosining o‘zgarishi, ayrim mahsulotlar tannarxining o‘zgarishi va boshqa omillar ta’sir ko‘rsatadi.

Mahsulot tannarxini pasaytirishning imkoniyatlarini aniqroq bilish uchun kalkulyatsiya moddalarida berilgan xarajatlarni har taraflama o‘rganish zarur. Birinchi navbatda, qaysi moddalar bo‘yicha ko‘proq sarflarga yo‘l qo‘yilgan moddalar tahlilga jalb qilinadi, sabablari o‘rganiladi va pasaytirish yo‘llari belgilab beriladi. O‘zbekiston

Respublikasi Moliya vazirligi tomonidan 1999-yil 5-fevralda qabul qilingan 54-sonli “Mahsulot (bajarilgan ish, ko‘rsatilgan xizmat)lar ishlab chiqarish tannarxi, mahsulot (ish bajarish, xizmat ko‘rsatish) ishlab chiqarish va sotish xarajatlari tarkibi va moliyaviy natijalarning shakllanish tartibi to‘g‘risida”gi Nizomga asosan mahsulot (ish, xizmat)ning ishlab chiqarish tannarxi mahsulotni ishlab chiqarish yoki qayta ishlash jarayonida foydalaniladigan tabiiy resurslar, xomashyo, materiallar, yoqilg‘i, energiya, asosiy fondlar, mehnat resurslari va ishlab chiqarish bilan bog‘liq bo‘lgan boshqa xarajatlar qiymatini o‘z ichiga olgan baho sifatida aniqlanadi.

Ishlab chiqarish tannarxini tashkil qiladigan xarajatlar quyidagi maqsadlar uchun aniqlanadi:

1. Mahsulot ishlab chiqarish va sotishdan hosil bo‘lgan barcha xarajatlar to‘g‘risidagi ma‘lumotlarning buxgalteriya hisobi schyotlarida to‘liq va aniq yig‘ilib borishi korxonada faoliyatining rentabellik hamda bozordagi raqobat qobiliyati darajasini aniqlash;

2. Soliq solishni to‘g‘ri belgilash. Respublikamizda mavjud ishlab chiqarish korxonalarining mahsulot tannarxini chuqur va muntazam tarzda tahlil qilish milliy iqtisodiyotning rivojlanishida muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki, mahsulot tannarxi korxonada rentabellik darajasi bilan bog‘liqdir. Tannarx qancha past bo‘lsa, rentabellik darajasi shuncha yuqori bo‘ladi. Demak, ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning tannarxini pasaytirish tadbirlarni amalga oshirish korxonada moliyaviy natijasini ijobiy bo‘lishga, xalq turmush darajasining yuksalishiga olib keladi. Bunga esa, asosan, mehnat samaradorligini oshirish va ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish yo‘li bilan erishish mumkin. Bundan tashqari, bozorda tovar turlarini ko‘paytirib, korxonalarining xo‘jalik mustaqilligini ta‘minlash kerak. Buning uchun, ishlab chiqarishga, ya‘ni zamonaviy texnika-texnologiyani jalb qilish, malakali mutaxassislarni etishtirish mavjud mehnat vositalardan samarali foydalanish darkor. Ishlab chiqarish korxonalarida xarajatlari takribida mehnatga haq to‘lash va unga tenglashtiriladigan to‘lovlar salmoqli hissani takshil etadi. Mehnat haqiga tenglashtiriladigan to‘lovlar tarkibiga xodimlarning ishga qatnashi va ovqatlanishi bilan bog‘liq bo‘lgan xarajatlar, kiyimkechaklar, kommunal xizmat va uy-joy uchun to‘lovlar, ularni o‘qitish bilan bog‘liq va boshqa shu kabi to‘lovlar kiritiladi.

Korxonada mehnat haqi xarajatlarini tahlil etishda mehnat haqi fondining reja va o‘tgan yillarga nisbatan o‘zgarishi va o‘zgarish sabablariga, bir xodimga to‘g‘ri keladigan o‘rtacha mehnat shaki fondi hamda

uning o‘zgarishiga baho beriladi. Mehnat haqi fondining shakllanishi va uning berilishi davlat tashkilotlari tomonidan tartibga solib turiladi va nazorat qilinadi.

Mehnat haqi fondining hisoblanishi va berilishi yuzasidan O‘zbekiston Respublikasi Markaziy bank tomonidan har yili qayta tuziladigan uslubiy yo‘riqnomada bu boradagi me‘yoriy hujjat sifatida olinadi. “Mahsulot (ish, xizmat)lar tannarxiga kiritiladigan, mahsulot (ish, xizmat)larni ishlab chiqarish va sotish bo‘yicha xarajatlar tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish haqida”gi Nizomga muvofiq ishlab chiqarish xarajatlarini hisobga olishning umumiyliigi ta‘minlangan. Buning yakunida mahsulot (ish, xizmat)larni ishlab chiqarish va sotish xarajatlarini rejalashtirish, tahlil etish va nazorat qilishga imkoniyat tug‘iladi. Mazkur Nizom buxgalteriya hisobi maqsadlarida va soliqqa tortish maqsadlarida xarajatlarni hisoblash tartiblaridagi farqlanishlarini hisobga olib ishlab chiqilgan. Korxonada xarajatlari tahlilining asosiy maqsadi xo‘jalik yurituvchi subyektlarning bozor iqtisodiyoti sharoitlarida raqobatbardoshligini aniqlashdir.

Bugungi kunda xo‘jalik yurituvchi subyektlarning mahsulotlari tannarxini tahlil qilishda korxonada xarajatlari tahlilining asosiy axborot manbalari bo‘lib quyidagilar hisoblanadi:

- Yillik va choraklik moliyaviy hisobot ma‘lumotlari;
- Xo‘jalik subyektlarining biznes-reja ma‘lumotlari;
- 5-S“Korxonada sarf-xarajatlari to‘g‘risida”gi hisoboti ma‘lumotlari;
- 1-T “Mehnat hisoboti” ma‘lumotlari;
- Buxgalteriya hisobining ishlab chiqarish xarajatlarini hisobga olib boruvchi schiyot ma‘lumotlari va boshqa turdagi qo‘shimcha ma‘lumotlar.

Tahlil davomida 1 so‘mlik mahsulot uchun qilingan xarajatlarni rejaga, o‘tgan yildagiga nisbatan o‘zgarish sabablari va unga quyidagi omillarni ta‘sirini aniqlash lozim:

1. Mahsulot strukturasi va assortimenti o‘zgarishi.
2. Xomashyo, yoqilg‘i, energiya bahosining o‘zgarishi.

3. Mahsulot bahosining o‘zgarishi. Ko‘rsatkichlarni taqqoslash orqali jonli mehnat bilan boshqa xarajat turlarining nisbati, ishlab chiqarish zaxiralarini normalashtirish va tahlil etish, oborot mablag‘larining tezligini aniqlash va milliy daromadni hisoblash imkoniyati tug‘iladi. Xarajatlarni elementlari bo‘yicha tahlil natijalariga muvofiq material sig‘imi, mehnat sig‘imi va fond sig‘imi darajalari bo‘yicha tannarxni pasaytirish imkoniyatlarini aniqlash mumkin.

Tahlil etishda jami xarajatdagi har bir xarajat elementning tutgan salmog'i aniqlanib, o'tgan yildagisi hamda smetadagi ko'rsatkichlar bilan taqqoslanadi va bu ko'rsatkichlarning o'zgarish sabablari aniqlanadi. Mehnat unumdorligi bilan o'rtacha ish haqi uzviy bog'liqlikka ega. Mehnat unumdorligini o'sishi ish haqini ham ortishiga olib keladi. Korxonada ishni to'g'ri tashkil etish, moddiy rag'batlantirish sistemasini to'g'ri tashkil etish tufayli mehnat unumdorligi ortadi. Tahlil etishda mehnat unumdorligining o'sish darajasi o'rtacha ish haqining o'sish darajasi bilan taqqoslanadi.

Mehnat unumdorligining ish haqiga nisbatan yuqori darajada o'sishi mahsulot tannaxidagi ish haqi ulushining pasayishiga olib keladi. Tahlil etishda mehnat unumdorligining o'sishining har bir foiziga to'g'ri keladigan o'rtacha ish haqining o'sish darajasi rejada belgilangan ko'rsatkichlar bilan taqqoslanib, uning o'zgarish sabablari aniqlanadi. Mehnat unumdorligining ish haqining o'sishidan yuqori bo'lishi va buni ta'minlanishi iqtisodiy qonuniyat ham hisoblanadi. Negaki, ish haqini mahsulot hajmini oshirmasdan oshirib bo'lmaydi. Shu sababli korxonalar ish haqi fondini va uning bazasini tartibga solishda mahsulot hajmining solishtirma baholardagi o'sishiga muhim ahamiyat beriladi. Ishlab chiqarish xarajatlarining tarkibida asosiy ulushni bevosita material xarajatlar tashkil etadi. Ularning salmog'i ayrim sanoat korxonalarida salkam 60 – 80% ni tashkil etadi. Shu jihatdan material xarajatlarining o'zgarishi va o'zgarish sabablarini o'rganishdagi muhim vazifa, ularni (mahsulot hajmining kamayishiga yo'l qo'ymagan holda) iqtisod qillish va ulardan samarali foydalanishdir. Shu bois tannarxni pasaytirish rezervlarini aniqlash maqsadida material xarajatini rejaga nisbatan o'zgarish sabablari aniqlanmog'i lozim. Tahlil uchun kerakli ma'lumotlar mahsulot kalkulyatsiyasi nomli hisobot shaklidan olinadi. Bu hisobot shaklida mahsulot birligini ishlab chiqarish uchun sarflangan materiallar turlari, ularni miqdori, material bahosi keltirilgan. Mahsulot birligi uchun sarflangan materiallar xarajatini aniqlash uchun mahsulot birligiga sarflangan materiallar miqdorini material bahosiga ko'paytirish lozim. Tahlil etishda haqiqiy materiallar xarajati reja bilan taqqoslanib, ular o'rtasidagi farqiga quyidagi omillar ta'siri hisoblanadi:

1. Materiallar miqdorini o'zgarishi (sarf me'yori).

2. Materiallar bahosini o'zgarishi (bahoni o'zgarishi). Bu omillarni materiallar xarajatiga bo'lgan ta'sirini zanjirli bog'lanish usuli orqali aniqlash mumkin. Buning uchun materiallar xarajati 3 xil ko'rinishga ega bo'lishi lozim.

1. Rejadagi materiallar xarajati (rejadagi sarf me'yori rejadagi bahoda).

2. Haqiqiy materiallar xarajati (haqiqiy sarf me'yori haqiqiy bahoda).

3. Shartli material xarajat (haqiqiy sarf me'yori rejadagi material bahosi bo'yicha). Har 3 ko'rsatkichni bir-biri bilan taqqoslash orqali materiallar xarajatiga sarf me'yorini hamda material bahosining o'zgarishini ta'siri hisoblab topiladi. Materiallarning o'rindosh qiymatlari bilan almashtirilishi va hokazo omillar ta'siri ham, albatta, ushbu ikki omil ta'sirida hisob-kitob qilinadi. Omillar ta'sirini aniqlashda iqtisodiy tahlilning bog'lanish va aloqadorlik uchun mos bo'lgan usullari qo'llaniladi. Material xarajatlar mahsulot hajmining o'zgarishiga ta'sir qiluvchi o'zgaruvchan xarajatlar hisoblanadi. Shu sababli ularning o'zgarishini o'rganishda, albatta, o'zaro aloqadorlik darajasiga ham ahamiyat berish talab etiladi. Bunda har bir so'mlik mahsulot hajmiga to'g'ri keladigan yoki ishlab chiqarish xarajatlarining material sig'imi ko'rsatkichlariga muhim e'tibor berilishi lozim.

Material xarajatlar o'zgarishiga ta'sir etuvchi omillarning bir necha jihatini keltirish mumkin. Lekin hisob-kitob qilinadigan ikki omilni farqlash lozim. Bular, material xarajatlar sarf me'yori hamda material xarajatlar bahosining o'zgarishidir. Barcha omillar ta'sirini shu ikki omil vositasida hisoblash mumkin. Bu yerda me'yor o'zgarishini miqdoriy birlik, baho ta'sirini esa sifat birligi deb qaralishi ham mumkin.

10.4. Mahsulot tannarxini kalkulyatsiya qilish usullari

Mahsulot tannarxini kamaytirishdek muhim vazifani hal qilishda ishlab chiqarish resurslarini to'g'ri sarflash, belgilangan sarflash normativlariga rioya qilish, iqtisod qilish tartibini amalda keng qo'llash lozim. Shuning uchun, hozirgi sharoitida ishlab chiqarish xarajatlarini hisobga olish va mahsulot tannarxini kalkulyatsiya qilishni to'g'ri tashkil qilishga katta ahamiyat berilmoqda. Ishlab chiqarish xarajatlarini hisobga olish va mahsulot tannarxini kalkulyatsiya qilish vazifalari quyidagilardan iborat:

- Mahsulot ishlab chiqarish va uni sotish bilan bog'liq haqiqiy xarajatlarni o'z vaqtida, to'liq hisobda aks ettirish;

- Mahsulot ishlab chiqarish jarayonida moddiy pul va mehnat resurslaridan to'g'ri foydalanish ustidan nazorat olib borishni ta'minlash;

- Hajmi, sifati, assortimenti bo'yicha mahsulot ishlab chiqarish rejasining bajarilishini nazorat qilish;

- Mahsulot ayrim turlarining haqiqiy tannarxini hisoblash.

Tannarx bo'yicha reja topshirig'i bajarilishini nazorat qilish;

- Ishlab chiqarishda foydalanilmagan imkoniyatlarni aniqlash, xo'jasizlikka, yaraqsiz mahsulotga, nobudgarchiliklar va boshqa ishlab chiqarishdagi unumsiz xarajatlarning bo'lishiga qarshi kurash olib borish;

- Ishlab chiqarish – xo'jalik hisobi faoliyati natijalarini aniqlash.

Ishlab chiqarish xarajatlarni hisobga olish va mahsulot tannarxini kalkulasiya qilish orasidagi o'zaro bog'liqlik quyidagilarda ifodalanadi:

- Ishlab chiqarish xarajatlarini hisobga olish va mahsulot tannarxini kalkulasiya qilish oldiga bir xil vazifa qo'yiladi, ya'ni, mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq xarajatlarni o'z vaqtida va to'liq hisobda aks ettirish, ishlab chiqarishda material hamda boshqa tovar-moddiy boyliklarining sarflanishi ustidan nazorat olib borish va hokazo.

- Rejalashtirish, xarajatlarni hisobga olish va mahsulot tannarxini kalkulasiya qilishda kalkulasiya moddalarining bir xil guruhlanishidan foydalaniladi.

- Xarajatlarni hisobga olish ma'lumotlari asosida kalkulasiya tuziladi va tannarx aniqlanadi.

- Ishlab chiqarish xarajatlarini hisobga olish va tannarxni kalkulasiya qilishda xarajatlar hisobi va kalkulasiya qilishning bir necha xil, ya'ni, oddiy, normativ, buyurtmali, bo'limli va boshqa usullari qo'llaniladi.

Yuqorida keltirilgan o'xshashliklar xarajatlar hisobi va mahsulot tannarxini kalkulasiya qilishni bir-biri bilan o'zaro bog'langan holda yoritishni taqozo etadi. Ishlab chiqarish hisobi va mahsulot tannarxini to'g'ri kalkulasiya qilishni tashkil qilmasdan turib sanoat korxonalarida ishlab chiqarish – xo'jalik faoliyatini muvaffaqiyatli boshqarib bo'lmaydi.

Ishlab chiqarish hisobining oxirgi bosqichi - bu xarajatlarni mahsulotning ayrim turlari bo'yicha detallashtirish va mahsulot birligi tannarxini aniqlashdir. Oddiy ishlab chiqarish, ya'ni ko'mir, neft, gaz qazib olishda, issiqlik va elektr quvvati ishlab chiqarishda kalkulasiyaning oddiy usuli qo'llaniladi. Murakkab texnologik jarayonga ega bo'lgan, masalan, metallurgiya, mashinasozlik, to'qimachilik sanoati korxonalarida kalkulasiya qilishning murakkab usuli qo'llaniladi. Korxonada ayrim qism, detal va uzellardan tashkil topmagan oddiy mahsulot ishlab

chiqarilsa, bitta, ya'ni tayyor mahsulot tannarxini aniqlash kalkulyatsiyasi tuziladi. Agar korxonada bunday ayrim detal va uzellardan tashkil topgan murakkab mahsulot ishlab chiqarilsa, tayyor mahsulot tarkibiga kiruvchi uzal va detallar tannarxini aniqlash kalkulyatsiyasi ham tuziladi. Bu hol mahsulot tannarxini kalkulyatsiyalashni birmuncha murakkablashtiradi. Mavjud adabiyotlardan va instruktiv materiallardan (yo'riq-nomalar) bizga mahsulotning haqiqiy tannarxini hisobga olish hamda kalkulyatsiya qilinishining quyidagi uch usuli ma'lum. Bular bo'limli, buyurtmali, normativ (me'yoriy) usullardir. Har bir korxonada shu korxonaning xususiyatlari hisobga olingan holda kalkulyatsiyaning u yoki bu usuli qo'llanilishi mumkin. Ba'zan sanoat korxonasida asosiy ishlab chiqarish sexlaridan tashqari yordamchi ishlab chiqarish sexlari mavjud bo'lganligi sababli bitta korxonada miqyosida xarajatlarni hisobga olish va tannarxni kalkulyatsiya qilishning bir emas, balki bir necha usuli qo'llanilishi mumkin. Kalkulyatsiyaning oddiy yoki bir bo'limli usulining moxiyati shundan iboratki, bunda mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq bevosita va bilvosita xarajatlar kalkulyatsiya moddolari bo'yicha hisob qilinadi. Bitta mahsulotning o'rtacha tannarxi hisobot oyidagi xarajatlar summasini xarajat moddolari bo'yicha ishlab chiqarilgan mahsulot soniga taqsimlash yo'li bilan aniqlanadi. Kalkulyatsiya qilishning oddiy usuli ko'pincha tayyor mahsulotni qazib chiqaruvchi va ayrim mahsulotni qayta ishlovchi sanoat korxonalarida qo'llaniladi. Bo'limli usul. Xarajatlarni hisobga olish va kalkulyatsiya qilishning bo'limli usuli asosan metallurgiya, to'qimachilik, yengil, kimyo va boshqa sanoat korxonalarida qo'llaniladi. Bu korxonalarda ishlab chiqarish ayrim ishlab chiqarish bo'limlari, bosqichlaridan tashkil topgan bo'ladi. Masalan, metallurgiya sanoatiga qarashli korxonalar po'lat eritish va prokat ishlab chiqarish bo'limlaridan tashkil topgan bo'ladi. Bu bo'limda material qayta ishlanib, yarimtayyor mahsulot holiga keltiriladi, boshqalarida esa ushbu yarim mahsulot qayta ishlanib, tayyor mahsulot holiga keltirishga mo'ljallangan. Bo'limli usulning muhim xususiyatlaridan biri shundaki, unda har bir sexdagi ishlab chiqarish xarajatlari ishlab chiqarishning har bir bo'limi bosqichi bo'yicha alohida hisobga olinib, u xarajatlar hisobi mahsulotning ayrim turlari yoki guruhlari kalkulyatsiya moddolari bo'yicha yuritiladi. Buyurtmali usul. Bu usulda hamma asosiy xarajatlar kalkulyatsiya moddolari bo'yicha, har bir ishlab chiqarish buyurtmasi bo'yicha alohida hisob qilinadi. Ishlab chiqarish buyurtmalari chetdan mahsulotning ma'lum turlarini ishlab chiqarish uchun beriladi. Boshqa xarajatlar esa sex yoki

korxonada bo'yicha hisob qilinadi. Demak, kalkulyatsiya qilishning bu usulida xarajatlar hisobi va kalkulyatsiyalash obyekti ayrim ishlab chiqarish buyurtmalari hisoblanadi. Bu usulda har bir qabul qilingan buyurtma uchun alohida varaqa ochiladi. Qabul qilingan buyurtma maxsus kitoblarda ruyxatga olinadi va unga navbatdagi raqam birlashtirilgan, ushbu raqam buyurtma tayyor holga keltirilgunga qadar uning shifri bo'lib turadi. Buyurtma bajarilishi davomida rasmiylashtirilgan hamma dastlabki hujjatlarda ana shu shifr qo'yib boriladi. Bu narsa buyurtma tannaxsini kalkulyatsiyalashda, u yoki bu xarajat moddasini buyurtma tannaxsiga qo'shishda muhim ahamiyatga ega. Undagi ma'lumotlar asosida buyurtmaning haqiqiy tannaxsi aniqlanadi. Kalkulyatsiyaning buyurtmali usulida kalkulyatsiya obyekti tayyor holga keltirilgan buyurtmadir. Agar hisobot oyi oxirida buyurtma tugallanmay qolsa shu hol tugallanmagan buyurtma bo'yicha xarajatlar balansini tugallanmagan ishlab chiqarish sifatida ko'rsatiladi.

Normativ usul ishlab chiqarishning ommaviy va yirik tarmoqlarida qo'llaniladi. Bu usulning asosiy tamoyillari quyidagilardan iborat:

1. Mahsulotning me'yordagi tannaxsi aniqlanadi, buning uchun normativ kalkulyatsiyasi tuziladi. Mahsulotning normativ tannaxsi material, yoqilg'i, ish haqi va boshqa asosiy xarajatlarning harakatdagi me'yori hamda umumishlab chiqarish xarajatlarining tasdiqlangan choraklik smetalari asosida aniqlanadi.

2. Hisobot oyi davomida asosiy ishlab chiqarish xarajatlarining (xomashyo va yordamchi materiallar, ish haqi) haqiqiy miqdori emas, balki haqiqiy miqdori bilan me'yorlashtirilgan miqdori o'rtasidagi farq, ya'ni me'yordan chetga chiqish hisob qilinadi. Me'yordan chetga chiqish sexlar va ayrim korxonalarining mahsulot guruhi, mahsulot turi va xarajat moddalari bo'yicha hisobga olinadi. Agar me'yordan chetga chiqish ortiqcha xarajatga olib kelsa, u holda rasmiylashtirilgan dastlabki hujjatda uning kelib chiqish sababi va aybdori ko'rsatiladi.

3. Harakatdagi me'yorning o'zgarishi hisob qilinadi.

4. Normativ usulda mahsulotning haqiqiy tannaxsi normativ tannaxsiga me'yordan chetga chiqish va me'yordagi o'zgarishni qo'shish yoki ayirish yo'li bilan aniqlanadi. Misol. Mashinasozlik zavodi bir oyda A mahsulotdan 18 ta ishlab chiqaradi. Hisobot oyining oxiriga 4 ta mahsulot ishlab chiqarish tugallanmay qoldi. Korxonada bir xil mahsulot ishlab chiqaradi, deb faraz qilaylik. A mahsulotning bir donasi me'yordagi tannaxsi xarajat moddalari bo'yicha quyidagicha: Xomashyo va asosiy material – 500 so'm. Ish haqi va ijtimoiy sug'urta – 800 so'm.

Umumishlab chiqarish xarajati (ish haqining 200 foizi miqdorida) – 1600 so‘m. Jami: 2900 so‘m. Mahsulot ishlab chiqarish bilan bog‘liq haqiqiy xarajatlar ularning me‘yordan chetga chiqishi quyidagi jadvalda berilgan.

10.2-jadval

Xarajatlarni me‘yordan chetga chiqishi (so‘mda)

	Me‘yordagi	Me‘yordan chetga chiqish	Jami
Asosiy material	10000	-300	9700
Ish haqi va ijtimoiy sug‘urtaga ajratma	16000	+320	16320
Umumishlab chiqarish xarajatlari			31360
Umumiy summa			57380

Haqiqiy xarajatlar summasi hisobot oyi oxirida mahsulot tannarxini kalkulyatsiya qilish tovar mahsulot bilan tugallanmagan ishlab chiqarish o‘rtasida taqsimlanadi. Bu taqsimlash quyidagi jadvalda keltirilgan.

10.3-jadval

Xarajatlarni taqsimlanishi (so‘mda)

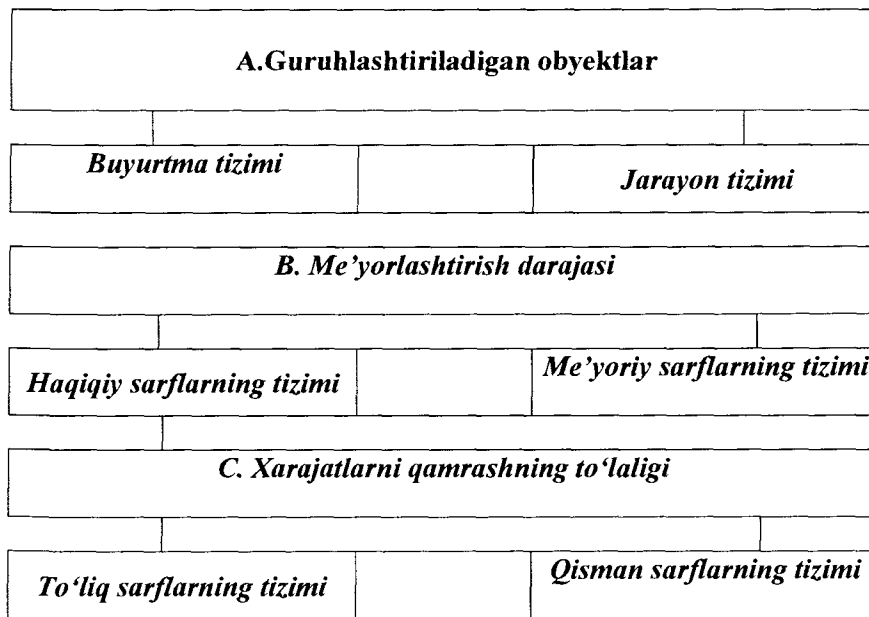
	Haqiqiy xarajatlari	Jumladan, Tovar mahsulotlariga me‘yordagi harajat			Tugallanmagan ishlab chiqarish
		Bitta mahsulotga	Hamma mahsulotga	Me‘yordan chetga chiqish	
Xomashyo va asosiy materiallar	9700	500	9000	300	1000
Ish haqi va ijtimoiy sug‘urta ajratmalari	16320	800	14400	-320	1600
Umumishlab chiqarish harajatlari	31360	1600	28800	640	3200
Jami	57380	2900	52200	620	5800

Bir birlik mahsulotning haqiqiy tannarxini hisoblash tartibi quyidagicha jadvalda keltirilgan. Kalkulyatsiyalashning boshqa usullari kabi bu usulda ham korxonada omborlar ishini to‘g‘ri tashkil qilish ularni zarur asbob-uskunalar bilan ta‘mirlash, moddiy boyliklarni ishlab chiqarishga sarflash bo‘yicha dastlabki hujjatlarni to‘g‘ri va o‘z vaqtida tuzish ustidan nazorat o‘rnatish hisob ishlarini bajarishda kompyuter dasturlaridan keng foydalanish muhim ahamiyatga ega.

Xo‘jalik yurituvchi subyektning ishlab chiqarish faoliyatida xarajatlarning boshqaruv hisobi tizimini tashkil qiladigan va o‘zaro bog‘langan uchta element mavjud:

- ishlab chiqarishga sarflangan xarajatlarni hisobga olish;
- tayyor mahsulotlarning hisobini yuritish;
- ushbu tayyor mahsulotlarning tannarxini kalkulyatsiya qilish.

Ishlab chiqarish xarajatlarni hisobga olish tizimi quyidagicha turkumlashtiriladi.



10.2-rasm. Ishlab chiqarish xarajatlarni hisobga olish tizimining turkumlanishi

Xarajatlarni hisobga olish va kalkulasiya qilish belgilari xarajatlarni hisobga olish tizimini muvaffaqiyatli tashkil qilishga va bir usulni ikkinchisidan ajratishga yordam beradi va osonlashtiradi.

Ishlab chiqarish jarayoni bo'yicha		
<i>Yarim fabrikali usul</i>		<i>Yarim fabrikasiz usul</i>
Mahsulotning miqdori bo'yicha		
<i>Bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchi</i>		<i>Ko'p xil mahsulot ishlab chiqaruvchi</i>
Bilvosita xarajatlarni taqsim qilish usuli bo'yicha		
<i>Bir koeffitsiyentli</i>		<i>Bir koeffitsiyentli</i>
<i>Rejali</i>		<i>Hisobot</i>

10.3-rasm. Ishlab chiqarish xarajatlarini hisobga olish usullarini turkumlashtirishning qo'shimcha belgilari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tatbiq qilingan xarajatlarni hisobga olish tizimi bir vaqtning o'zida turkumlashtirishning bir necha asoslaridan foydalanadi. Lekin, biz qo'llanma imkoniyatidan kelib chiqqan holda va o'rgatish usuliga muvofiq asosan buyurtma, jarayonlar va me'yoriy usullarni va ularning turlicha ko'rinishlari bilan bog'liq holatlarini yoritishga harakat qilamiz. Bundan tashqari qo'llanmada:

- chetga chiqish summasiga muqobillashtirilgan joriy me'yorlardagi xarajatlarni hisobga olish tizimi;

- me'yordagi va haqiqatda sarflagan xarajatlarning hisobini parallel yuritish;

- qisman, to'liq haqiqiy va me'yoriy sarflarga asosan xarajatlarni hisobga olish tizimlari yoritiladi.

Ishlab chiqarish xarajatlarini hisobga olish va mahsulot tannarxini kalkulasiya qilishning buyurtmali usuli asosan ishlab chiqarish texnologiyasi uchun sarflangan xomashyo va materiallar, mehnat sarflari va boshqa umumiy ishlab chiqarilgan mahsulot, bajarilgan ish yoki ko'rsatilgan xizmatning turiga qarab qo'llaniladi. Bu usulni qo'llash uchun tegishli shart-sharoitlar mavjud bo'lishi kerak. Ushbu usul asosan qurilish obyektlari, samolyotsozlik, kemasozlik, qog'oz, mebel sanoati, ilmiy-izlamish, konstruktorlik va ta'mirlash ishlari, auditorlik, konsalting xizmatlari va shunga o'xshash yakka buyurtma yoki kichik guruhlardagi tovarlarni ishlab chiqarish jarayonlarida qo'llaniladi. Buyurtmali usul qo'llanilayotganda e'tiborni ishlab chiqarishning xususiyati va buyurtmaga qaratish va ularni chuqur tasniflash lozim. Ko'pchilik hollarda ishlab chiqarilgan mahsulotlar murakkab texnologiyadan tashkil topgan 100 va undan ortiq muomalalar natijasida ishlov berilgan ko'p nomdagi va miqdordagi detallardan tashkil topgan bo'ladi.

Bundan tashqari, ushbu tarmoqlarda ishlab chiqarishning o'ziga xos xususiyatlariga ushbu detallarni tayyorlash va ularga ishlov berishdagi sarflar farq qilishi natijasida ishlab chiqarilgan mahsulot hajmining vaqtlar oraligida o'sib borishi hisoblanadi. Tayyor buyum – mahsulotlarni yig'ish ham mehnatni brigada asosida tashkil qilganda yoki ayrim ishchi yiqqanda ushbu yig'ishning uzoq vaqt davom etishi va zarur detallarni balki, o'zaro almashtirish yo'li bilan emas, ayrim olgan holda yig'ish xususiyati bilan farq qiladi. Ushbu jarayonda tegishli mashina yoki buyum uchun ishlab chiqarilgan detal yoki qismlar, yig'uv yoki mexanik ishlov beruvchi sexlarga berilmay, balki omborga topshiriladi. Ushbu ishlab chiqarish, ya'ni buyurtmani tayyorlash jarayonida zarur mehnat buyumlari ayrim olgan holda va tez-tez takrorlanmaydigan turlari bo'lishi, ba'zi vaqtlarda ularning ko'pchilik turlari bo'yicha va ayrim kichik guruhlar bo'yicha harakati (iste'moli) sodir bo'ladi. Ayrim olingan buyurtmalar va kichik guruh (hajm)dagi mahsulotlarni ishlab chiqarishda yiriklashtirilgan (ishlab chiqarish buyurtmasi, tovar komplekti yoki qismlarning komplekti) reja-hisob birliklarini qo'llagan holdagi tezkor rejalashtirish va ishlab chiqarishni boshqarishning murakkab tizimini qo'llash xususiyatiga egadir. Chunki, murakkab texnologiya muammolari natijasida ishlab chiqarilgan mahsulotlar ularni

tayyor holga keltirish uchun ko'pdan ko'p ishlarni bajarishni talab qiladi, ya'ni ular texnologiya kartasidagi belgilangan muomalalarni (ishlov berish) amalga oshirish jarayonida bir necha sexlardan (quyish, ishlov berish, yig'ish, sinash) o'tadi, bitta detal bitta stanokda ishlov berishdan o'tadigan ishlov berishning ko'p, har xil variantlari amalga oshiriladi. Ushbu muomalalarning bajarilishi, bosqichlar o'rtasidagi aloqalar tasdiqlangan tarmoq grafiklari va yig'ma grafiklar yordamida nazorat qilib boriladi va natijada tayyor mahsulot (buyurtma) olinadi.

Ishlab chiqarilgan buyurtma - bu uning oxirgi natijasi buyurtmaning bajarilishiga erishish uchun zarur bo'lgan kompleks texnologiya jarayonlarni va muomalalarni bajarish uchun zarur bo'lgan ishlarni bajarishni o'z ichiga olgan reja hisobdagi birlikdir. Ushbu birlikka konstruktorlik byurosining texnologiya bo'limi va ishlab chiqarish sexlarining mahsulotlari, bundan tashqari, ularni simovdan o'tkazish jarayonlari kiradi. Yig'uv jarayoni bir oydan kam davom etadigan hollarda mahsulotning detal va bo'laklari yig'uv sexlari ushbu bo'lak yoki buyumlar bo'yicha komplektlashtirilgan holda o'tkaziladi. Ushbu tartibdagi tizimda yig'uv sexlari va bo'limlari uchun detal komplekti yoki detalni ishlash uchun tayyorlangan bo'limlar uchta tegishli buyurtma, tayyorlov va ishlov beruvchi bo'limlar uchun detal komplekti yoki detalni ishlash uchun tayyorlangan bo'lakchalar reja-hisob birligi sifatida qabul qilingan. Agarda yig'uv jarayoni bir oydan ortiqcha davom etsa, u holda yig'uv sexlari va bo'limlariga detallar guruhlangan holda yig'uv ishlarini bajarish grafigiga muvofiq topshiriladi.

Ishlov berish sexlari va bo'linmalariga esa ishlab chiqarishning tegishli bosqichida yig'ish uchun zarur bo'lgan va ushbu bo'laklarni yoki bo'laklar guruhini yig'ish uchun kerak bo'ladigan bo'laklar komplekt holda topshiriladi. Bo'laklarni komplektlash uchun zarur bo'lgan detallarni topshirish grafigi ushbu komplektni siqib buyumni yig'ish grafigiga asosan navbatma-navbat topshirilib boriladi. Chunki asosiy maqsad texnologiyada ko'rilgan muomalalarning to'xtab qolishiga yo'l qo'ymaslikdir. Natijada tayyorlov va ishlov berish sexlari va tayyorlov sexlari uchun reja-hisob birligi detal komplekti, bo'laklar yoki bo'laklarning guruhi bo'lsa, yig'uv sexi yoki bo'limlari uchun esa reja-hisob birligi umumiy yig'uvning bosqichi yoki ishlab chiqarish buyurtmasi hisoblanadi. Tajriba-sinov ishlari bilan shug'ullanadigan subyektlarda esa rejalashtirish va hisobning obyekt tasdiqlangan mavzu hisob-rejasida ko'rsatilgan bo'ladi. Ushbu tasdiqlangan mavzularning bajarish darajasini aniqlash maqsadida reja-hisob birligi sifatida tovar

komplekti qabul qilingan. Ushbu tovar komplektining tarkibi va hajmi ishlab chiqarish bo'linmalarining mahsulotlari ishlab chiqarishning qaysi bosqichiga taalluqligidan kelib chiqqan. Konstruktorlik bo'limlarning mahsulotlari joriy rejaga asosan, komplektlangan holda bosh texnologiyaning bo'limiga beriladi, Keyinchalik ushbu mahsulot bo'yicha texnologiya hujjatlari ishlab chiqarish bo'limlari sexlariga o'tkaziladi. Me'yoriy xarajat - mehnatning sarfiga va texnologiya jarayoniga muvofiq tayyorlov va ishlov beruvchi sex bo'limlarga beriladigan tovar komplektlari hisoblab chiqiladi. Ushbu jarayonni bosib o'tgan, haqiqatda ishlov berilgan yoki tayyorlangan va tovar komplektiga kiritilgan detallar va tovar-komplektlari, agarda sex-bo'limning yig'ma dasturining talabiga javob bersagina haqiqatda bajarilgan, deb hisoblanadi. Xo'jalik yurituvchi subyektlarda kichkina guruhlarda o'zining yo'nalishida mahsulot ishlab chiqarish bilan bir qatorda mahsulotning hajmida asosiy o'rim yo'nalishiga mos kelmaydigan mahsulotlar bo'lgan holatlarda tezkor ishlab chiqarish boshqaruvining tizimini tanlashga subyektning ixtisos yo'nalishi katta ta'sir qiladi. Chunki, ushbu mahsulotlarni ishlab chiqarishni tashkil qilish xususiyati faoliyatida asosiy mahsulotlarni ishlab chiqarish sharoitidan ancha farq qiladi. Ushbu hollarda tegishli subyektlarda asosiy mahsulotlarni ishlab chiqarish uchun tezkor-ishlab chiqarish rejasi va hisobining boshqa tizimi qo'llanilgan vaqtlarda ham yuqorida tasniflangan buyurtma yoki kompleks tizimlarining bittasini tatbiq qilish maqsadga muvofiqdir. Bir vaqtning o'zida tezkor boshqaruv tizimining har xil turlaridan foydalanish reja-hisob birliklarining ko'payishiga, texnik-iqtisodiy va tezkor ishlab chiqarish rejasini bog'lashdagi hisob ishlarining murakkablashishiga, ishlab chiqarish jarayonining yuritilishida hisob va nazorat darajasining pasayishiga olib keladi. Umuman olganda, ushbu aniqlangan yo'nalish me'yorlashtirish, kalkulyatsiya qilish va baholarni shakllantirish obyektlarini soddalashtirish bilan bir qatorda umumlashtirilgan holda rejalashtirish va hisob obyektlarining birligi zaruriyatini keltirib chiqaradi. Lekin, ichki tarkibiy bo'linmalar, ayniqsa, brigadalar yoki ichki ijara guruhlari bo'yicha ishlab chiqarish xarajatlarining turlarini ishlab chiqarishda hisobga olish tartibi e'tiborga olinmaydi. Chunki, ayrim va kichik guruhdagi mahsulotlarni ishlab chiqarishda tegishli ularning oxirgi bosqichida - yig'uv sexida va subyekt darajasida reja-hisob birliklari va kalkulyatsiya obyektlarining bir-biri bilan mos kelishi etarli, deb hisoblanadi. Ish joylarini xomashyo va materiallar bilan ta'minlash tizimidan foydalanishga qarab markaziy

ombordan xomashyo va materiallarni sex va bo'limlarga chiqarish har xil hujjatlar bilan tasdiqlanadi. Natijada ushbu xomashyo va materiallarni ishlab chiqarishga chiqarishi ishlab chiqarish bo'linmalarining ixtisoslashishi va mustaqilligi bo'yicha ilgari tasdiqlangan sarflarning me'yoriga asosan tushgan, limitlashmagan sarfini tashkil qilish usulida, sexlarda islatiladigan ushbu qiymatlarning to'liq nomlari va turlari keltirilgan limit qaydnomalaridan markazlashtirilgan tizimda esa brigada yoki zvenolar uchun tuzilgan limit qaydnomalardan foydalaniladi. Har bir xomashyo va materialning sarflanish limiti (chegarasi) bo'laklar, detal va yarimfabrikatlarning ishlab chiqarishga berilish rejasi, bundan tashqari, ularning sex omborlarida va ish joylaridagi zaxirasining umumiy me'yori va reja-hisob birliklari bo'yicha sarflashning guruhlashtirilgan me'yorlarini inobatga olgan holda hisoblash markazlari yoki guruhlari tomonidan bajariladi. Ushbu me'yorlarning yig'indisi tugallanmagan ishlab chiqarishning rejadagi bajarilish darajasini detallarga ishlov berish va tayyor buyumlar ishlab chiqarishda komplektlash va yo'qotishlarni hisobga olgan holdagi hisob-kitoblarni o'z ichiga oladi. Limit (chegara) qaydnomalari hisoblash markazi tomonidan ikki nusxada yoziladi va bosh texnolog bilan moddiy-texnika ta'minoti bo'limining rahbari tomonidan tasdiqlanadi. Omborxonada qoldiriladigan ushbu qaydnomada jo'natilgan xomashyo va materillar turlari bo'yicha faqat sex yoki bo'limlar bo'yicha kodlashtirilgan holda ko'rsatiladi (brigada va zvenolarga ajratilmaydi). Sexda qo'llanilayotgan ushbu qaydnomaning 2-nusxasida ushbu sexning oylik dasturi – rejasini bajarish uchun zarur bo'lgan xomashyo va materiallarning rejadagi talabini aks ettirgan mashinogramma mavjud bo'ladi. Bo'linmalar va brigadalar va zvenolar uchun ayrim kartalar tayyorlanib, ushbu kartalarga asosan, har bir sexga yoki brigadaga zarur bo'lgan, lekin kartada ko'rsatilgan turlari va me'yori bo'yicha xomashyo va materiallarni sexning omboridan olishti mumkin. Ushbu kartalar moddiy resurslarning zaxirasi va ulardan foydalanishi nazorat qilish uchun sex yoki bo'limning rahbarida turishi lozim. Ayrim hollarda sodir bo'ladigan limit (chegara)dan ortiqcha berish, bir xomashyoni boshqasiga almashtirish hozirgi davrdagi yo'qotishlarni qoplash uchun kelgusi oy hisobiga bo'nak ko'rinishida olishi, yig'ish-o'rnatish va moslashtirish ishlari jarayonidagi yo'qotishlarni qoplash uchun olinadigan xomashyolar, materiallar va detallar ushbu voqealarning sababi va javobgarlari ko'rsatilgan holda sexning rahbari yoki boshqa mas'ul xodimning imzosi bilan tuzilgan qizil rangdagi hujjatlar orqali

amalga oshiriladi. Ushbu holatlar tez-tez takrorlansa talabnomalar to'lg'aziladi, mabodo ushbu holatlarda qo'shimcha olinadigan xomashyo va materiallarning turlari ko'p bo'lsa, ilgari tuzilgan chegarall qaydnoma yoki kartada ayrim qator ochiladi va olingan resurslar ushbu qatorga qayd qilinadi. Chunki, ushbu ortiqcha sarflar-chegara me'yoridan chiqishlarning sabablari va javobgar shaxslar tezlik bilan aniqlanishi va tegishli qarorlar qabul qilishni taqozo qiladi. Faqatgina ushbu chegara kartalarida bo'linma va brigadalarning o'rtasida foydalanilmagan xomashyo va materiallarning harakati ko'rsatiladi.

Buyurtmalar bo'yicha xarajatlarni umumlashtirilgan hisobi bir necha variantlar bo'yicha quyidagilar yordamida tashkil etiladi:

- nazorat schyotlari;
- alohida hisoblash;
- shartnoma bo'yicha tannarx kalkulyatsiyasi.

Nazorat schyotlari – bu xarajatlar va ular bilan korrespondentsiyada bo'ladigan schyotlarni moliyaviy hisobning odatdagi tartibida ochilishini ko'zda tutuvchi schyotlar tizimi hisoblanadi. Xarajatlarning analitik schyotlarida bevosita xarajatlar umumlashtiriladi. Bevosita xarajatlar esa taqsimlash hisoblari bo'yicha hisobot davri tugagandan so'ng kiritiladigan “buyurtmalar kartochkalari”da hisobga olib boriladi. Kartochka buyurtmada ko'rsatilgan hamma ishlar bajarilgandan so'ng yopiladi. Hamma buxgalterlik yozuvlar qaydnomalarda qayd qilinadi, natijalar bosh kitob schyotlariga o'tkaziladi. Alohida hisoblash - bu boshqaruv va moliyaviy hisobda schyotlarni alohida ochishni ko'zlovchi hisob tizimi bo'lib, bu holda xarajatlar schyotlariga moliyaviy muomalalar haqida yozuvlar qilinmaydi. Shartnoma bo'yicha tannarx kalkulyatsiyasi - ishlab chiqarilishi uzoq siklli bo'lgan yirik buyumlarni hisobga olish va kalkulyatsiya qilish tizimi hisoblanadi. Ishlab chiqaruvchiga qilingan ishlar uchun bosqichlar bo'yicha oraliq to'lovlar shartnomada ko'zda tutilgan to'lovlar summasi buyurtmachi dalolatnoma bilan tasdiqlangan sotilgan ishlar qiymati bilan aniqlanadi. To'lovlarning kelib tushishiga qarab mazkur davr uchun foyda hisoblash uchun sotilgan mahsulot tannarxiga kiritilishi kerak bo'lgan xarajatlar aniqlanadi. Shu yerda vaqti o'tmagan xarajatlarning miqdori, ya'ni tugallanmagan va buyurtmachiga topshirilmagan ishlarning tannarxi aniqlanadi. Shartnoma bo'yicha kalkulyatsiya tizimi qo'llanilganda bu tizim uchun o'rnatilgan tamoyillarga rioya qilish tavsiya etiladi, ya'ni:

1. Shartnoma bajarilishining dastlabki davrlarida foydani hisoblamaslik - bu daromad va xarajatlarni baholashning past ishonchililigi.

2. Ziyrak bo‘lish - hisobot davrida aniqlangan zararlar shu davrda sotilgan ishlarining tannarxiga kiritilishi kerak. Agar zararlar kutiladigan bo‘lsa, unda ularning summasi sotilgan mahsulotning tannarxiga zararlar ehtimoli aniqlangandan so‘ng kiritiladi. Masalan, ta‘til summalarini to‘lash bilan bog‘liq ishchilar ta‘tili va qo‘shimchalarni to‘lash uchun zaxira yaratiladi. 3. 35-85% atrofida bajarilgan shartnomaga ketgan anchagina xarajatlarga ziyrak bo‘lish kerak. Hisobot sanasiga bo‘lgan foyda quyidagi formula bilan hisoblanadi:

$$\text{Foyda} = \frac{\text{Ko'zda tutilgan foydaning}}{2/3 \text{ qismi}} \times \frac{\text{Buyurtmachidan olingan summalar}}{\text{Topshirilgan ishlarining qiymati}}$$

$$\frac{\text{Ko'zda tutilgan foyda}}{\text{Topshirilgan ishning qiymati}} = \frac{\text{Topshirilgan ishning tannrxsi}}{\text{Ko'zda tutilmagan xarajatlarning zahirasi}}$$

Shunday qilib, tannarxni buyurtma bo‘yicha hisoblash va kalkulyatsiya qilish tizimi quyidagicha tavsiflanadi:

- sarflar xaqidagi ma‘lumotlar mahsulotning turlariga yoki tayyor mahsulotning alohida seriyalariga o‘tkaziladi;
- xarajatlar hajmi orallq vaqtda emas, balki har bir tugallangan guruh, (partiya) bo‘yicha hisoblanadi;
- bosh kitobda debet qoldig‘ida tugallanmagan ishlab chiqarishning hajmi ko‘rsatiladigan «Asosiy ishlab chiqarish» schyoti yuritiladi.

10.5. Korxonaxarajatlarini tejash va samaradorligini oshirish yo‘llari

Ishlab chiqarish korxonalarining xarajatlari tarkibida mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari katta salmoqni tashkil qiladi. Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlarining mahsulot ishlab chiqarish hajmining oshishi bilan pasayib boradi. Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlarining uzluksiz pasayishi bozor iqtisodiyotida ishlab chiqarish usulining qonuniyatidir. U mehnat unumdorligining to‘xtovsiz o‘shishi, mehnatkashlar madaniy, texnikaviy darajasini yuksalishi, moddiy va mehnat resurslaridan ratsional foydalanish, xo‘jalik yuritish usullarining takomillashtirishi bilan ta‘minlanadi.

Ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirishning ahamiyati yildan yilga oshib bormoqda, chunki uni pasaytirishning har bir foizi absolyut hajmni oshirib yuboradi. Ya'ni korxonada ishlab chiqarilayotgan mahsulotning tannarxini 1 %ga kamaytirish evaziga korxonada ancha miqdorda moliyaviy resurslarini iqtisod qilishga erishadi. Bu har qanday korxonaning oldida turgan eng dolzarb masalalardan biri hisoblanadi. Shuni ta'kidlash lozimki, korxonalar tasarrufidagi barcha resurslardan tejamli foydalanish jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida yanada aktual masalalardan biri bo'lib turibdi. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozining salbiy oqibatlarini bartaraf etish bo'yicha 2009 – 2012-yillarga mo'ljallab qabul qilingan Inqirozga qarshi choralar dasturida "...qat'iy tejamkorlik tizimini joriy etish, ishlab chiqarish xarajatlari va mahsulot tannarxini kamaytirishni rag'batlantirish hisobidan korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish. ...tannarxni kamaytirish bo'yicha belgilangan parametrlarga erishish uchun rahbar va mas'ul xodimlarni rag'batlantirishning ta'sirchan mexanizmini ishlab chiqish..."¹ vazifasi belgilangan.

Ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish yo'llari quyidagilar hisoblanadi. Ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirishda ishlab chiqarishning texnikaviy darajasini oshirish katta ta'sir ko'rsatadi. Yangi texnikani joriy qilish va mahsulot tayyorlash texnologiyasini takomillashtirish jarayonlarining kamayishiga kompleks ta'sir ko'rsatadi. Ular moddiy resurslardan yanada samaraliroq foydalanish, buyumlarni tayyorlashga ketadigan mehnat sarfini kamaytirish imkonini beradi. Amaldagi jihozlarni zamonaviylashtirish hamda qo'llanilayotgan texnikadan foydalanish hisobiga ishlab chiqarish xarajatlarini anchagina kamaytirishga erishish mumkin. Yangi texnika va progressiv texnologiya asosida moddiy resurslarni va jonli mehnatni tejashga erishiladi. Moddiy resurslarda buyumlashgan o'tgan mehnatni tejash xuddi shu miqdordagi xomashyo va materiallardan ko'proq mahsulot ishlab chiqarish imkonini beradi: jonli mehnat sarfini tejash mehnat unumdorligini oshirish imkonini beradi, ya'ni har bir ishchiga hisoblanganda ko'proq mahsulot ishlab chiqarishga imkon yaratadi. Bunga fan-texnika taraqqiyoti yordam beradi. Yangi texnika va ilg'or texnologiya ishlab chiqarishni boshqarishni takomillashtirish asosida mehnat unumdorligi oshib boradi, bu esa ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishga olib keladi. Moddiy va pul mablag'larini sarflashda qat'iy iqtisodiy tejashga rioya qilish

¹ Karimov I.A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralarini. - T.: O'zbekiston, 2009, 32 bet

katta ahamiyatga ega. Asbob-uskunalarni asrashga doir sarflarini kamaytirish, material, shuningdek, ishlab chiqarish chiqindilaridan maksimal foydalanish, brak natijasida ro'y beradigan nobudgarchiliklarni kamaytirish, fondlarining samaradorlik darajasini oshirish, ish haqi fondini ratsional sarflash, sex va umumzavod xarajatlarini kamaytirish – bularning barchasi u yoki bu darajada mahsulot tannarxining arzonlashuviga ta'sir ko'rsatadi. Moddiy-texnika ta'minotini yaxshilash, ishlab chiqarish xarajatlarining kamayishiga olib keladi. Korxonaning xomashyo, material, yoqilg'i va energiya yetkazib berishning uzilib qolishi ishlab chiqarish ritmining buzilishiga, bekor turtib qolishlarga va oqibat natijada unumsiz xarajatlarga olib keladi. Korxonada iqtisodiyotiga haddan tashqari normativdan ortiqcha zapaslarni bo'lishi ham salbiy ta'sir ko'rsatadi. Zapas ko'payib ketganda oborot mablag'lari oshib ketadi, moliyaviy ahvol yomonlashadi, ishlab chiqarishning rentabelligi pasayib ketadi. Ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishga mehnatni tashkil etishda takomillashtirish katta ta'sir ko'rsatadi. Har qanday texnikadan, hatto yangisidan ham ishlab chiqarishni to'g'ri tashkil qilmay turib, maksimal ravishda foydalanish mumkin emas. Shuning uchun texnologik protsesslarni mexanizatsiya va avtomatlashtirish bilan bir qatorda, mehnatni ilmiy asosda tashkil etishga katta e'tibor berish kerak. Mahsulot tannarxini pasaytirishda hisobotning roli kattadir. Hisob olib borish yoqilg'i va energiyadan, xomashyo va materiallardan ratsional foydalanishga yordam beradi, xarajatlarni kamaytirish va korxonada jamg'armasini oshirish imkonini beradi. Mehnat jamoasining kuchini yetishtiriladigan mahsulotning tannarxini pasaytirishga qaratish uchun ishlab chiqarishga qilinadigan xarajatlarni to'g'ri rejalashtirish va hisobga olish zarur. Iqtisod qilish yo'llarini aniqlash ortiqcha xarajatlarning sababini ochib tashlash uchun bu xarajatlarni doimiy tahlil qilib turish kerak. Ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish rejasining bajarilishini tahlil qilish ishlab chiqarish rentabelligining oshishi uchun korxonadagi barcha ishlarni takomillashtirish uchun muhim ahamiyatga ega. Lekin tahlil faqatgina tannarxni pasaytirish rejasini bajarilishiga qo'yilgan baho bilan chegaralanmaydi, u ishlab chiqarish xarajatlarini yanada kamaytirish uchun tashkiliy va texnikaviy harakatlarni ham ko'rish kerak. Mahsulot ishlab chiqarishni tahlil qilishda ishchilarning aktiv ishtirok etishlari uni pasaytirishning muhim yo'lidir. Xarajatlar korxonaga bog'liq bo'lmagan omillarga qarab o'zgaradi. Masalan, resurs narxi, har xil xizmat haqqining tebranishi korxonada xohishidan qat'i nazar xarajatlarni

o'zgartiradi. Korxonada ishlab chiqarish ko'lamini kengaysa, resurslar sarfi qisqaradi, chunki ular kamroq isrof etiladi. Resurslarni tejovchi texnologiya joriy etilganda xarajatlar keskin qisqaradi. O'rtacha xarajatlar mehnat unumdorligiga nisbatan teskari mutanosiblikda o'zgaradi. Mehnat unumdorligining ortishi ham moddiy, ham mehnat sarfini qisqartiradi, mehnat xarajatlarini pasaytirish orqali foydani ko'paytiradi.

Xarajatlarni doimiy ravishda pasaytirib borish korxonada foydasini oshirishning asosiy vositasi bo'lib xizmat qiladi. Zero mahsulot bahosi tarkibining asosiy elementlari bu xarajat va foydadir. Binobarin xarajatlar qanchalik qisqarib borsa, shunga mos foyda oshib boradi. Ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish asosiy yo'nalishlaridan biri bu fan-texnika taraqqiyotining yutuqlaridan oqilona foydalanishga erishishdir. Fan-texnika taraqqiyoti yutuqlaridan foydalanish mavjud ishlab chiqarish quvvatlaridan, xomashyo materiallaridan, yoqilg'i resurslaridan yanada to'laroq va samaraliroq foydalanishga imkon beradi. Shuningdek, yangi, unumdorligi yuqori bo'lgan mashina, dastgohda yangi texnologik jarayonlar yaratish, uni ishlab chiqarishga joriy etish pirovard natijada korxonada ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga sharoit yaratadi.

Fan-texnika taraqqiyotining XX asrning ikkinchi yarmidagi o'ziga xos jihati prinsipal yangi texnologik usulga o'tilishi bilan xarakterlanadi. Uning mavjud texnologik ishlab chiqarish usullaridan ustunligi faqat nisbatan yuqori iqtisodiy samaradorligida emas, balki sifat nuqtayi nazaridan moddiy ne'matlar va xizmatlarni ishlab chiqarish imkoniyatidir. Xarajatlarni pasaytirishning asosiy yo'nalishlardan biri bu ishlab chiqarish va mehnatni tashkil etishni takomillashtirishdir. Ushbu yo'nalish ishlab chiqarishda yo'qotishlarni kamaytirish yo'li bilan xarajatlarni pasaytirish, bu esa o'z navbatida jonli mehnatni iqtisod qilishga, ya'ni ishlab chiqarish samaradorligining oshishiga olib keladi.

Samaradorlik iqtisodiy kategoriya sifatida odamlarning ayrim ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan mahsulotlar qobiliyatlarini anglatadi. Samaradorlik miqdoriy o'lchov darajasiga ega bo'ladi. Iqtisodiyotda, eng avvalo, yuqori samaradorlik ko'pincha imkoniyatlari bilan birgalikda iste'mol qilishdan hosil bo'lgan samaradorlikning yuksalishini izohlaydi. Barcha samaradorliklar majmuasi eng yuqori maksimal samaradorliklardan iborat ekanini izohlash qiyin emas. Har bir iste'mol qilinayotgan yangi tovar o'zining eng yuqori samaradorlik darajasiga teng samaradorlik darajasini kengaytiradi. Maksimal samaradorlikni

pasaytiruvchi qonunga ko'ra navbatdagi har bir iste'mol qilinayotgan ne'matni yuqori samaradorlik darajasi oldingi bosqichga nisbatan past bo'ladi. Demak, bir o'lchovga to'g'ri keluvchi qo'shimcha ne'matlar hosil qilish samarasi oldingi bosqichda olingan natijalardan pastroq bo'ladi. Iqtisodiy samaradorlik bir necha iqtisodiy ko'rsatkichlar orqali tavsiflanadi. Ishlab chiqarish samaradorligi bir qancha nisbiy ko'rsatkichlar orqali tavsiflanadi. Samaradorlikning umumiy ko'rsatkichi mehnat unumdorligidir. U umummahsulot miqdorining jonli mehnat sarfiga nisbatan ifodalanadi. Jonli mehnat sarfi kunlarda soatlarda hisoblanadi. Mehnat unumdorligi bilan birga mehnat sig'imi degan samaradorlik ko'rsatkichi ham qo'llanadi. Mehnat sig'imi jonli mehnatni mahsulot miqdoriga nisbatan orqali aniqlanadi. Mahsulotning material sig'imi degan iqtisodiy ko'rsatkich ham bizning davrimizda katta ahamiyat kasb etmoqda. Material sig'imi moddiy ashyolar sarfini mahsulot miqdoriga nisbati orqali aniqlanadi. Ishlab chiqarish fondlarini samaradorligi mahsulotning fond sig'imi yoki fondlar qaytimi ko'rsatkichlari orqali o'lchanadi. Ko'rinib turibdiki, nisbiy ko'rsatkichlar samaradorlik umumiy ifodasini aniqlashtirilgan shaklida bu nisbatlarda mahsulotlar miqdori ko'rsatkichlari o'rnida jami mahsulot, yalpi milliy mahsulot, jami ichki mahsulot, sof mahsulot, qo'shimcha mahsulot, uning pul shakllaridan biri foyda, milliy daromad kabi kategoriyalar qo'llaniladi. Bozor iqtisodiyotiga o'tish davrida, ayniqsa, respublikamizning hozirgi sharoitida samaradorlikni oshirish juda jiddiy masaladir. Gap shundaki, hozirgi davrda ko'pgina resurslar chegaralangan, ularning aksariyat qismi xorijdan keltiriladi, zamonaviy texnologiya yetishmaydi, kadrlar malakasi yuqori emas. Shuning uchun resurslardan tejimli foydalanish, mehnat unumdorligini oshirish, milliy va xorijiy sarmoyalarni eng zarur sohalarga joylashtirish, yuqori malakali kadrlar tayyorlash kabi samaradorlikni oshirish vositalariga yetarlicha e'tibor berish talab qilinadi.

Inqirozga qarshi choralar dasturi doirasida amalga oshirilgan yo'nalishlardan biri – mamlakatimizdagi mahsulot eksport qiladigan korxonalarni har tomonlama qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirish, eksport salohiyatini mustahkamlash bo'ldi. Bu esa bunday korxonalar yanada barqaror ishlashida muhim ahamiyat kasb etdi. Buning uchun korxonalarining tashqi bozorlarda raqobatdoshligini oshirish uchun ularni qo'llab-quvvatlash maqsadida qat'iy choralar ko'rildi. Energiya manbalari va kommunal xizmatlar narxlarining asossiz oshishiga yo'l qo'ymaslik, korxonalarda texnologik jarayonlarni optimallashtirish

hisobidan mahsulot tannarxini pasaytirish, eksport narxlarini shakllantirishga doir yangi mexanizmlarni joriy etish, bank kafolatlari muddatlarini uzaytirish, qo‘shimcha qiymat solig‘ini qaytarish muddatini qisqartirish va boshqa rag‘batlantirish choralari shular jumlasidandir.

Asosiy tayanch tushunchalar

Iqtisodiy xarajatlar, doimiy xarajatlar, pirovard xarajatlar, ishlab chiqarish tannarxi, davr xarajatlari, o‘zgaruvchan xarajatlar, o‘zgarmas xarajatlar, to‘g‘ri xarajatlar, egri xarajatlar, boshqaruv xarajatlari, tannarxni rejalashtirish, moliyaviy-iqtisodiy inqiroz, iqtisodiy samaradorlik.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Ishlab chiqarish xarajatlarining mohiyati, tarkibi va elementlari.
2. Ishlab chiqarish xarajatlarini ifodalovchi ko'rsatkichlar va ularni tahlil qilish usullari.
3. Korxonaning ishlab chiqarish xarajatlari tahlili va baholanishi
4. Mahsulot tannarxini aniqlash usullari.
5. Mahsulot ishlab chiqarish tannarxi shakllanishining korxonada foydasiga ta'siri.
6. Mahsulotni ishlab chiqarish va sotishni ifodalovchi hajm ko'rsatkichlari.

XI bob. KORXONALARNI STRATEGIK RIVOJLANISHIDA DAROMADLAR VA UNI OSHIRISH

Mazkur bobda, korxonada faoliyatining moliyaviy natijalari, korxonada daromadlari tuzilmasi, korxonada daromadlarini aks ettiruvchi ko'rsatkichlar tizimi, marjinal tahlil va uning amaliy jihatalari nazariy jihatdan tadqiq etilgan.

- 11.1. Korxonada faoliyatining moliyaviy natijalarini shakllanishi.**
- 11.2. Asosiy faoliyatdan olingan foyda va zararlar.**
- 11.3. Asosiy faoliyatdan tashqari olingan daromadlar.**

11.1. Korxonada faoliyatining moliyaviy natijalarini shakllanishi

Har bir korxonada o'z faoliyatini olib borishidan asosiy maqsad bu foyda olishdir. Daromadlar, xarajatlar, foyda hamda zarar tushunchalarining quyidagi ta'riflari mavjud: Daromadlar – bu subyektning xo'jalik faoliyati natijasida, odatda, ijara haqi, foizlar, litsenziya to'lovlari va dividendlar shaklida daromad keltiradigan faoliyat, ya'ni tovarlarning sotilishi, xizmatlarning ko'rsatilishi yoki boshqa shaxslarning xo'jalik subyektining resurslaridan foydalanishi natijasida aktivlarning kelib tushishi yoki majburiyatlarning kamayishi orqali ro'y beradigan iqtisodiy resurslarning ko'payishidir.

Xarajatlar – bu aktivlarning kamayishi yoki foydani ko'paytirish maqsadida xo'jalik faoliyatidan kelib chiqadigan majburiyatlarni o'z zimmasiga olish orqali ro'y beradigan iqtisodiy resurslarning kamayishidir.

Foyda – bu xo'jalik subyektiga ta'sir etadigan asosiy va asosiy bo'lmagan faoliyat, hodisalar, sharoitlar kapitalining ko'payishi bo'lib, xususiy kapitalga to'lanadigan badallar bundan mustasnodir.

Zararlar – bu asosiy faoliyat va barcha boshqa operatsiyalar, hodisalar, sharoitlar natijasida xususiy kapitalning kamayishi bo'lib, xarajatlar yoki xususiy kapitalning taqsimlanishi natijasidagi kamayish bundan mustasnodir. Daromadlar va xarajatlar to'g'risidagi ma'lumotlar

“Moliyaviy natijalar to‘g‘risidagi hisobot” tarkibida aks ettirilib, ular xo‘jalik yurituvchi subyekt faoliyatining hisobot davrdagi moliyaviy natijalarining foyda yoki zarar ekanligini aniqlash uchun ishlatiladi. Foyda (zarar) daromadlar va xarajatlarni bir-biri bilan solishtirish natijasida aniqlanadi, ya‘ni:

$$\text{Daromadlar} - \text{xarajatlar} = \text{foyda (zarar)}$$

Moliyaviy natijalarni aniqlash tartibini talabga tushuntirish uchun, bizning nazarimizda, “Moliyaviy natijalar to‘g‘risidagi hisobot”da aks ettiriluvchi ko‘rsatkichlarning shakllanish tartibini ko‘rib chiqish kerak. “Moliyaviy natijalar to‘g‘risidagi” hisobotda daromadlar, xarajatlar, foyda va zararlar xo‘jalik yurituvchi subyektlarning quyidagi faoliyat sohalari bo‘yicha aks ettiriladi:

- asosiy faoliyat;
- investitsion faoliyat;
- moliyaviy faoliyat.

O‘zbekiston Respublikasi “Asosiy xo‘jalik faoliyatidan daromadlar” nomli 2– buxgalteriya hisobi milliy standartida daromadlarga quyidagicha ta‘rif berilgan: “Ushbu standartda daromad deyilganda xo‘jalik subyektlari oddiy faoliyati davomida olingan daromadlar, shu jumladan, mahsulotni sotish (ishlarni bajarish va xizmat ko‘rsatish)dan olingan daromadlar, olingan foizlar, dividendlar, royaltlar va boshqalar tushuniladi”.

Asosiy faoliyat yuzasidan daromad va xarajatlarni aks ettirish mahsulot yoki tovar sotuvchi korxonalarda xizmat ko‘rsatuvchi tashkilotlarga nisbatan farq qiladi. Mahsulot ishlab chiqarish va uni sotish bilan shug‘ullanuvchi korxonalar o‘zining ana shu asosiy faoliyatini yuritishi uchun 2 yo‘nalishda xarajatlarni amalga oshiradilar:

- 1) mahsulot ishlab chiqarish uchun;
- 2) umuman asosiy faoliyatni tashkil qilish, boshqarish hamda unga xizmat ko‘rsatish yuzasidan.

Tovarlar sotish bilan shug‘ullanuvchi firmalarda ham tovarlarni xarid qilish uchun hamda ularni sotish bilan bog‘liq operatsion faoliyat bo‘yicha xarajatlar yuzaga keladi. Shu sababli, moliyaviy natijalar to‘g‘risidagi hisobotda asosiy faoliyat bo‘yicha uchta element o‘z aksini topadi:

- 1) mahsulot sotishdan yalpi foyda;
- 2) sotilgan mahsulot tannarxi;

3) operatsion xarajatlar. “Moliyaviy natijalar to‘g‘risida hisobot” shaklida daromadlarni aks ettiruvchi dastlabki ko‘rsatkich bu mahsulot (yoki tovarlar) sotishdan (xizmatlar ko‘rsatish, ishlar bajarishdan) yalpi tushumlardan.

Hisobotning bu ko‘rsatkichi mahsulot sotishdan yalpi tushumdan tovarlarning qaytarilishi va xaridorlarga berilgan chegirmalarni ayrib yuborish orqali aniqlanadi. Daromadlar tushunchasining ta‘rifiga mos ravishda bu satr orqali asosiy faoliyat natijasida olingan tushum aks ettiriladi. “Moliyaviy natijalar to‘g‘risidagi hisobot” shaklida xarajatlarni aks ettiruvchi dastlabki ko‘rsatkich bu sotilgan mahsulotlar (tovarlar, ko‘rsatilgan xizmatlar, bajarilgan ishlar) tannarxi bo‘lib, bu ko‘rsatkich sotilgan mahsulotlar (tovarlar yoki ko‘rsatilgan xizmatlar, bajarilgan ishlar) uchun ishlab chiqaruvchi tomonidan qilingan xarajatlarni anglatadi. Mahsulot sotishdan olingan yalpi tushum summasidan sotilgan mahsulot tannarxi summasini chegirib yuborilsa, mahsulot sotishdan yalpi foyda (zarar) ko‘rsatkichi kelib mahsulotini uni ishlab chiqarish uchun ketgan xarajatlarga nisbatan qimmatroq narxda sotishi kerak bo‘ladi. Olingan yalpi foyda hisobiga korxonaning operatsion xarajatlari ham qoplanishi ko‘zda tutilishi kerak. Shuni inobatga olgan holda hisobotda asosiy faoliyatdan foydani aniqlash uchun mahsulot sotishdan yalpi tushum summasidan operatsion xarajatlar chegirib yuboriladi.

Operatsion xarajatlar tarkibiga mahsulotni sotish bilan bog‘liq xarajatlar, ma‘muriy va boshqa operatsion xarajatlar kiritiladi. Xo‘jalik yurituvchi subyekt uchun uchala ko‘rsatkich ham ya‘ni sotishdan yalpi, tushum, sotilgan mahsulot tannarxi hamda operatsion xarajatlar, muhim ahamiyatga egadir, chunki mahsulot sotishdan tushumni o‘stirishning o‘zigina foyda summasining ko‘payishiga olib kelmoqda. Foyda ko‘p bo‘lishi uchun operatsion xarajatlarni imkon qadar kamaytirish ham talab etiladi. Albatta, mahsulot tannarxini pasaytirish yo‘llari topilishi ham ko‘zda tutilishi kerak. Moliyaviy natijalar to‘g‘risidagi hisobotda moliyaviy faoliyat bo‘yicha olingan natijalar alohida aks ettiriladi. Ular jumlasiga daromadlar sifatida olingan dividendlar, foizlar, moliyaviy ijara daromadlari, valuta almashinuv kurslaridagi ijobiy hamda xarajatlar sifatida esa to‘langan dividendlar, foizlar, moliyaviy ijara to‘lovlari, valuta almashinuv kurslaridagi salbiy farqlar kiradi. Moliyaviy faoliyat bo‘yicha daromadlar va xarajatlarning algebraik yig‘indisi moliyaviy faoliyat bo‘yicha foyda yoki zararni ko‘rsatadi. Asosiy va moliyaviy faoliyat natijalari yig‘indisi xo‘jalik yurituvchi subyektlar umumxo‘jalik faoliyatidan olingan foyda yoki zarar ko‘rsatkichi sifatida aks ettiriladi.

1. Korxonalar moliyaviy – xo‘jalik faoliyatining muhim ko‘rsatkichi bo‘lib daromadlar hisoblanadi. Ushbu ko‘rsatkichning mohiyati, tasnifi va tavsifi respublikamizda qabul qilingan quyidagi me‘yoriy xarajatlarda atroflicha ochib berilgan:

- O‘zbekiston Respublikasi Soliq Kodeksi (16-modda);

- BHMS “moliyaviy hisobotni tuzish va taqdim etish uchun konseptual asosi”

- 2 – son BHMS “Asosiy xo‘jalik faoliyatidan olingan daromadlar”.

- “Mahsulot (ish, xizmat)larini ishlab chiqarish va sotish xarajatlari hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish to‘g‘risida Nizom”.

Ushbu me‘yoriy hujjatlarga muvofiq daromad deganda, umumiy olganda, hisobot davrida korxonada aktivlarini ko‘payishi yoki uning majburiyatlarini kamayishi tushuniladi.

Korxonalarining barcha daromadlari O‘zbekiston Respublikasining Soliq Kodeksida 13 ta turga bo‘lingan (16-modda), 2-son BHMSda. Ushbu turdagi daromadlar ikkita katta guruhga, ya‘ni asosiy faoliyatdan olingan daromadlar va asosiy bo‘lmagan faoliyatdan olingan daromadlarga, ajratilgan.

11.2. Asosiy faoliyatdan olingan foyda va zararlar

Asosiy faoliyatdan olingan daromadlar deganda korxonada ustavida belgilangan asosiy faoliyatdan olingan daromadlar tushuniladi. “Mahsulot (ish, xizmat) larni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari tartibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tarkibi to‘g‘risida”gi Nizomga muvofiq korxonalarining asosiy faoliyatdan olingan daromadlari, o‘z navbatida, quyidagi ikki guruhga ajratiladi: Asosiy bo‘lmagan faoliyatdan olingan daromadlar deganda bevosita asosiy faoliyatga taalluqli bo‘lmagan faoliyat turlaridan olingan daromadlar tushuniladi. Bunday daromadlar Nizomga muvofiq moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlarga va favquloddagi daromadlarga bo‘linadi. Moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlar deganda qimmatli qog‘ozlar, valuta operatsiyalari, kredit va qarzlarni berishdan olingan daromadlar tushuniladi. Bularga royalti, dividendlar va foizlar, ijobiy kuch farqlari ko‘rinishidagi daromadlar va boshqalar kiradi. Favquloddagi daromadlar deganda yuz berishi xarakteriga ega bo‘lmagan, kutilmagan tasodif va hodisalardan olingan daromadlar tushuniladi. Bularga davlat qonunlarini

o'zgarishi, tabiiy ofatlar, revolyutsion o'zgarishlar natijasida vujudga kelgan daromadlar kiradi.

Korxonada daromadlari bo'yicha buxgalteriya hisobining asosiy vazifalari qo'yidagilar bo'lib hisoblanadi:

- Daromadlarni hisoblash tamoyilligi schyotlarda aks ettirish;
- Daromadlarni soliqlarga munosabatini to'g'ri belgilash;
- Daromadlarni moliyaviy hisobotda to'g'ri aks ettirish va boshqalar.

Sotishdan olingan daromadlarning hisobi: Tovarlarini sotishdan olingan daromadlar asosan ulgurji va chakana savdo korxonalarida, shuningdek o'zlari ishlab chiqargan mahsulotlarini firma magazinlari orqali sotadigan ishlab chiqarish korxonalarida ishlatiladi. Bajarilgan ishlar va xizmatlardan olingan daromadlar asosan qurilish tashkilotlari va xizmat sohasi korxonalarida, shuningdek asosiy faoliyatidan tashqari ish va xizmatlar ko'rsatuvchi boshqa turdagi korxonalarda ishlatiladi.

Asosiy faoliyatdan olingan qo'shimcha daromadlarning hisobi. Asosiy vositalarning chiqimidan olingan foyda korxonalar o'zlarining asosiy vositalarini sotishdan va boshqa chiqimlaridan olgan foydasini hisobga olishda foydalanadilar. Boshqa aktivlarni chiqimidan olingan foyda korxonalar o'zlarining turli boshqa aktivlarini, masalan materiallarini, xo'jalik inventarlarini, nomoddiy aktivlari va boshqa aktivlarini sotishdan va boshqa chiqimlaridan olgan foydasini hisobga olishda foydalanadilar. O'ndirilgan jarimalar, penyalari va neustoykalar turli xo'jalik shartnomalari shartlarini buzilishi natijasida, shuningdek ko'rsatilgan zararlarni qoplanishi evaziga olingan daromad (foйда) summasi aks ettiriladi. O'tgan yillar foydasi hisobot yilda aniqlangan o'tgan yillarning foydasi aks etiriladi. Qisqa muddatli ijaradan olingan daromadlar qisqa muddatli ijaradan olingan daromad korrespondentsiyalashgan holda aks ettiriladi.

Kreditorlik va deponentlik qarzlarni hisobdan chiqarilishidan olingan daromadlar muddatida (3 yildan oshiq muddatda) o'ndirib olinmagan qarzlarni korxonada foydasiga o'tkazishdan olingan daromadlar. Xizmat qiluvchi xo'jaliklardan olingan daromadlar asosiy faoliyatga xizmat ko'rsatuvchi xo'jaliklardan (sog'liqni saqlash bo'linmasi, sarta-roshxona, kutubxona, bolalar bog'chasi va boshqa muassasalari, sanatoriylar, oshxona, mehmonxona, sport komplekslari va boshqalar) olingan daromadlar aks ettiriladi. Qaytarilmaydigan moliyaviy yordam turli yuridik va jismoniy shaxslardan qaytarib bermaslik sharti bilan olingan moliyaviy yordam summalari aks ettiriladi.

11.3. Asosiy faoliyatdan tashqari olingan daromadlar

Boshqa operatsion daromadlar turli qoplama summalar va boshqalar, aks ettiriladi. Moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlarning hisobi. 21 – son BHMSga muvofiq moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlar quyidagi schyotlarda hisobga olinadi:

- 9510 “Royalti ko‘rinishidagi daromadlar”;
- 9520 “Dividendlar ko‘rinishidagi daromadlar”;
- 9530 “Foizlar ko‘rinishidagi daromadlar”;
- 9540 “Valuta kurslari farqlaridan olingan daromadlar”;
- 9550 “Uzoq muddatli ijaradan olingan daromadlar”;
- 9560 “Qimmatli qog‘ozlarni qayta baholashdan olingan daromadlar”;

- 9590 “Moliyaviy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar”. Royalti ko‘rinishidagi daromadlar deganda korxonalarining nomoddiy aktivlarini. Masalan kompyuterlar uchun dasturlar ta‘minotimi, litsenziyalar va boshqalarni ijaraga berishdan va hamkorlikda foydalanishdan olingan daromadlar tushuniladi. Ushbu daromadlarni hisoblanishi 4850 «Olinadigan royalti» schyotning debetida va 9510 «Royalti ko‘rinishidagi daromadlar» schyotining kreditida aks ettiriladi. Yil oxirida 9510 schyotning kreditida to‘plangan summa uning debetiga va 9900 «Oxirgi moliyaviy natija» schyotining kreditiga yoziladi va shu asosda u yopiladi. Dividendlar - bu aksiyalarga kiritilgan moliyaviy investitsiyalar uchun hisoblangan daromad. Ushbu daromadni hisoblashga asos bo‘lib aksionerlik jamiyatining dividendning hisoblanganligi to‘g‘risidagi yozma xabarnomasi hisoblanadi. Ushbu xabarnomada jami hisoblangan dividend summasi, undan ushlangan dividend solig‘i summasi va to‘lanadigan dividend summasi aks ettiriladi. Agar xabarnomada dividend solig‘mi ushlanmaganligi o‘qittirilgan bo‘lsa, u holda Ushbu soliqni dividend olgan korxonaga to‘lashi lozim. Hisoblangan dividend ko‘rinishidagi daromadlar 4840 “Olinadigan dividendlar” schyotning debetida va 9520 “Dividend ko‘rinishidagi daromadlar” schyotining kreditida aks ettiriladi. Yil oxirida 9520 schyotining kreditida to‘plangan summa uning debetiga va 9900 “Oxirgi moliyaviy natija” schyotining kreditiga yoziladi va shu asosda u yopiladi.

Foizlar ko‘rinishidagi daromadlar deganda boshqa yuridik shaxslarga berilgan qarzarlar va kreditlar uchun hisoblangan foizlar tushuniladi. Ushbu foizlarning miqdori tuzilgan shartnomalar asosida hisoblanadi. Foiz ko‘rinishidagi hisoblangan daromadlar 4830 “Olinadigan foizlar”

schyotining debetida va 9530 “foizlar ko‘rinishidagi daromadlar” schyotining kreditida aks ettiriladi. Yil oxirida 9530 schyotining kreditida to‘plangan summa uning debetiga va 9900 “Oxirgi moliyaviy natija” schyotining kreditiga yoziladi va shu asosda u yopiladi. Valuta kurslari farqlaridan olingan daromadlar deganda korxonaning valuta schyotida saqlanayotgan chet valutasida va chet el valutasidagi debitorlik qarzarlar bo‘yicha hisoblangan ijobiy kurs farqlari tushuniladi. Ushbu daromad har oyning oxirida 5210 “Mamlakat ichidagi valuta schyotlari”, 5220 “chet eldagi valuta schyotlari”, 4000 “olinadigan schyotlar”, 4300 “Ta‘minotchi va pudratchilarga berilgan bo‘naklar hisobi schyotlari” va boshqa chet el valutasida hisobi yuritilgan debitorlik qarzarlar schyotlari bo‘yicha O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki e‘lon qilgan kurslar asosida hisoblanadi. Hisoblangan ijobiy kurs farqlari bu yuqorida keltirilgan schyotlarning debetida va 9540 “Valuta kurslari farqlaridan olingan daromadlar” schyotining kreditida aks ettiriladi.

Yil oxirida 9540 – schyotning kreditida to‘plangan summa uning debetiga va 9900 “Oxirgi moliyaviy natija” Schyotining kreditiga yoziladi va shu asosda u yopiladi. Uzoq muddatli ijarada olingan daromadlar deganda mulkni bir yildan ko‘p muddatga ijaraga berishdan olingan daromadlar tushuniladi. Ushbu daromadning summasi tuzilgan lizing (ijara) shartnomasi asosida hisoblanadi. Hisoblangan daromad summasi 4830 “Olinadigan foizlar”, 6230 “Boshqa muddati uzaytirilgan daromadlar” schyotining debetida va 9550 “Uzoq muddatli ijaradan olingan daromadlar” schyotining kreditida aks ettiriladi. Yil oxirida 9550 schyotining kreditida to‘plangan summa uning debetiga va 9900 “Oxirgi moliyaviy natija” schyotining kreditiga yoziladi va shu asosda u yopiladi. Qimmatli qog‘ozlarni qayta baholashda olingan daromadlar deganda uzoq va qisqa muddatli investitsiyalar qiymatini oshirish natijasida vujudga kelgan daromadlar tushuniladi. Bunday daromadlar qayta baholash dalolatnomalari asosida hisoblanadi. Hisoblangan daromad summasi 0600 “Uzoq muddatli investitsiyalar hisobi schyotlari”, 5800 “Qisqa muddatli investitsiyalar hisobi schyotlari”ning debetida va 9560 “Qimmatli qog‘ozlarni qayta baholashdan olingan daromadlar” schyotining kreditida aks ettiriladi. Yil oxirida 9560 schyotning kreditida to‘plangan summa uning debetiga va 9900 “Oxirgi moliyaviy natija” schyotining kreditiga yoziladi va shu asosda u yopiladi.

2. Sotishdan olingan foyda yoki zarar (Fs) yoki (3s) Fs (3s)- st – Ts. Mos ravishda $Fs = \text{agar } St > Ts$, $3s = \text{agar } St < Ts$ Bu yerda : St sof tushum. Ts – sotish tannarxi

4. Moliyaviy natijalarni hoshqarish. Asosiy faoliyatdan olingan foyda yoki zarar (Faf) yoki (Zaf) $Faf (Zaf) = Fs (3s) - Dx + Bod$

Bu yerda: Dx – davr xarajatlari; Bod – asosiy faoliyatdan olingan boshqa operatsion daromadlar.

5. Umumxo‘jalik faoliyatidan olingan foyda yoki zararlar (Fux) yoki (Zux) $Fux (Zux) = Fmf - 3mf$ Bu yerda Fmf – moliyaviy faoliyatdan olingan foyda; 3mf – moliyaviy faoliyatdan ko‘rilgan zararlar.

6. Soliqqacha foyda yoki zararlar (Fst) yoki (3st) $FST (3st) = Fux (3ux) + Ff - Fz$ Bu yerda Fd – favquloddagi foyda; F3 – favkuloddagi zararlar 4. Sof foyda yoki sof qoplanmagan zararlar (Sf) yoki (S3) $Sf (S3) = Fst (3st) - Ds - Aj$ Bu yerda: Ds – daromaddan olinadigan soliqlar (foyda solig‘i, infrastrukturani rivojlantirish solig‘i, yagona soliq); Aj – foydadan boshqa ajratmalar “Mahsulot” (ish xizmat)larni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish to‘g‘risida Nizom” ga muvofiq yuqorida keltirilgan foyda (zarar) ko‘rsatkichlaridan tashqari soliqqa tortish maqsadida yana ikkita quyidagi foyda ko‘rsatkichini hisoblash yo‘li bilan topiladi.

- Soliqqa tortiladigan daromad (Std) $Std = Fst (3st) + Stx + Shx - Schx - D - F$ Bu yerda Stx – soliq solish bazasiga qayta qo‘shiladigan xarajatlar; Sbx – hisobot davrida soliq bazasidan chegirilmaydigan, lekin kelgusida chegirilib boriladigan xarajatlar;

Schx – soliq bazasidan hisobot davrida chegiriladigan xarajatlar; D – olingan dividendlar; F- olingan foizlar Soliqqa tortiladigan foyda (Stf) – bu soliqqa tortiladigan daromaddan foyda (daromad) solig‘ini hisoblash uchun imtiyoz sifatida chegirib tashlanadigan xarajatlarni ayirgandan keyin qoladigan foyda summasi, ya‘ni: $Stf = Std - I$ Bu yerda : I – imtiyoz sifatida soliqqa tortiladigan daromaddan chegiriladigan xarajatlar. 21 – son BHMSga asosan hisobot yilining foydasini ishlatilishi “Foydani soliqlar va to‘lovlar uchun ishlatilishi hisobi schyotlari” da aks ettiriladi. Ushbu aktiv schyotning debetida yil mobaynida foyda (daromad)dan undirilgan soliqlar, jumladan foyda (daromad) solig‘i, infrastrukturani rivojlantirish solig‘i, yagona soliq, yalpi tushumdan yagona soliq aks ettiriladi. Bunda ushbu soliqlar bo‘yicha budjet oldidagi qarzlarni ifodalovchi 6400 “Budjetga to‘lovlar bo‘yicha qarzlarni hisobi schyotlari” (mos ravishdagi schyotlar) kreditlanadi. Foyda (daromad) solig‘i (Nf) summasi korxonaning soliqqa tortiladigan foy-

dasi summasini (Stf) soliq me'yoriga (Sm) ko'paytirib va 100% ga bo'lish bilan topiladi, ya'ni:

$Nf = Stf \cdot Sm : 100\%$. Infrastrukturani rivojlantirish solig'i (Ninf) summasini topish uchun soliqqacha foyda summasidan (Sft) foyda solig'i summasi (Nf) chegiriladi, topilgan summa ushbu soliq me'yoriga (Sm) ko'paytiriladi va 100% ga bo'linadi, ya'ni: $Ninf = (Sft - Nf) \cdot Sm = 100\%$ Korxonada soliq to'lashning ixchamlashtirilgan tizimida (yagona soliq, yalpi tushumdan yagona soliq) ishlayotgan bo'lgan hollarda ushbu soliqlarni summasi Soliq Kodeksi va harakatdagi yo'riqnomalarga muvofiq yalpi tushum (yalpi daromad) summasini ushbu soliqlarning belgilangan me'yorlarda ko'paytirish yo'li bilan topiladi. Yil oxirida 9800 – schyotning debetida to'plangan soliq to'lovlarining summalari uning kreditida va 9900 “Oxirgi moliyaviy natija” schyotining debetida aks ettiriladi va shu asosda foydaning ishlatilishi hisobi schyotlari yopiladi. 9900 “Oxirgi moliyaviy natija” schyotiga foydani ishlatilishi hisobi schyotini, ya'ni 9800 – schyotini, yopilishi bilan korxonaning hisobot yili yakuni bo'yicha sof foydasi (qoplanmagan zarari)ni aniqlash imkoni bo'ladi. Buning uchun 9900 – schyotning debet va kredit oboroti taqqoslanadi. Ushbu schyotning kredit oborotini debet oborotidan katta bo'lishi korxonaning sof foydasini, kredit oborotidan debet oborotining katta bo'lishi korxonaning qoplanmagan sof zararini bildiradi. Aniqlangan sof foyda summasi 9900 – schyotning debetiga va 8710 “Hisobot davrining taqsimlanmagan foydasi (qoplanmagan zarari)” schyotining kreditiga o'tkaziladi. Yil yakuni bo'yicha zarar bilan chiqilgan bo'lsa, ushbu zarar summasi 9900 – schyotning kreditiga va 8710 “Hisobot davrining taqsimlanmagan foydasi (qoplanmagan zarari)” schyotining debetiga o'tkaziladi. Ushbu yozuvda 9900 “Oxirgi moliyaviy natija” schyoti to'lig'icha yopiladi.

Hisobot yili oxirida 8710 “Hisobot davrining taqsimlanmagan foydasi (qoplanmagan zarari)” schyotida aks ettirilgan sof foyda (qoplanmagan zarar) taqsimlanishi yoki taqsimlanmay qolishi mumkin. Bunday taqsimotni amalga oshirish korxonaning mulki va tashkiliy shakliga bevosita bog'liq hisoblanadi. O'rtoqchilik jamiyatlarida, masalan, mas'uliyati cheklangan jamiyatlarda, qo'shma korxonalar, xususiy korxonalar, ularning ustavi va ta'sis shartnomalari talablaridan kelib chiqqan holat hisobot yilning sof foydasi (qoplanmagan zarari) ta'sis-chilar yig'ilishining qaroriga asosan taqsimlanishi yoki taqsimlanmasdan korxonada ixtiyoriga jamlangan foyda (qoplanmagan zarar) hisobiga qoldirilishi mumkin. Bu tipdagi korxonalar ta'sis-chilar yig'ilishi

qaroriga asosan hisobot yilning sof foydasini taqsimlash quyidagi yozuvlar bilan aks ettiriladi:

- Ta'sischi'larga dividend (foiz) ko'rinishida bo'lingan sof foyda summasiga Debet 8710 "Hisobot davrining taqsimlanmagan foydasi (qoplanmagan zarari)" Kredit 6610 "To'lanadigan dividendlar";

- Korxonaning rezerv kapitaliga ajratma summasiga Debet 8710 "Hisobot davrining taqsimlanmagan foydasi (qoplanmagan zarari)" Kredit 8520 "Rezerv kapitali";

- Hisobot yilining taqsimlanmay qolgan sof foydasi o'tgan yilarning jamlangan foydasiga qo'shilsa.

Debet 8710 "Hisobot davrining taqsimlanmagan foydasi (qoplanmagan zarari)" Kredit 8720 "Jamlangan foyda (qoplanmagan zarar)". Agar o'rtoqchilik jamiyati hisobot yili yakuni bo'yicha zarar bilan chiqqan bo'lsa, Ushbu zarar summasi 8720 "Jamlangan foyda (qoplanmagan zarar)" schyotining debetiga o'tkaziladi, ya'ni: Debet 8720 "Jamlangan foyda (qoplanmagan zarar)" Kredit 8710 "Hisobot davrining taqsimlanmagan foydasi (qoplanmagan zarari)" Shunday qilib, o'rtoqchilik jamiyatlarida hisobot yilning oxiriga 8710 "Hisobot davrining taqsimlanmagan foydasi (qoplanmagan zarari)" schyoti to'lig'icha yopiladi va ushbu vaqtinchalik (tranzit) schyot qoldiqqa ega bo'lmaydi. Akseonerlik jamiyatlarida 8710 "Hisobot davrining taqsimlanmagan foydasi (qoplanmagan zarari)" schyotida to'plangan foyda yoki zarar summasini aksionerlar yig'ilishi qarorisiz taqsimlab bo'lmaydi. O'zbekiston respublikasi qonunlariga muvofiq aksionerlik muvofiq aksionerlarning umumiy yig'ilishlari kelgusi yilning may oyigacha o'tkaziladi. Shu sababli aksionerlik jamiyatlarida 8710 "Hisobot davrining taqsimlanmagan holda foydasi (qoplanmagan zarari)" schyotida to'plangan foyda yoki zarar summasi kelgusi yilga qoldiq sifatida o'tkaziladi, u faqat hisobot yili foydasi (zarari) taqsimlangan yopiladi. Boshqa operatsiya xarajatlar.

Boshqa operatsion xarajatlarga quyidagilar kiradi:

1. Kadrlar tayyorlash va ularni qayta-tayyorlash xarajatlari, yangi tashkil etilayotgan xo'jalik yurituvchi subyektga ishlash uchun normalar doirasida va ulardan ortiqcha kadrlar tayyorlash va qayta tayyorlashi bundan mustasno.

2. Maslahat va axborot xizmatlariga haq to'lash.

3. Auditorlik xizmatlariga haq to'lash shu jumladan xo'jalik yurituvchi subyektning qatnashchilaridan (mulkdorlardan) birining tashabbusi bo'yicha o'tkaziladigan auditorlik haq to'lash.

4.O‘zining xizmat ko‘rsatuvchi ishlab chiqarishlari va xo‘jaliklarni saqlashdan ko‘rilgan zararlar.

5. Salomatlikni muhofaza qilish va xodimlarning ishlab chiqarish jarayonida bevosita qatnashuvchi bilan bog‘liq bo‘lmagan dam olishlarni tashkil etish tadbirlari.

6. Xo‘jalik yurituvchi subyektlar tomonidan mahsulot ishlab chiqish bilan bog‘liq bo‘lmagan ishlar (xizmatlar) ni (shahar va shaharchalarni obodonlashtirish ishlari, qishloq xo‘jaligiga yordam berish va boshqa xil ishlarni) bajarish xarajatlari.

7. Kompensatsiya va rag‘batlantirish to‘g‘risidagi to‘lovlar.

8.O‘zbekiston Respublikasi Hukumatining qarorlariga ko‘ra kompensatsiya to‘lovlari.

9. Vaqtincha mehnat layoqatini yo‘qotgan taqdirda qonun hujjatlari bilan belgilangan, haqiqiy ish haqi miqdoricha qo‘shimcha haq.

10. Ikki va undan ko‘p bolalari yoki o‘n olti yoshgacha nogiron bolasi bo‘lgan ayollar qonunchilikka muvofiq qo‘shimcha mehnat ta‘tili haqini to‘lash.

11. Xodimlarga tovarlar, mahsulotlar va boshqa narsalarni bepul berish yoki xodimlar uchun ishlar, xizmatlarni bajarish.

12. Ish haqini hisoblashda hisobga olinmaydigan to‘lovlar va xarajatlar.

13. Qonunchilikka muvofiq bolani ikki yoshga to‘lgunicha parvarish qilish bo‘yicha har oylik nafaqani to‘lash bo‘yicha xarajatlar.

14.Xodimlarga to‘lanadigan moddiy yordam.

15.Bank va depozitariy xizmatlariga to‘lovlar va boshqa to‘lovlar operatsion xarajatlarga kiradi.

Asosiy tayanch tushunchalar

Litsenzion to‘lov, ijara haqi, investitsion faoliyat, yalpi foyda, operatsion xarajatlar, kreditorlik qarzlari, deponentlik qarzlari, dividend, sof foyda, jamlangan foyda, bank va depozitariy xizmatlari.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Korxonada daromadlari tushunchasi va uning tuzilmasi.
2. Korxonada foydasini shakllanishi va uni taqsimlash.
3. Korxonaning moliyaviy holatini iodalovchi ko'rsatkichlar.
4. Korxonada daromadlari bo'yicha buxgalteriya hisobining asosiy vazifalari?
5. Kreditorlik va deponentlik qarzlarni hisobdan chiqarilishi.

XII bob. KORXONADA BAHONI SHAKLLANTIRISH VA FIRMANING BAHO SIYOSATI

Mazkur bobda, korxonada bahoni shakllantirish va firmaning baho siyosati, korxonada mahsulot bahosining modellari, korxonalarda maqsadli bahoni shakllantirish, beqaror iqtisodiyotda bahoni shakllantirish bilan bog'liq jarayonlarning nazariy jihatlarini tadqiq etilgan.

12.1. Baho siyosatining mohiyati va vazifalari

12.2. Baholarni belgilash strategiyasi

12.3. Baholarni hisoblash usullari

12.1. Baho siyosatining mohiyati va vazifalari

Baho - tovar qiymatining puldagi ifodasi bo'lib, bozor elementlari ichida eng murakkabi hisoblanadi. U o'zgaruvchan, harakatchan, bozordagi kon'yunkturali tebranishlarga moslashuvchan, doimo o'zgarib turuvchi mexanizmdir. Uzoq vaqt davomida iqtisodiyotimizda barqaror baholar ahvolini tovar va xizmatlar bilan ta'minlashdagi ijtimoiy haqiqatning asosiy tamoyilli degan fikr hukmron edi. O'zgarimas baholar barqaror ishlab chiqarish rivojiga va talabni qondirishga to'siqlik qiladi. Baholarni tashkil qilishning haqqoniyligi illyuziyasini vujudga keltiradi. Bugungi kunda baholar tizimi ancha chalkashki, uni tushunib yetish bir muncha murakkab, eng asosiysi u xo'jalik yuritishning yangi bozorlar sharoitiga moslashmog'i lozim.

Bozor baholarining asosiy xususiyati - ularning doimo o'zgarib turish qobiliyatidir. Bu tabiiy, chunki baholar talab va taklifni o'zaro bog'lovchi vositadir. Bizga ma'lumki, ularning har ikkalasi ham harakatchan. Shuning uchun marketing strategiyasida shunchalik harakatchan baholar siyosatidan foydalaniladi. Bu siyosat tovarning bozordagi harakatini tovar hayotiylik davrini turli bosqichlarini tartibga solish va boshqarishni, bozorga yangi iste'mol tovarlari va ishlab chiqarish vositalarini kiritishni, eskirgan modellarni bozordan siqib chiqarishni ta'minlaydi. Baholar hech qachon sababsiz o'zgarmaydi.

Masalan, biror kamchiligi bo'lgan va ma'naviy eskirgan tovarlar pasaytirilgan baholarda, hatto, tushirilgan baholar deb ataluvchi baholarda sotiladi.

Yuqori baholar esa yuqori sifatli, yangi iste'mol qobiliyatiga ega bo'lgan tovarlarga o'rnatiladi. Rivojlangan iqtisodiyotga ega bo'lgan mamlakatlarda marketingdagi bahoni tashkil qilish muammolarini faqat, asosiy strategik yondashishlarigina ishlab chiqilishi bejiz emas, chunki baholarning o'zi faqat bozor subyektlari: sanoat va savdo firmalari, korxonalari tomonidan o'rnatiladi va davlat tomonidan tartibga solinadi. Baho darajasiga tovarning raqobatbardoshligi va bozordagi o'rni bog'liq. Buning natijasi sotiladigan tovarlar massasida korxonalar ulushining oshishidir.

Marketingli yechimlar tizimida bahoni tashkil qilishda eng avvalo nimaga ahamiyat berish kerak, tovarning birlamchi bahosi qanday bo'lishi, foyda olish uchun va bozorda o'z mahsulotini ulushini oshirish uchun uni qanday o'zgartirish kerak? Marketing bo'yicha mutaxassislar bu savollarga javob berishga turlicha yondashadilar. Lekin ularning barchasi marketing dasturining umumiy strategiyasiga asoslanadi. Bu yondashishlarning asosiylariga to'xtalib o'tamiz.

Birlamchi bahoni aniqlashda vaqt birligi ichida baho darajasining o'zgarishini aniq hisoblash muhim ahamiyat kasb etadi. Bu hisoblash bozor segmentiga, tovarning hayotiylik davriga, tovarga talab va taklifning potensial miqdoriga bog'liq bo'ladi. Marketingda tovar siyosati ijtimoiy tovar ishlab chiqarishning barcha bosqichlari, yangi ishlab chiqarishning, taqsimlashning, almashuv va iste'molchining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda yuritiladi. Har bir bosqichda tovar bahosiga ta'sir qiluvchi o'ziga xos omillar harakat qiladi. Tovar va xizmatlar bahosida: sarflangan xarajatlardan, bahoda aks etgan foyda, talab va taklifning nisbati hisobga olinadi. Xuddi mana shu omillar, talab va taklif, qiymat, foydani tenglashishi kabi obyektiv qonuniyatlarga asosan baholarni tashkil qilishni tartibga soladi.

Firma baho siyosatida tovar va xizmatlar birlamchi bahosini o'rnatishga marketing nuqtayi nazaridan yondashishning o'ziga xos xususiyati shundaki, xaridor o'z firmasiga doimo ishonadi. Masalan, firma arzon mahsulot bilan savdo qiladi, deylik. Firma hech qachon yangi tovarga bahoni yuqori o'rnatmaydi. Bardi-yu, yuqoriroq baho o'rnatrsa ham u doimo xaridorni qoniqtiradi. Bunga baholarni davlat tomonidan tartibga solish orqali erishiladi. Rivojlangan mamlakatlarda davlat monopoliya yuqori baholarni cheklashga harakat qiladi va turli

yakkahokimlikka qarshi qonunlar qabul qiladi. Yakkahokimlikka qarshi kurash –obyektiv faoliyatdir. Hatto, davlatning iqtisodiyotga aralashuviga ashaddiy qarshi bo‘lganlar ham yakkahokimlikka qarshi qonunlar tarafdorlaridir. Bunday qonunlar bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarning ko‘pchiligida (shu jumladan respublikamizda ham) qabul qilingan. AQSHda bunday qonunlarning birinchisi 1890-yilda qabul qilingan “antitrest” qonunidir. Keyinchalik ishlab chiqarish xarajatlaridan bahoni pasaytirib o‘rnatishga asoslangan nosof raqobatga qarshi, xaridorlarni aldashga olib keluvchi reklamaga qarshi qonunlar qabul qilingan. 1914-yilda AQSHda Federal savdo Komissiyasi tashkil etilgan. Uning faoliyati noto‘g‘ri o‘rnatilgan baholarni qo‘llashga qarshi va turli xaridorlar guruhi uchun bir xil tovarlarga turlicha baholar o‘rnatishga yo‘naltirildi.

Bozor iqtisodiyotiga o‘tish davrida baholar ahamiyatining ortib borishi kuzatilmoqda, chunki mana shu davrda umumiy ishlab chiqarish hajmi, xarajatlar oshishi iqtisodiy qiyinchiliklar bilan uyg‘unlashib ketmoqda. Moliyaviy va bank boshqarish tizimlarining susayishi, transport va milliy iqtisodiyot tarmoqlarining kuchsizlanishi baho konkurentsiyasini oshirib yubordi. Baholar darajasi ko‘p hollarda xaridor tomonidan belgilanadi. Savdogar uchun marketing tizimida baho siyosatini olib borish bir muncha cheklangan. Ma‘lumki, yuqori daromadli rivojlangan ba‘zi bir mamlakatlarda narxning pasayishi sifatning yomonligidan dalolat beradi. Shuning uchun narx pasayishi shu davlatlarda korxonaning mavqeini bozorda mustahkamlamaydi, balki raqobatdoshlilik darajasini pasaytiradi. Xaridorlar ana shu davlatlarda yuqori sifatli mahsulotlarni yuqori narxda sotib olishga intiladilar. Hozirda asta-sekin baho raqobati bahosiz raqobatlariga o‘z o‘rnini bo‘shatib bermoqda. Marketingda baho siyosatini boshqarish masalasi u amal qilib turgan baho strukturasi bog‘liqdir. Baho tarkibi quyidagi chizmada berilgan.

Ular bajaradigan ba‘zi bir vazifalarni ko‘rib chiqamiz: avvalo baholar ishlab chiqarish va iste‘moldagi o‘zgarishlardan xabar beradi. Masalan, poyabzalga bo‘lgan talab biron-bir sababga ko‘ra ko‘payib boryapti, deb faraz qilaylik. Bu hol payafzal do‘konlari egalariga, poyabzallar uchun yuqoriroq baho qo‘yish imkonini beradi. Ikkinchi tomondan, sotuvchilar poyabzal fabrikalariga qo‘shimcha buyurtmalar beradilar, chunki ularni ko‘proq sotish, ularning daromadlarini oshiradi. Fabrikani aynan poyabzal ishlab chiqarishdan manfaatdor qilish uchun ularga poyabzal do‘konlarining egalari ilgarigiga qaraganda balandroq

babo taklif qilishlari lozim. Fabrikalar ishlab chiqarishni kengaytirish uchun har xil charm va uning o'rmini bosuvchi boshqa resurslarni ko'proq sotib olishlari, shuningdek, qo'shimcha ishchi kuchini yollashlari lozim bo'ladi. Ishlab chiqarishning ushbu omillariga talabning ortishi, ularning baholari oshishiga olib keladi, bu esa o'z navbatida ularning taklif qilishning o'sishini rag'batlantiradi. Shu tariqa ishlab chiqarishning bir bo'g'imidan boshqasiga poyabzalga talab oshganligi haqida darak etkazib turiladi. Poyabzal uchun kerakli bo'lgan tovarlarga ehtiyojning ortishi ko'n sanoati, funituralar ishlab chiqarish ko'laminini kengaytirishni, ishlab chiqaruvchilarni rag'batlantiradi.

Baholar faqat iste'moldagina emas, balki ishlab chiqarishdagi o'zgarishlardan ham darak beradi. Masalan, yong'in chiqishi natijasida ko'p zavodlar to'xtab qoldi, deylik, u holda ishlab chiqarish kamayib ketadi. Ushbu hol ularning bahosi oshishiga olib keladi, bu o'z navbatida poyabzal fabrikalari egalari uchun poyabzallarni ilgari miqdorda tayyorlashni befoyda qilib qo'yishi mumkin. Talab ilgari-gacha qolganda poyabzal ishlab chiqarishni qisqartirish va sotuvchilar uchun ularga balandroq chakana narxlar belgilash imkonini yaratadi.

Tovarning oshgan narxi uni iste'mol qilishning qisqartirishdan darak beradi. Charm ishlab chiqarishni qisqartirish haqidagi xabar shu tariqa poyabzal iste'molchisiga etib boradi. Ammo uning uchun poyabzal narxi nima sababdan oshganligi muhim emas. U, sabablaridan qat'i nazar, tovar narxi oshganligiga bir xilda qaraydi.

Baholarning boshqa muhim vazifasi - ishlab chiqaruvchilar va iste'molchini rag'batlantirishdir. Narxlarning o'zgarishi ularning ham, bularning ham chorasini ko'rishga, ayni vaqtda bunday chora imkoniyat yaratishga undaydi. Bizning misolimizda poyabzalga talabning ortishi, ularni ishlab chiqarishni ko'paytirishga rag'batlantiradi. Lekin bu xom ashyo materiallarini, xullas, ishlab chiqarishni kengaytirish uchun zarur hamma narsalarni xarid qilishni ko'paytirishni talab etadi. Poyabzal fabrikalarida bunday imkoniyat paydo bo'ladi ham, zero poyabzalga bo'lgan talab va narxning oshishi ular qo'shimcha daromad keltirishi va bu daromad ishlab chiqarishni kengaytirishga sarflanishi mumkin. Bu esa poyabzalning narxi balandroq bo'lganda poyabzal fabrikalari egalari o'z daromadlarini yanada oshirish imkonini beradi.

Shunisi ham muhiinki, *baholar mexanizmi ishlab chiqarilayotgan mahsulot miqdorini ko'paytirishgina emas, ishlab chiqarishning eng tejimli usullarini ishlashni ham rag'batlantiradi.* Poyabzal ishlab chiqaruvchilarning daromadi sotishdan tushgan pul bilan ishlab

chiqarish xarajatlari o'rtasidagi tafovutdan iborat bo'lganligi sababli eng kam xarajat qilgan holda mahsulot ishlab chiqarish, ular uchun foydali bo'ladi. Poyabzal ishlab chiqarishda foydalaniladigan charmning biron xili borgan sayin kamyobroq va qimmatroq bo'lib boradi deb faraz qilaylik. Bu hol uni tejashga va uning o'rnini bosa oladigan arzonroq materialni izlashga rag'batlantiradi.

Baholarning uchinchi vazifasi ikkinchisi bilan chambarchas bog'liq. Bu daromadlarning taqsimlanishidir. Tovar ishlab chiqarish sharoitida xo'jalik faoliyati ishtirokchilari oladigan daromadlar ular o'z shaxsiy yoki ishlab chiqarish iste'mollarini ko'zlab sotadigan yoki sotib oladigan tovarlar va xizmatlarning narxlariga bevosita bog'liqdir. Narxlarning o'zgarilishi iqtisodiy ne'matlar sotuvchilari va xaridorlari turli guruhlarining daromadlari miqdoriga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir ko'rsatadi. Bozorga jamiyat uchun eng zarur ne'matlarni etkazib beruvchilar, shuningdek, ushbu paytda mo'l-ko'l bo'lgan ne'matlarni sotib oluvchilar ham yutadilar. Poyabzalchilik mehnatiga bo'lgan talab oshsa (taklif o'zgarmay qolgan darajada), ularning ish kuchining narxi, demak, daromadlari ham ortadi. Mehnat bozorida taklif oshadigan (doimiy talab sharoitida) bo'lsa, uning aksi bo'ladi: ish kuchining narxi pasayadi.

Baholarning to'rtinchi vazifasi alohida korxonalariga va xo'jalik sohasiga ishlab chiqarish omillarini taqsimlashdir. Masalan, erkaklar va ayollar poyabzali ikki fabrikaning egalari tovarlari keltirayotgan foyda darajasini doimo kuzatib boradilar va agar bu poyabzallardan biror xili katta foyda keltirayotgani ma'lum bo'lib qolsa, ular o'z ishlab chiqarishlarini u yoki bu xildagi tovarlarga o'zgartirib boradilar. Bu hol ayniqsa ish kuchi taqsimotida tez-tez uchrab turadi. Masalan, ishchilar ish haqi yuqoriroq bo'lgan tarmoqqa va korxonalariga, agar boshqa sharoiti bir xil bo'lsa, o'tib ketadilar.

12.2. Baholarni belgilash strategiyasi

Baho siyosatini boshqarish firmalarning o'zlarining umumiy maqsadlariga muvofiq baholar bo'yicha barcha qoida, qonun va qarorlarni amalga oshirish bo'yicha kundalik faoliyatidir. Korxonalar baho belgilashda ikki xil: yagona yoki o'zgaruvchan baholar siyosatini qo'llashlari lozim. Yagona baho siyosatida marketolog bir xil tovarga yagona baho belgilaydi. Bu baho barcha xaridorlarga har qanday

sharoitlarda bo'lmasin, bir xil taklif etiladi. O'zgaruvchan baholar siyosatini o'tkazish bir xil tovarning o'zini turli iste'molchilarga bozor vaziyatiga qarab har xil narxlarda sotish mumkin. Baholar oqibat natijasida iste'molchilarga ma'qul kelishi uchun korxonalar ulgurji va chakana savdo doirasida baholarni boshqarish bo'yicha ma'lum tadbirlarni amalga oshiradi. Bu borada ruhiy baho alohida ahamiyat kasb etadi. Bunday baho belgilash talabga qarab bahoni boshqarish usuli hisoblanadi, bunda baho, masalan, ming so'm emas, balki 999 so'm kabi yaxlitlanmagan holda belgilanadi, ya'ni tovar go'yo arzonroq ko'rinadi.

Rag'batlantirish bahosini belgilash ham xaridorni o'ziga jalb qilishda muhim rol o'ynaydi. Bunday bahoni belgilashda xaridor ruhiyati e'tiborga olinadi, ya'ni ular savdolashishni yaxshi ko'rishlari va ikkinchidan me'yordagi normadan past narxlar iste'molchini o'ziga ma'lum darajada diqqatini tortishi hisobga olinadi. Shuning uchun ham bir qancha firmalar o'zgaruvchan baholarni faqat arzonlashtirilgan tovarlarni sotishni rag'batlantirishdagina emas, balki yaxshi ma'lum bo'lgan, xaridorlar ba'zan qimmat tovarlarni yoki mashhur savdo markalariga mansub tovarlarni sotishda ham qo'llaydilar. Bundan kutilgan maqsad - xaridorlarni jalb etish va shu bahonada boshqa tovarlarni ham odatdagi narxda sotish imkoniyatiga ega bo'lishdir. Xarajatlarning o'sib borishi sharoitida baholarni oshirish, tovar oborotini o'stirishga imkon bermaydi. Ba'zan xarajatlarning ko'payishi faqat miqdoriy tomonlarni o'zgartirish, og'irligi, hajmi, miqdori, o'lchamini qisqartirishi bilan qoplanishi mumkin. Tovarlar assortimentini boshqarish, ularni o'zgartirish ba'zi hollarda xarajatlar va baholarning o'sish darajasi ishlab chiqaruvchilarni ayrim mahsulot turlariga bahoni eng yuqori talab darajasida belgilashga majbur etadi. Bunday vaziyatda firmalar tovar tarkibini o'zgartirish yoki mutlaqo yangi tovar taklif etishi lozim. Yagona va o'zgaruvchan baholardan foydalangan holda firma bozorga kirib borishida quyidagi yana baho siyosatlaridan foydalanishi mumkin.

“Qaymog'ini olish” va bozorga “kirib kelish” siyosatlarini. “qaymog'ini olish” siyosati yangi tovarlar uchun baho yuqori darajada belgilanadi. Bozor o'zlashtirilib asta-sekin to'yinishidan so'ng esa iste'mochilarni yanada jalb etish maqsadida baho tushiriladi, tovarlarga arzonroq baho belgilanadi. “Qaymog'ini olish” siyosati yaxshi natija berishi uchun tovarlarga bo'lgan talab narxlarga qisman ta'sirchan bo'lishi; xaridorlar mahsulotni ishlab chiqarish va sotish xarajatlaridan kam xabardor va shu sababli belgilangan summani to'lashga tayyor turishga; bozorda tovarga raqobat bo'lmasligi; bozor doirasida narx

segmentlari mavjud bo'lib, ular muayyan chegaralarda narxni o'zgartirib turishda imkon berishi lozim. "Qaymog'ini olish" siyosati firmaga barcha xarajatlarni tez va to'liq qoplash imkonini beradi. Bu siyosatning kamchiligi yuqori narxlar foyda beradi va raqiblar sonini ko'paytirib yuboradi, chunki unga qiziquvchilar soni ko'payib ketadi. Shuni ham yodda tutmoq lozimki, baholar g'oyat yuqori bo'lsa, bunday tovar bozorda yaxshi o'tmasligi mumkin. Chunki u xaridorni cho'chitib yuboradi. Bu siyosat marketing faoliyatida ma'lum o'zgarishlar va sharoitga moslashishlarini amalga oshirish zaruriyatini qo'yadi. Masalan, narxlarning pasayib borishiga qarab, reklama qilish tartibi, tarkibi ham o'zgarib boradi, sotish usullari o'zgaradi, taqsimlash tarkibi yirik magazinlardan keng iste'mol tovarlari sotiladigan savda shahobchalariga o'tkaziladi.

"Kirib olish" siyosati past narxlarni joriy etish va katta hajmli tovar oborotini amalga oshirishga qaratilgan siyosatdir. Bunda tovarlarga past baho belgilanadi. Oqibatda tovarlarning sotish hajmini keskin oshirib, tovarni yuqori narxlarda sotishga qaraganda ko'proq to'liq daromad keltiradi deb hisob yuritiladi. "Kirib olish" ko'proq bozor narx segmentlariga bo'linmagan va yuqori narxli tovarlarni xarid qilishga tayyor bo'lmagan sharoitlarda qo'llaniladi. Bu siyosatning ijtimoiy mavqeini qiyofa-razmini bermaydigan yangi tovarlarga nisbatan qo'llash lozim. "Kirib olish" siyosati firmalar past narxlarni qo'llab, bozorda raqobatchilari ustidan g'alaba qozonadilar, ammo arzon narxlar strategiyasida zarar ko'rmaslik nuqtasiga etish uchun ko'p miqdorda tovar sotilishi kerak. Tovarlarni joriy etish jarayonida esa arzon narxlar ziyon ko'rishga olib kelishi aniq. Buning uchun tovar sotish bazorlarini kengaytirish, yangi segmentlarni aniqlash lozim. Demak, "qaymog'ini olish" qimmat narxlar, "kirib olish" esa arzon narxlar siyosatidir. Ular narx belgilashning favqulodda namoyon bo'lishidir. Biroq, har ikkala strategiya ham ma'lum zaruriy sharoit - ma'lum vaqt va ma'lum muddatda, ya'ni kerakli joyda va joyida qo'llanilsa, yaxshi samara berishi ma'lum, aks holda ular katta- to'g'rilab bo'lmas zarar va qiyinchiliklarga olib keladi. Ma'lum firma va kompaniyalar faqat "qaymog'ini olish" yoki faqat "kirib olish" siyosatini, ayrimlari ularni birgalikda kombinatsiyalashtirilib qo'llaydilar.

Narxlarni belgilashda "raqobatda g'olib kelish" strategiyasi ham qo'llaniladi. Bu strategiya bozorga "kirib olish" strategiyasining boshqa bir ko'rinishi bo'lib, uning maqsadi yana chuqurroq masalaga - potensial kelajak raqobatchining bozorga kirib kelishining oldini olishga

qaratilgan. Uning vazifasi bozorda raqobatchi korxonaga paydo bo'lgunga qadar ko'proq tovarni sotishga erishish, xaridorlarning qalbiga o'rnatib olib, yangi raqobatchi korxonaga yo'l bermaslik tadbirlarini ishlab chiqishdan iborat. Bu siyosat baholarni iloji boricha tannarxga yaqinroq darajada belgilashni taqozo etadi. Buning ma'nosi, olinadigan foyda miqdori kam bo'ladi va, demak, firmalar bozorda harakat qilmog'i va ko'proq foyda olish uchun katta hajmdagi tovarni sotishga erishmoqlari lozim. Shuning uchun ham bu siyosat firmadan bozorning kichik segmentida harakat qilishni, tezkorlik bilan uni o'zlashtirish, tezkorlik bilan samarali natijaga erishgach, uni tark etishni taqozo etadi.

Firmalarning aksariyat qismi baho belgilashda, avvalo bozordagi baholar darajasini, raqobat darajasini e'tiborga olgan holda amalga oshiradi. Bu hol odatda tovarlar raqobatchilar mahsulotidan hali farq qilganda, xaridorning bozor narxidan xabardorligida va sotuvchi bozor narxi ustidan nazorat qilish uchun hech narsa qila olmagan holda sodir bo'ladi. Raqobat darajasidan yuqori baholar alohida hollarda belgilanadi. Masalan, firma o'z xususiyatlari, sifati bilan boshqa tovarlardan farqli tovarlar ishlab chiqarayotgan bo'lsa, o'z tovarlarini raqobatdosh, bozor narxlaridan yuqori narxlarda sotishi mumkin. Bunday baholar yana quyidagi hollarda belgilanadi:

- agar tovar yagona, noyob xarakterda va patentlar bilan muhofaza qilingan bo'lsa; tovarni yaratish va ishlab chiqarish nihoyatda murakkab va katta mehnat, kuch talab etsa; tovarning bahosi xaridor uchun ahamiyatsiz bo'lsa;

- bozorning sig'imi yangi raqobatchilarga to'g'ri kelmasa;

- tovarning foydalanish uchun xaridorlarni o'rganishga katta mablag' va kuch talab etsa va, nihoyat, firmaning moliyaviy ahvolini yaxshi bilmagan holda ham yuqori baho belgilab ko'rish mumkin. Yuqorida ko'rsatilgan hollarga teskari bo'lgan holatlar bo'lgan taqdirda, tovarlarga raqobat darajasidan past baholar belgilanadi. Firmalarning bunday baholar siyosatidan foydalanishi ularga xaridorlarni og'dirib olish imkonini beradi.

12.3. Baholarni hisoblash usullari

Amaliyotda aniq sharoitdan kelib chiqqan holda baho o'rnatishning quyidagi usullaridan foydalaniladi: to'liq xarajatlar; o'rta xarajatlar; cheklangan xarajatlar ishlab chiqarishning normal (standart) xarajatlari-

ga asosan, to'g'ridan-to'g'ri xarajatlarni hisobga oluvchi maqsadli baho yoki maqsadli foyda normasi. Bularning har bittasiga alohida to'xtalib o'tamiz.

To'liq xarajatlar usuli - hisoblangan baholarga asoslangan. U tovar ishlab chiqarish va realizatsiya qilishdagi barcha xarajatlar asosida aniqlanadi. Bu hisoblash usulini shartli ravishda quyidagicha ta'sarruf qilish mumkin. Barcha to'g'ridan-to'g'ri xarajatlar asos uchun olinadi. Unga (nakladnoy) xarajatlar va foyda qo'shiladi. Foyda tarmoq o'rtacha foyda normasidan hisoblanadi. Bu o'rtacha foyda normasi ssuda foiziga, o'rtacha kapital aylanishi tezligiga va tarmoqdagi raqobat darajasiga bog'liq bo'ladi.

O'rtacha xarajatlarga asoslangan baho - asosan yuqoridagi usuldek hisoblanadi. Bir birlik mahsulot uchun o'rtacha xarajatlar (doimiy va o'zgaruvchan) aniqlanadi. Agar kon'yunktura kam darajada o'zgarsa, ya'ni ishlab chiqarish kamroq kamaysa yoki oshsa, baho to'liq xarajatlar darajasidan emas, balki iqtisodiy siklning o'rtacha xarajatlariga tayanib aniqlanadi. Bu usuldan firma ma'lum muddat ichida baholarni oldingi darajada ushlab turish maqsadida ko'proq foydalanadi.

Cheklangan xarajatlar usuli ishlab chiqarishni kengaytirish bilan bog'liq xarajatlarni hisobga olish imkonini beradi. Bu usuldan firma ishlab chiqarish miqdorini oshirish, bozorda katta ulushga erishish va sotishni kengaytirishga erishish maqsadida foydalanadi. Cheklangan xarajatlar - ishlab chiqarishning bir birlik mahsulotga oshishi natijasida umumiy xarajatlarning o'zgarishini bildiradi. Cheklangan xarajatlar yuqori yoki past bo'lishi mumkin. Bu-talabning xarakateri va oshishi ko'lamiga; uning o'zgarish davriga, mavjud bo'lgan quvvatlar bilan talabni qondirish imkoniyatiga va boshqa omillarga bog'liqdir.

Agar o'sib borayotgan talabni qondirish uchun mavjud quvvatlar oshirilmasa, cheklangan xarajatlar o'rtachadan kam bo'ladi. Chunki cheklangan xarajatlar doimiy xarajatlarga asoslangan, o'rtacha xarajatlar doimiy xarajatlarga asoslanadi. Agar bordiyu talabning oshishi doimiy bo'lsa, uni qondirish uchun ishlab chiqarish xarajatlarining barcha elementlarini (o'zgaruvchan va doimiy xarajatlarni) o'zgartirishga to'g'ri keladi va cheklangan xarajatlar o'rtacha yuqori bo'ladi.

Bahoni hisoblashning bu usuli qazib olish va qayta ishlash tarmoqlarida keng qo'llaniladi. Bunga sabab, shy tarmoqlarda ishlab chiqarishning kengayishi natijasida ishlab chiqarish xarajatlari ham keskin oshadi. Baholarning normal (standart) ishlab chiqarish xarajatlari asosida hisoblash usuli - maxsus baholarni hisoblash usuli sanaladi. Bu usulda -

baholar haqiqiy xarajatlardan emas, balki mavjud ishlab chiqarish sharoitida, mavjud moddiy va qiymat normativlari asosida hisoblanadi. Bu erda xarajatlar ishlab chiqarish boshlanguncha hisoblab chiqiladi. Mahsulot tannarxi kalkulyatsiyasi xom ashyo va materiallarga o'rnatilgan normativlaridan, ishchi kuchiga haq to'lash xarajatlari normasidan va (nakladnoy) xarajatlardan olinadi. Boshqacha qilib aytganda, baholarni hisoblash ishlab chiqarish quvvatlarini yuklash normal miqdoriga nisbatan amalga oshiriladi. Umuman ishlab chiqarish quvvatlarining 80 foiz yuklanganligi normal yoki standart hisoblanadi.

Maqsadli baho yoki maqsadli foyda normasi usuli to'g'ridan-to'g'ri xarajatlarni hisobga oladi. Bu usulda ham asos qilib quvvatlarni ma'lum bir yuklanganlik darajasiga to'g'ri keluvchi ishlab chiqarish xarajatlari hisoblanadi. Biroq foydani hisoblashga yondashish boshqacha, ya'ni firma o'z mahsulotiga oldindan shunday baho o'rnatadiki, unda foydaning aniq bir miqdori o'rnatilgan bo'ladi.

Yuqorida ko'rib chiqilgan usullardan qaysi birini tanlash kerak? Ko'p hollarda ishlab chiqarish miqdoriga, bozordagi vaziyatga va bozorni qamrab olish darajasiga, bahoning o'z xarakteriga (vaqtinchalikmi yoki nisbatan doimiy) tovar turiga va boshqa tovarning o'rnini bosa olishiga tayanadi. Shuni yoddan chiqarimaslik kerakki, tovarning hisoblab chiqilgan bahosi hali uning haqiqiy bozor bahosi degani emas. Bozor baholarini bozor tartibga soladi. Hisoblab chiqilgan va haqiqiy bozor baholarining nisbati turlichadir. Umumiy qonuniyat shundaki: firma bozorda qanchalik mustahkam mavqega ega bo'lsa va firmada qanchalik marketing strategiyasi tajribasi ko'p bo'lsa, firmaning hisoblab chiqilgan baholari bozor bahosiga shunchalik yaqin bo'ladi.

Baholarni ko'tarish, pasaytirish, barqarorlashtirish turli yo'llar bilan, masalan, bir maromda va bir xil miqdorda, bosqichma-bosqich, bir tushirib bir ko'tarish orqali, qabul qilingan formulalarga asoslanib yoki turli variantlarning birikmasi orqali amalga oshiriladi. U yoki bu baholarning o'zgarish siyosatini tanlash bozordagi aniq sharoitdan, sotishga chiqarilgan mahsulotning xarakteri (tovarning yangiligi, o'zaro o'rin bosa olish qobiliyati, patentli himoya qilinganligi)dan va firmaning o'z tarmoq bozorida o'rnidan kelib chiqadi. Baholar ko'p jihatdan tovarning hayotiylik davriga ham bog'liq. Masalan, mashina va asbob-uskunalarining hayotiylik davrining boshida maksimal, ammo elastik baholardan foydalaniladi.

Yangi assortimentni loyihalash, tajriba va seriyali nusxalarni yaratishi, reklama tovar harakatini tezlashtiruvchi boshqa usullari yirik

seriyali va ommaviy ishlab chiqarishdagidan ko‘ra ko‘proq xarajat talab qiladi. Shuning uchun bunday tovarlar hayotiylik davrining rivojlanish va yetuklik davrida baholar asta-sekin pasayadi.

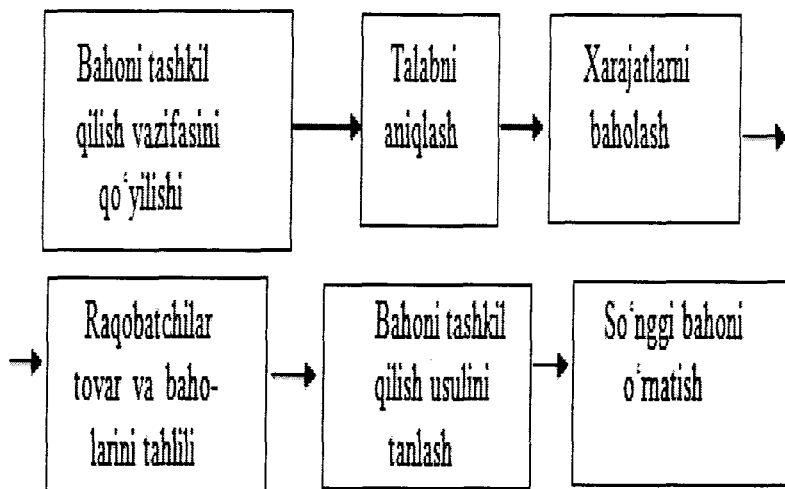
Tovarning eskirish davrida baholar barqarorlashadi va tovarning bozordan chiqish davrida baho minimal bo‘ladi. Shunga qarab bahoda aks etgan foyda ham o‘zgarib boradi, ya‘ni: zarardan to minimalgacha (tovarning bozorga kiritilish bosqichida), o‘rtacha pastdan to o‘rtagacha (rivojlanish bosqichida); maksimal (yetuklik bosqichida), o‘rtachadan to o‘rtachadan pastgacha (tovarning eskirish davrida); minimal (tovar hayotiylik davrining so‘nish (o‘lish) bosqichida).

Tovarning sifati va raqobatbardoshligi marketing strategiyasining asosi hisoblanadi. Bundan tashqari baho siyosatida servisni hisobga olish shart. Ma‘lumki, yaxshi xizmat ko‘rsatishdek ko‘p xarajat qiladigan narsa yo‘q. Yuqori sifatli tovarlar ishlab chiqarish, xaridorlar va iste‘molchilarga ta‘mirlash (uskunani o‘rganishda) va sotishdan keyingi (turli xizmatlar ko‘rsatish) yuqori darajadagi xizmatlar ko‘rsatish qo‘shimcha xarajatlar qilish bilan bog‘liqdir. Bu o‘z navbatida tovarga xizmatlarning bahosi oshishiga sabab bo‘ladi. Shu bilan bir vaqtda an‘anaviy va marketingli yondashish ishlab chiqarish, sotish va xizmat ko‘rsatishni tashkil qilishning turli modellariga asoslangan. An‘anaviy yondashuvda xaridor tovarni ekspluatatsiya qilish jarayonida uni xarid qilish va xizmat ko‘rsatish uchun ko‘p vaqt va mablag‘ sarflaydi. Chunki uning foydasi alohida olingan samaralardan tashkil bo‘ladi. Har bir bosqich uchun alohida pul to‘lashga to‘g‘ri keladi. Marketingli yondashishda xaridorning pul mablag‘i va vaqti tejaladi. Bunga sabab tovarlar va xizmatlarga ancha yuqori baholar bo‘lsa ham umumiy iste‘mol samarasi bilan taklif qilinadi. Natijada umumiy xarajatlar kam, foyda esa yuqori bo‘ladi. Masalan, AQSH fermeri uchun marketingni o‘z faoliyatining asosi qilib olgan firmaga o‘z uchastkasi tuprog‘i namunasidan yuborsa bo‘lgani, u turli o‘g‘itlardan qaysisini, qachon va qay miqdorda foydalanish lozimligi ko‘rsatilgan tavsiyani oladi. Agar fermer shu xizmatdan foydalanmaganda edi, ko‘p xarajat qilishiga to‘g‘ri kelardi. Bundan tashqari uning mehnati natijasini hech kim kafolatlanmagan bo‘lard. Chet el tajribasi shuni ko‘rsatadiki, xuddi shunday sharoitda hosildorlik va mahsulot sifati ancha oshadi, saqlashdagi yo‘qotishlar kamayadi. Fermer o‘z mahsulotining raqobatbardoshligidan ham yutadi.

Bozorga mo‘ljallangan, marketingdan keng foydalanadigan va ishlab chiqarishga mo‘ljallangan firmalarning moliyaviy siyosatida jiddiy

farq mavjud. Birinchisi, bozorda o‘z o‘rnini egallash va mustahkamlash uchun qanday qilib baho siyosatidan yaxshiroq foydalanish, xaridor qanday bahoni qabul qilishi mumkinligini aniqlash, raqobatchilardan qanday qarshi harakatni kutish kerakligicha diqqatini jalb qiladi. Ikkinchisi esa yuqori sifatli va past tannarx bilan tovar ishlab chiqarishga harakat qilib, asosiy diqqatni tannarxga qaratadi. Natijada tovarning xaridorlik samarasi unutiladi. Marketingli sharoitda o‘zgaruvchan baholardan foydalaniladi. Bu baholar talab va taklifning o‘zgarishiga juda sezgir. Shuning uchun ular bozordagi vaziyatga qarab doim o‘zgarib turadi va o‘z-o‘zini tartibga soluvchi bozor munosabatlarining asosi bo‘lib hisoblanadi.

Baholarni hisoblash usullarini quyidagi tartibda tasarruf qilish mumkin.



12.1-rasm. Tovar sifatiga bahoning bog‘liqligini hisobga olingan baho o‘rnatish strategiyasi.

Quyidagi jadvalda tovar sifatiga bahoning bog‘liqligi hisobga olingan baho o‘rnatish strategiyalari aks ettirilgan.

Jadvallar shundan dalolat beradiki, tovarlarga qanchalik yuqori yoki past baho belgilanishi ularning sifatiga, bozordagi talab va taklif orasidagi nisbatga, marketologlarning faollik darajasi va ularning tanla-

gan strategiyalariga bog'liq.

12.1-jadval.

**Tovar sifatiga bahoning bog'liqligi hisobga olingan baho
o'rnatish strategiyalari
BAHO**

		Yuqori	O'rta	Past
Tovar sifati	Yuqori	1. Mukofotli chegirmalar strategiyasi.	2. Bozorga chuqur kirib borish strategiyasi.	3. Yuqori qiymatli ahamiyatchilik strategiyasi.
	O'rta	4. Yuqori baholar strategiyasi	5. O'rta darajali strategiya.	6. O'ta sifatlilik strategiyasi.
	Past	7. O'g'irlash strategiyasi.	8. "Usti yaltiroqlik" strategiyasi.	9. Past qiymatli ahamiyatlilik strategiyasi.

Narx-navoni tashkil qilish, baho siyosatida katta xarajatlarni talab qiladi. Lekin firmalar o'zgaruvchan baholar samarali marketing faoliyatining muhim omillaridan biri ekanligini tushunib yetib bu xarajatlardan qochmaydi. Shu sababli marketing xizmati tarkibida baholar hisoblash usulini tanlovchi, narx-navoni tashkil qilish bilan shug'ullanuvchi alohida bo'limlar mavjud.

Asosiy tayanch tushunchalar

Baho siyosati, bahoning vazifalari, bahoning turlari, bahoni shakllantiruvchi omillar, bahoni belgilash strategiyasi, bahoni hisoblash metodikasi, baho darajasi, birlamchi baho, narxlarning vazifasi, daromadlarning taqsimlanishi, ulgurji baholar, monopol baho, bozor bahosi, Franko, FOB, FOS, Franko-iste'molchi, preyskurant jadvallari, ustama baho, skidka, rag'batlantirish bahosi, bahodan chegirmalar, mavsumiy baholar.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Baho siyosati nima sabablarga ko'ra boshqariladi?
2. Baholarning qanday turlarini bilasiz?
3. O'zbekistonda keng tarqalgan qanday baholarni bilasiz?
4. Baholarni shakllantiruvchi asosiy omillarga nimalar kiradi?
5. Baholarni boshqarish strategiyasi qanday?
6. Baholarni hisoblash usullarini tushuntirib bering.
7. Baholar tizimini mukammallashtirishning asosiy yo'nalishlari haqida so'zlab bering.

XIII bob. KORXONALARNI SOLIQQA TORTISH VA SOLIQ YUKINI PASAYTIRISH

Mazkur bobda soliqlar va majburiy to'lovlarning mohiyati hamda ahamiyati, korxonalarda soliqlar va majburiy to'lovlarning hisobini tashkil etish zarurati, korxonalarda soliqlar va majburiy to'lovlarning hisob-kitoblarining hisobini tashkil qilish hamda soliq yuki ko'rsatkichini hisoblash metodikasi kabi masalalar yoritilgan. Shuningdek, korxonalaridan olinadigan soliq yuki haqida amaliy tahlillar asosidagi misollar keltirib o'tilgan.

13.1. Soliqlar va majburiy to'lovlarning mohiyati hamda ahamiyati

13.2. Korxonalarda soliqlar va majburiy to'lovlarning hisobini tashkil etish zarurati

13.3. Korxonalarda soliqlar va majburiy to'lovlarning hisob-kitoblarining hisobini tashkil qilish

13.4. Soliq yuki ko'rsatkichini hisoblash metodikasi

13.1. Soliqlar va majburiy to'lovlarning mohiyati hamda ahamiyati

Soliqlar va majburiy to'lovlarning davlat xazinasini to'ldiruvchi asosiy elementlardan biri bo'lib hisoblanadi. Shuning uchun soliqlarga davlat budjetining daromad qismini shakllantiruvchi, eng muhim bo'lgan umumdavlat vazifalarini hal etish uchun zarur miqdordagi mablag'ni jamlantiruvchi dastak sifatida qarash lozimdir.

Soliq tizimi aniq maqsadga yo'naltirilgan moliyaviy siyosat bo'lishi bilan birgalikda yalpi milliy mahsulotning bir qismini qayta taqsimlaydi va shu tarzda iqtisodiyotning va ijtimoiy hayotning tarkibiy tuzilishini o'zgartirishda, aholini ijtimoiy himoyalash kafolatini ta'minlashda bevosita ishtirok etadi. Soliq tizimini isloh qilishdan ko'zlangan asosiy maqsad – korxonalar zimmasidagi soliq yukini yengillashtirilishi orqali ishlab chiqarishni jonlantirish va iqtisodiyotni barqarorlashtirishga

erishishdir. Bu mamlakatimizning soliq siyosati bilan amalga oshiriladi va tartibga solinadi.

Har qanday mamlakatning soliq siyosati o'ziga xosligi bilan ajralib turadi, chunki har bir davlatning iqtisodiy yuksalishi, o'sish sur'ati, aholisining faravonligi, investitsiya qilish qudrati unda joriy qilingan soliqlarning umumiy miqdori, yukining qay darajadiligiga bog'liq. Bularni belgilash va amalga oshirish mamlakatda olib borilayotgan soliq siyosatiga bog'liq. Shu jihatdan O'zbekistonning soliq siyosati ham o'ziga xos xususiyatlarga ega.

Ma'lumki, O'zbekiston Respublikasining 2007-yil 25-dekabridagi O'RQ – 136-sonli Qonuni bilan tasdiqlangan va 2008-yilning 1-yanvaridan kuchga kirgan Soliq kodeksining 23-moddasiga ko'ra, O'zbekiston Respublikasi hududida quyidagi soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar amal qiladi.

O'zbekiston Respublikasi hududida amaldagi soliq turlari:

Soliqlar:

- 1) yuridik shaxslardan olinadigan foyda solig'i;
- 2) jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'i;
- 3) qo'shilgan qiymat solig'i;
- 4) aksiz solig'i;
- 5) yer qa'ridan foydalanuvchilar uchun soliqlar va maxsus to'lovlar;
- 6) suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq;
- 7) mol-mulk solig'i;
- 8) yer solig'i;
- 9) obodonlashtirish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish solig'i;
- 10) jismoniy shaxslardan transport vositalariga benzin, dizel yoqilg'isi va gaz ishlatganlik uchun olinadigan soliq.

Boshqa majburiy to'lovlar:

- 1) ijtimoiy jamg'armalarga majburiy to'lovlar:
 - yagona ijtimoiy to'lov;
 - fuqarolarning budjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga sug'urta badallari;
 - budjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga majburiy ajratmalar;
- 2) Respublika yo'l jamg'armasiga majburiy to'lovlar:
 - Respublika yo'l jamg'armasiga majburiy ajratmalar;
 - Respublika yo'l jamg'armasiga yig'implar;
- 3) davlat boji;
- 4) bojxona to'lovlari;

5) ayrim turdagi tovarlar bilan chakana savdo qilish va ayrim turdagi xizmatlarni ko'rsatish huquqi uchun yig'im.

Ushbu moddaning ikkinchi va uchinchi qismlarida ko'rsatilgan soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar umumbelgilangan soliqlardir. Ushbu Kodeksda belgilangan hollarda va tartibda soliq solishning sod-dalastirilgan tartibida to'lanadigan quyidagi soliqlar qo'llanilishi mumkin:

- yagona soliq to'lovi;
- yagona yer solig'i;
- tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari bo'yicha qat'iy belgilangan soliq.

Ushbu modda ikkinchi qismining 1-6-bandlarida, uchinchi qismining 1-4-bandlarida, beshinchi qismining ikkinchi va to'rtinchi xatboshlarida nazarda tutilgan soliqlar hamda boshqa majburiy to'lovlar umumdavlat soliqlari va boshqa majburiy to'lovlardir. Ushbu modda ikkinchi qismining 7-10- 11-bandlarida, uchinchi qismining 5-bandida, beshinchi qismining uchinchi xatboshisida nazarda tutilgan soliqlar hamda boshqa majburiy to'lovlar mahalliy soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar jumlasiga kiradi. Berilayotgan soliq imtiyozlari mahsulot tannarxini kamaytiradi, pirovardida foydani oshiradi. Bu esa ishlab chiqarishning barqaror o'sishi va aholini ijtimoiy himoya qilish uchun juda muhim.

Soliq imtiyozlari - soliq to'lovchilarga soliqlar bo'yicha turli xil yangiliklar bo'lib, ular vaqtinchalik va doimiy, to'liq yoki qisman va boshqa ko'rinishlarda berilishi mumkin. Soliq imtiyozlarining turlari, amal qilish mexanizmlari, belgilash mezonlari mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi darajasidan kelib chiqqan holda belgilanadi.

Soliq yuki - soliq to'lovchining muayyan vaqt oralig'idagi faoliyati natajasida to'lagan soliqlari yig'indisini ifodalaydi. Bunda soliq to'lovchilarning to'laydigan barcha soliqlar va soliqsiz majburiy to'lovlarining yig'indisi ifodalanadi. Soliq yukining darajasi o'z navbatida mamlakatning iqtisodiy qudratiga, inflyatsiya darajasiga, davlatning vakolatli funksiyalarni qo'llashiga, qolaversa bozor munosabatlarining rivojlanishi va ijtimoiy harakat doirasiga bevosita bog'liq bo'ladi.

Soliq stavkalarini o'zgartirishi orqali ham iqtisodiyotga samarali ta'sir qilishi mumkin. Soliq stavkalari hozirgi paytda tobora murakkablashib va turkumlashib bormoqda. Soliq stavkalarini o'zgartirish orqali moliyaviy oqimlar va tovarlar oqimlarining ayrim sohalari uchun qo'shimcha rag'batlar yaratiladi.

Soliq imtiyozlari ragʻbatlantirish va samarali qoʻllamishiga qarab quyidagi koʻrinishlarda ifodalash mumkin:

- soliqlardan butunlay ozod qilish;
- yangi tashkil etilgan korxonalariga imtiyozlar berish;
- soliq toʻlashdan vaqtincha ozod etish;
- soliqqa tortiladigan bazani kamaytirish;
- soliqdan qisman ozod qilish;
- xorijiy investitsiyalarga imtiyozlar berish;
- eksportga imtiyozlar berish va boshqalar.

Buning natijasida korxonalar ixtiyorida qoladigan mablagʻlar ulushining koʻpayishi evaziga uning aylanma mablagʻlari miqdorni koʻpaytirib borish va optimal darajasini saqlash, ishlab chiqarishni zamonaviylashtirish, uning samaradorligini oshirish maqsadida koʻproq investitsiya kiritish, xodimlar mehnatini yanada ragʻbatlantirish imkonini beradi.

Soliq yuki darajasini quyidagi omillar belgilab beradi:

1) soliqlar, yigʻimlar va budjetdan tashqari fondlarga majburiy ajratmalar soni;

2) ularning stavkalar darajasi;

3) har bir soliq bazasining oʻziga xos shakllanish xususiyati (soliq obyektiga kiruvchi elementlar miqdori);

4) soliq imtiyozlaridan foydalanish darajasi (imkoniyati).

Ushbu omillardan birining kamayishi (oʻsishi) boshqa omillar oʻzgarmagandagina soliq yuki kamayishiga (oʻsishiga) taʼsir etishi mumkin.

Aytaylik soliq stavkalari pasaytirilsa-yu, soliqlar soni koʻpaysa yoki soliq obyektiga elementlari kengaytirilsa, soliq stavkasining pasaytirilishi hech qanday natija bermaydi va soliq yuki oʻzgarmaydi yoki koʻtariladi.

Shuning uchun davlat tomonidan soliq tizimini shakllantirishda bu 4 xil omilni bir-biriga bogʻliq holda qaralishi va soliq yukining maqbul darajasini belgilashi va oʻrnatishi lozimdir. Bu darajani belgilashda davlat quyidagi holatlar taʼsirini ham eʼtiborga olish zarur:

- mamlakatning iqtisodiy rivojlanish darajasi;

- soliq toʻlovchilarning toʻlov qobiliyati, umumiy moliyaviy imkoniyatlari;

- bozor munosabatlarining, xususan, mulkchilik munosabatlarining holati;

- inflyatsiyaning oʻsish darajasi;

- maʼlum davr xususiyatlariga koʻra, davlatning oʻz oldiga qoʻygan siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy vazifalari nisbati.

Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida korxonalar xo‘jalik faoliyatida budget bilan hisob-kitoblarni to‘g‘ri yo‘lga qo‘yish muhim ahamiyat kasb etadi. Bunda buxgalteriya hisobi ma‘lumotlaridan tashqi foydalanuvchilardan biri davlat soliq xizmati organlari bo‘lib, ular soliqning moliyaviy hisobini to‘g‘ri va o‘z vaqtida yuritilishidan manfaatdor ham hisoblanadi.

13.2. Korxonalarda soliqlar va majburiy to‘lovlar hisobini tashkil etish zarurati

Bozor iqtisodiyoti sharoitida xo‘jalik yurituvchi subyektlarda buxgalteriya hisobini tashkil etishning asosiy vazifasi ichki va tashqi foydalanuvchilarni axborot bilan ta‘minlashdir. O‘zbekiston ^{Respublikasi} Soliq Kodeksida belgilanganidek, -soliqlar muayyan miqdorlarda undiriladigan, muntazam, qaytarib berilmaydigan va beg‘araz xususiyatga ega bo‘lgan, budgetga yo‘naltiriladigan majburiy pul to‘lovlardir. Soliq Kodeksida soliq to‘lovchilar zimmasiga soliqqa oid bir qator majburiyatlar yuklatilgan. Ushbu majburiyatlarni bajarmaslik yoki lozim darajada bajarmaslik soliq to‘lovchiga nisbatan moliyaviy va ma‘muriy yoki jinoiy jazo choralarini qo‘llashga sabab bo‘ladi.

Soliq majburiyati – ma‘muriy huquqiy munosabati bo‘lib, unga asosan soliq to‘lovchi soliq qonun hujjatlarida belgilangan tartibda davlat soliq xizmati organlarida hisobda turish, soliq va majburiy to‘lovlarni belgilangan tartibda hisoblash, budgetga to‘lash, buxgalteriya hamda soliq hisob-kitoblarini yuritish va vakolatli organlarga topshirishdir.

Soliq majburiyatlari:

- qonun hujjatlariga muvofiq buxgalteriya hisobini yuritishi, moliyaviy va soliq hisobotini tuzishi;
- soliq majburiyatlarini o‘z vaqtida va to‘liq hajmda bajarishi;
- davlat soliq xizmati organlarining va boshqa vakolatli organlarning hamda ular mansabdor shaxslarining qonuniy talablarini bajarishi.

Shuningdek, mazkur organlarning, ular mansabdor shaxslarining qonuniy faoliyatiga to‘sqinlik qilmasligi shart.

- davlat soliq xizmati organlariga va boshqa vakolatli organlarga imtiyozlar olish huquqini tasdiqlovchi hujjatlarni taqdim etishi;

- soliq tekshiruvlari o'tkazilayotgan vaqtda davlat soliq xizmati organlariga soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni hisoblab chiqarish, to'lash bilan bog'liq hujjatlar hamda ma'lumotlarni taqdim etishi;

- soliq to'lovchilarga to'lanadigan mablag'lardan soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni to'g'ri va o'z vaqtida hisoblab chiqarishi, ushlab qolishi hamda budjetga va davlat maqsadli jamg'armalariga o'tkazishi;

- soliq to'lovchilarga to'langan daromadlarning, ushlab qolingani hamda budjetga va davlat maqsadli jamg'armalariga o'tkazilgan soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarning hisobini yuritishi, shu jumladan har bir soliq to'lovchi bo'yicha alohida-alohida hisob yuritishi shart.

Soliq to'lovchidan soliq majburiyatlarini o'z vaqtida va to'liq hajmda bajarishi uchun quyidagi vazifalarni bajarishni talab etadi.

- davlat soliq xizmati organlarida hisobda turish;

- yuridik manzili o'zgargan taqdirda, davlat soliq xizmati organlariga xabar berish;

- hisoblangan soliq va majburiy to'lovlarni o'z muddatida to'lash.

Xo'jalik jarayonlarini o'z vaqtida, to'g'ri va aniq hujjatlashtirish nafaqat buxgalteriya hisobini to'g'ri tashkil etishga balki, soliq obyektlari hamda u bilan bog'liq obyektlar hisobini tashkil etish va soliq bazasini to'g'ri aniqlashga xizmat qiladi. Moliyaviy hisob ma'lumotlari soliq hisobotlarini tuzish uchun yetarli bo'lmaydi. Shuning uchun moliyaviy hisob ma'lumotlari asosida korxonada buxgalteriya xizmati tomonidan soliq hisobotlarini tuzish uchun zarur qo'shimcha soliq hisobi registrlari, ma'lumotnomalar tuzilishi kerak.

Soliq maslahatchisi o'z xizmat vazifasini yuqori darajada bajarishi uchun buxgalteriya hisobi, audit va moliyaviy tahlil metodologiyasini chuqur bilishi zarur. Bu sohalar bo'yicha bilimga ega bo'lgan soliq maslahatchisi mijozga soliq xarajatlarini optimallashtirish bo'yicha to'g'ri maslahatlar bera oladi.

Soliq maslahatchilari tashkilotlari:

- buxgalteriya hisobini yo'lga qo'yish, tiklash va yuritish;

- moliyaviy hisobot tuzish;

- buxgalteriya hisobi, menejment va moliya-xo'jalik faoliyatining boshqa masalalari bo'yicha konsalting xizmatlarini ham ko'rsatishi mumkin.

Respublikamizda soliq siyosati yildan yilga takomillashib bormoqda. Yangi tahrirdagi O'zbekiston Respublikasi Soliq kodeksini ishlab chiqish zaruriyati:

-soliq tizimining murakkablashuvi;

- solliq qonunchiligining bir xil talqin qilinmasligi;
- to'g'ridan to'g'ri amal qiluvchi hujjat bo'lmaganligi;
- soddalashtirilgan solliq solish tartibi va ayrim solliqlar hamda boshqa majburiy to'lovlarni solliq kodeksi bilan emas, balki me'yoriy hujjatlar bilan tartibga solinishi.

Mustaqillik yillarida O'zbekistonda solliq tizimining shakllanishi, solliq siyosatining takomillashishi buxgalteriya hisobini rivojlamishi va uning uslubiyotini takomillashuviga olib keldi. Respublikamizda «Buxgalteriya hisobi to'g'risida»gi Qonunni qabul qilinishi, buxgalteriya hisobi milliy standartlarining (BHMS) ishlab chiqilishi va amaliyotga tatbiq qilinishi, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Mahsulot (ish, xizmat)larni ishlab chiqarish va sotish xarajatlarini tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to'g'risida»gi Nizom 1999-yil 5-fevraldagi 54-sonli qarorini qabul qilinishi (keyingi o'zgarishlari bilan) solliq siyosatining yanada takomillashuviga asos bo'ldi. Yuqoridagilardan kelib chiqib, Respublikamizda bozor iqtisodiyotiga mos bo'lgan buxgalteriya hisobining huquqiy-me'yoriy asosi yaratildi degan xulosaga kelishimiz mumkin.

13.3. Korxonalarda solliqlar va majburiy to'lovlar hisob-kitoblarning hisobini tashkil qilish

Korxonalarda budjet bilan bog'liq munosabatlarda solliqlar va majburiy to'lovlar bo'yicha davlat va solliq to'lovchilar o'rtasidagi moliyaviy munosabatlar sifatida makon va zamonda hisobga olinishi lozim. Bular, bir tomondan, solliq to'lovchi shaxs, ikkinchi tomondan, solliqni davlat foydasiga undirib oluvchi shaxs, ya'ni solliq idoralari. Birinchi shaxs solliqlarni to'lovchi sifatida hisob yuritrsa, ikkinchi shaxs esa ularni undirib oluvchi shaxs sifatida hisob yuritadi.

Solliqlar va majburiy to'lovlar hisobining ushbu ikki turi bir – biridan maqsadi, vazifalari, yuritilish tartibi, uslubi va usullari, texnikasi, hujjatli rasmiylashtirilishi hamda boshqa jihatlari bilan bir-biridan tubdan farq qiladi.

Bozor munosabatlariga o'tish, ushbu sharoitda mamlakatimiz uchun butkul yangi solliq qonunchiligi hujjatlarini yaratilishi hamda hayotga joriy etilishi umuman buxgalteriya hisobining, shu jumladan solliqlar hisobining yangi munosabatlarga, yangicha xo'jalik yuritish talablariga

mos bo'lgan konseptual asoslarini yaratish masalasini ko'ndalang qilib qo'ydi.

Bunday turdagi qonunbuzarliklar bosh omili hisob-kitob ishlarini to'g'ri yuritmaslik hisoblanadi. Shu tufayli soliq to'lovchilarda buxgalteriya hisobining to'g'ri yuritilishini nazorat qilish muhim iqtisodiy-ijtimoiy va huquqiy ahamiyatga ega masalalardan biridir.

Mamlakatimizda soliqlar va majburiy to'lovlar buxgalteriyada hisobga olish "Buxgalteriya hisobining milliy andozalari"da belgilangan tamoyillar asosida har bir soliq turi bo'yicha alohida-alohida olib boriladi. Soliqlarning buxgalteriya hisobini tashkil etish, avvalo soliq to'lovchining hisob siyosatida o'z aksini topmog'i lozim.

Amaldagi qonunlarda soliq to'lovchi yuridik shaxs mansabdor shaxslari daromadini yoki soliq solishning boshqa obyektlari hisobining yo'qligi, bu hisobni belgilangan qonunchilikni buzgan holda yuritilganligi, shuningdek soliq organlariga soliqlarni hisoblash va to'lash uchun zarur bo'lgan hisobotlar, hisob-kitoblar hamda boshqa hujjatlarni o'z vaqtida taqdim etmaganligi, foydani yoki boshqa soliq solish obyektini yashirganligi (kamaytirib ko'rsatganligi) uchun jazoga tortilishi belgilab qo'yilgan.

Lekin qonunchilik soliq to'lovchilarni soliq hamda boshqa majburiy to'lovlar summalari to'lanmagan yoxud butunlay to'lanmaganlikka olib kelgan xatolarini soliq organining tekshiruvidan oldin aniqlagan, buxgalteriya hisobida hamda soliqlar va to'lovlar bo'yicha hisob-kitoblarga tuzatishlar kiritgan taqdirda, ularni jazodan ozod etishni ham nazarda tutadi.

Demak, yuridik shaxslar tomonidan hisoblangan soliqlar va ularni budjetga o'tkazish, amalga oshirilgan xarajatlar, soliqlar va buxgalteriya hisobini aniq va to'g'ri tashkil etish, soliq to'lovchilar majburiyati bo'lib qolmasdan, balki bundan ularni manfaatdorligini ham keltirib chiqaradi. Shuningdek, buxgalteriya hisobi ma'lumotlari asosida xo'jalik yurituvchi subyektlar va davlat o'rtasidagi munosabatlar tahlil qilib borilib, islohotlarni amalga oshirish istiqbollari ham belgilab boriladi.

Shu sababli soliqlar hisobini to'g'ri tashkil etish va yuritish korxonani katta miqdorda jarimalar to'lashni oldini olishga, davlatga esa belgilangan tushumlarni o'z vaqtida budjetga tushishini ta'minlaydi. Bayon etilganlardan ko'rinadiki, hisob tizimida amalga oshirilgan islohotlar xo'jalik yurituvchi subyektlarda sodir etilgan jarayonlar hamda ular harakatini xalqaro andozalar asosida to'g'ri va o'z vaqtida aks ettirib borish imkoniyatini bermoqda.

Hozirda buxgalteriya hisobi tarkibiy qismlari "Moliyaviy hisob" va "Boshqaruv hisobi"ning o'rnini va ahamiyati keng ochib berildi. Lekin bu hisob va audit tizimida olib borilayotgan islohotlar tugadi deyish uchun asos bo'la olmaydi. Chunki amaldagi "Moliyaviy hisob" va "Boshqaruv hisobi" tizimida soliqlar hisobiga yetarli e'tibor berilmagan. Yuqorida ta'kidlanganidek olimlar tomonidan "Soliqlar hisobi" qanday bo'lishi va u qaysi tarkibda bo'lishi to'g'risida aniq bir to'xtamga kelinmagan. Holbuki, soliqlar hisobi bozor munosabatlari sharoitida tadbirkorlik subyektlari faoliyatida muhim ahamiyatga ega. Chunki soliqlarni to'g'ri hisoblash va budjetga helgilangan muddatlarda to'lash tadbirkorlik subyekti moliyaviy holatiga o'z ta'sirini ko'rsatadi. Budjetga to'lanishi lozim bo'lgan soliqlar va yig'implarni o'z vaqtida to'g'ri hisob-kitob qilish va to'lab borish natijasida korxonaga iqtisodiy zarar ko'rmaydi. Aksincha esa korxonaga iqtisodiy zarar ko'radi.

Yuqorida ta'kidlanganidek soliqlar davlat va soliq to'lovchilar o'rtasidagi moliyaviy munosabatlar sifatida makon va zamonda hisobga olinishi lozim. Soliqlar hisobining makon va zamondagi maqomi, uning hisob tizimidagi o'rnini masalasi bo'yicha mualliflar qarashlari uchta guruhga ajratish mumkin ekanligini ko'rsatdi.

1-guruh - bu soliqlar va majburiy to'lovlar hisobini korxonalar ichki hisob tizimining bir turi sifatida e'tirof etish.

2-guruhga soliqlar va majburiy to'lovlar hisobini buxgalteriya hisobining bir turi deb hisoblaydiganlarni kiritish mumkin.

Xorijiy mamlakat olimlarining aksariyati soliqlar hisobini buxgalteriya hisobining quyi tizimi, deb e'tirof etadilar. Soliqlar va majburiy to'lovlar hisobi mazmun va mohiyatiga, tashkiliy va boshqa jihatlari ko'ra korxonalar buxgalteriyasiga yuklatilgan funksional majburiyatlardan biri hisoblanadi. Soliqlar hisobining to'g'ri va o'z vaqtida yuritilishiga respublikamiz qonunlariga muvofiq korxonaga rahbari va bosh hisobchi moliyaviy va ma'muriy jihatdan javobgardir.

Korxonada o'rnatilgan hisob siyosatiga ko'ra soliqlar hisobi bosh hisobchining o'zi yoki alohida bo'lim, mas'ul shaxs (sliaxslar) tomonidan bosh hisobchi javobgarligida olib boriladi. Bulardan xulosa qiladigan bo'lsak, soliqlar hisobini korxonalar tomonidan yuritiladigan buxgalteriya hisobidan ajratib bo'lmaydi. Demak, soliqlar hisobi umuman olganda so'zsiz buxgalteriya hisobiga tegishlidir. **Soliqlar hisobining predmeti** bo'lib soliq to'lovchilar tomonidan to'lanadigan soliq to'lovlari hisoblanadi. **Soliqlar hisobining obyekt** har bir soliq turi, ular bo'yicha soliqqa tortiladigan baza, soliq imtiyozlari, soliqqa

doir joriy va kechiktirilgan xarajatlar, joriy va uzoq muddatli majburiyatlar, soliqlar bo'yicha moliyaviy, ma'muriy jarimalar, ularni undirilishi va hisobdan chiqarilishi hamda boshqalar hisoblanadi. Har bir soliq turi bo'yicha hisobning ushbu obyektlari o'zining mazmun va mohiyatiga, xususiyatlariga egadir. Ushbu xususiyatlar davlatimizning soliq qonunchilik hujjatlarida to'liq o'z aksini topgan, ular to'g'risida ishimizning keyingi bo'limlarida yana alohida to'xtalamiz.

Soliqlar hisobining subyektlari bo'lib, yuqorida ta'kidlab o'tganimizdek, turli mulkchilik shaklidagi va tashkiliy-huquqiy maqomdagi korxonalar hisoblanadi. Hisob birligi sifatida ushbu korxonalar turli soliq rejimlarida faoliyat ko'rsatuvchilar bo'lib hisoblanadi.

Soliq to'lovlarini hisobga olishda buxgalteriya hisobining metodini tashkil qiluvchi usullarning barchasidan foydalaniladi. Lekin, shuning bilan birga ushbu usullarni soliq hisobida qo'llash o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'ladi. Misol uchun, baholash usuli negizida yotuvchi qiymat tushunchasi turli maqsadlarda turlicha mazmun kasb etadi. Chunonchi, QQSni hisob-kitob qilishda bojxona qiymati, sotish qiymati, sof sotish qiymati, haqiqiy tannarxdagi qiymati, o'rtacha qiymat, qoldiq qiymat va shu kabi qiymatning boshqa turlari qo'llaniladi. Boshqacha aytganda soliqlarni hisob-kitob qilishda soliq solish obyektini topish uchun yaxlit shakl va mazmundagi qiymatdan foydalanib bo'lmaydi.

Soliqlar hisobini yuritishga asos bo'luvchi bosh hujjat bo'lib asosan maxsus hisob-kitob shakllari hisoblanadi. Chunonchi, ushbu hisob-kitoblar turli soliqlar bo'yicha turli shakl va mazmunga ega bo'ladi. Soliqlarning tizimli hisobini yuritish schyotlar va ularga ikki yoqlama yozuv usulidan keng foydalanishni taqozo etadi. Shuning bilan birga budjet oldidagi qarzlarni hisobi uchun mo'ljallangan umumiy buxgalteriya schyotlari soliqlarning batafsil (keng mazmundagi) hisobi uchun yetarlicha bo'lmaydi. Shu sababli ham soliqlarning batafsil hisobini yuritish uchun alohida maxsus schyotlarni yuritish lozim. Ushbu schyotlar tizimini har bir xo'jalik yuritish subyekti o'zining hisob siyosatiga qarab belgilaydi.

Buxgalteriya hisobining umumiy usullari bo'lgan balans va hisobotda soliqlarning hisoblangan, o'tkazib berilgan summalari, shuningdek ular bo'yicha debitorlik va kreditorlik qarzlarning holati to'g'risida yig'ma ma'lumotlar aks ettiriladi. Soliqlarning batafsil hisobi korxonalar moliyaviy hisobining ushbu shakllari beradigan ma'lu-

motlarni yanada ham boyitib, ularning ichki va tashqi axborot iste'molchilari uchun foydalilik darajasini oshirish imkonini beradi.

13.4. Soliq yuki ko'rsatkichini hisoblash metodikasi

Iqtisodiyotni barqaror o'sishini xarakterlovchi asosiy ko'rsatkichlardan biri – bu soliq yuki ko'rsatkichidir. Bu ko'rsatkichni makro-, mezo- va mikrodarajada hisoblash hamda tahlil qilish muhim iqtisodiy ahamiyatga egadir. Soliq yukini mikrodarajada tahlil qilishga qaratish korxonalariga soliq yukini hisoblashni turli tavsiflari mavjud.

Mikrodarajada, ya'ni xo'jalik yurituvchi subyekt darajasida, soliq yukini hisoblashda ham qarashlar turlicha bo'lib, turli ko'rsatkichlarga nisbatan aniqlash uslublari mavjud. Korxonaning soliq yukini budjetga soliq va yig'im shaklida olimadigan yoki soliq to'lovlarining umumiy summasi sifatida olinadigan daromadning ulushi sifatida ko'rib chiqadi. Mualliflarning ikkinchi guruhi soliq yukini xo'jalik yurituvchi subyektga soliq solish samarasining murakkab tavsifi sifatida belgilaydi. Soliq yukini bir emas, balki bir nechta ko'rsatkichlarga nisbatan aniqlash kerakligini bildirishadi. Uchinchi guruh olimlari soliq yukini korxonada moliyaviy yukining bir qismi sifatida qarashadi. Shunday qilib, A.N.Sigichko soliq yuki ostida korxonalarni kengaytirish va modernizatsiya qilish uchun resurslarni cheklaydigan umumiy moliyaviy yukning bir qismi tushuniladi. U soliq yukini moliyaviy bosimning boshqa tarkibiy qismlari - inflyatsiya, kreditlar stavkasi, tabiiy monopoliyalarning ta'riflari va boshqalar bilan birgalikda ko'rib chiqish kerak, deb hisoblaydi. Haqiqatan ham, davlatga majburiy to'lovlardan tashqari kompaniya qonuniy ravishda nodavlat tashkilotlarga sug'urta mukofotlari va boshqa majburiy to'lovlarni to'lash majburiyatini oladi.

To'rtinchi guruh esa soliq yukini korxonada soliq ma'muriyat-chiligi, tahlil qilish yoki soliq rejalashtirish vositasi sifatida ko'rib chiqadigan mualliflarni o'z ichiga oladi. Xo'jalik subyektlarida soliq yukini hisoblashning zamonaviy holati mamlakatimizda bugungi kunda O'zbekiston Respublikasi Moliya Vazirligi va Davlat soliq qo'mitasi tomonidan taqdim etilgan uslubiyot asosida hisoblanadi. Unga ko'ra soliqlar va to'lovlarning xo'jalik yurituvchi subyektning mahsulot sotish hajmiga nisbatan hisoblanadi.

U quyidagicha:

$$SYu = \text{solliqlar va to'lovlar/mahsulot sotish hajmi} \times 100 \%$$

Bu yerda:

SYu-xo'jalik yurituvchi subyektlarda soliq yuki.

Bu usulda soliq yukini hisoblash xo'jalik subyektlarida soliq yukini ancha foizli punktga kamaytirib ko'rsatadi va natijada ushbu subyektlar faoliyati noto'g'ri baholanib, bir qancha iqtisodiy qiyinchiliklar keltirib chiqaradi. Ya'ni davlatning ushbu soha bilan shug'ullanuvchi tashkilotlarining ma'lumotlariga tayanib davlat budjet dasturini tuzadi va unga asoslanib ish kuradi. Natijada soliq yuki yanada og'irlashishi mumkin.

Shuningdek, soliqlarning absolyut va nisbiy soliq yuklarini farqlash mumkin. Absolyut soliq yuki – korxonalaridagi soliq va ijtimoiy sug'urta badallari yukini ifodalab, ular budjet va budjetdan tashqari fondlarga o'tkaziladi, xo'jalik subyektlari soliq majburiyatlarining absolyut miqdoridir. Nisbiy soliq yuki absolyut miqdorning yangidan yaratilgan qiymatiga nisbati deb ifodalanadi va quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$DN = ST + IA / YaYaQ \times 100 \%$$

Bu yerda:

DN - xo'jalik yurituvchi subyektlardagi nisbiy soliq yuki;

ST - soliq to'lovlari

IA - ijtimoiy ehtiyojlarga ajratma

YaYaQ - yangidan yaratilgan qiymat.

Shuningdek, boshqa uslubiyotga ko'ra korxonalarda soliq yukini hisoblash uchun quyidagicha, ya'ni:

$$SYu_k = BS + MT / IH + SF + BS + MT \times 100 \%$$

Bunda, *SYu_k*-soliq yukining miqdori;

BS-jami to'lanuvchi soliq summasi;

MT-jami to'lanuvchi majburiy to'lovlar summasi;

IH-ish haqi xarajatlari;

SF-sof foyda usulidan foydalanish maqsadga muvofiqdir.

Mazkur formula asosida soliq yukini hisoblashning yutuq tomoni shundaki, soliq yukini hisoblash jarayoni sodda bo'lib, oddiy tadbirkor uchun ham tushunarli hisoblanadi. Bu esa, soliq to'lovlarini doimiy tahlil qilib borishi, soliq to'lovlarini boshqarish, boshqa faoliyat turlarida mavjud bo'lgan soliq yuklari darajasi bilan taqqoslash jarayonlarini engillashtiradi. Eng muhimi korxonada tomonidan to'lanuvchi barcha

solliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni og'irlik darajasini to'liq qamrab oladi.

Yuqorida e'tirof etilgan soliq yuki ko'rsatkichini hisoblash metodlarining modellari 1-jadvalda umumlashtirildi.

Amaliyotda soliq yukini aniqlashda barcha solliqlar va boshqa majburiy to'lovlar summasing yig'indisini olishib, soliq yuki og'ir bo'ldi deyishadi. Aslida esa, yuqorida qayd etilgandek, xarajatlar sifati tan olingan summalar olinishi zarur.

13.1-jadval

2018 yilda soliq yuki ko'rsatkichlarining tahlili
(shartli raqamlar)

№	Ko'rsatkichlar	"A" korxonasi	"B" firmasi
1.	Mahsulot sotishdan sof tushum	105600136	44966892
2.	Foyda solig'i	110460	223640
3.	Jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'i	539711	197965
4.	Obodonlashtirish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish solig'i		158435
5.	Qo'shilgan qiymat solig'i	1083440	4461040
6.	Suv resurslardan foydalanilganligi uchun soliq	41438	6292
7.	Mol-mulk solig'i	-	228123
8.	Yer solig'i	437082	176776
9.	Boshqa solliqlar	3222	22068
10.	Solliqlar bo'yicha xarajatlar	2215353	5474339
11.	Sof soliq yuki	2.1	12.2
12.	Yo'l jamg'armasiga majburiy ajratma	1478402	629536
13.	Pensiya jamg'armasiga majburiy ajratma	1689602	719470
14.	Ta'lim jamg'armasiga majburiy ajratma	528001	224834
15.	Yagona ijtimoiy to'lov	2080627	597986
16.	Import bo'yicha bojxona boji	-	-
17.	Mahalliy yig'imlar	-	180333
18.	Majburiy to'lovlar bo'yicha jami:	5776632	2352159
19.	Solliqlar va boshqa majburiy to'lovlarning jami	7991985	7826498
20.	Yalpi soliq yuki	7,6	17,4

Shartli jadvalda xo‘jalik yurituvchi subyektlar, ya’ni mikrodarajada soliq yuki ko‘rsatkichini tahlil qilish maqsadida “A”, “B” korxonalarining 2016-yilgi ma’lumotlaridan foydalanildi. Jadval ma’lumotlarining tahlili shuni ko‘rsatmoqda 2016-yilda “A” korxonasining mahsulotni sotishdan sof tushumi 105600136 ming so‘m, “B” firmasining sof tushumi 44966892 ming so‘mni tashkil qilgan. Shu davrda bu korxonalarining soliq to‘lovlari bo‘yicha xarajatlari mos ravishda 2215353 ming so‘m, 5474339 ming so‘m bo‘lgan. Boshqa majburiy to‘lovlar bo‘yicha ajratmalar “A” korxonasi 5776632 ming so‘m, “B” korxonasi 2352159 ming so‘m bo‘lib, soliq va boshqa majburiy to‘lovlar bo‘yicha xarajatlar mos ravishda 7991985 ming so‘m, 7826498 ming so‘m bo‘lgan. Respublikamizda ham korxonalar darajasida soliq yukini hisoblashda har xil ko‘rsatkichlar qo‘llaniladi.

Soliq yukini hisoblashda mahsulotni sotishdan sof tushum ko‘rsatkichiga nisbatan aniqlash maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz. Chunki bu ko‘rsatkichga nisbatan soliq yuki darajasini aniqlash, xo‘jalik yurituvchi subyekt sof tushumining qancha foizi soliqlar va boshqa majburiy to‘lovlar sifatida xarajatlarga olib borishni xarakterlaydi.

Korxonalarda “soliq yuki” ko‘rsatkichini quyidagi ikki ko‘rsatkich bilan ifodalash maqsadga muvofiq: sof soliq yuki va yalpi soliq yuki.

Sof soliq yuki – bu soliq xarajatlarini mahsulot (ishlar, xizmatlarni) larni sotishdan sof tushumga nisbatidir.

Yalpi soliq yuki – bu soliq va boshqa majburiy to‘lovlarga ajratmalar summasini mahsulot(ishlar, xizmatlarni)larni sotishdan sof tushumga nisbatidir.

1. Sof soliq yuki quyidagi formula bilan hisoblanadi:

$$SSYu = SX \times 100 / ST$$

Bu yerda:

SSYu- sof soliq yuki;

SX-soliq xarajatlari (hisoblangan soliq summasi);

ST- mahsulot(ishlar, xizmatlarni)larni sotishdan sof tushum.

Ushbu formulalar asosida soliq yuki ko‘rsatkichining tahlilini ko‘rib chiqamiz. Bizning hisob-kitoblarimizda “A” korxonasida:

$$= 2215353 \times 100 / 105600136 = 2,1 \text{ foiz}$$

«B» firmasida

$$5474339 \times 100 / 44966892 = 12,2 \text{ foiz}$$

Yuqoridagi hisob kitoblardan quyidagicha xulosa qilishimiz mumkin, sof soliq yuki ko‘rsatkichi “A” korxonasida - 2,1 foiz, “B” firmasida 12,2 foizni tashkil etgan.

2. Yalpi soliq yuki quyidagi formula bilan hisoblanadi:

$$YaSYu = (SX + MT) \times 100 / ST$$

Bu yerda:

SSYu – yalpi soliq yuki;

MT – majburiy to'lovlar ajratmalar summasi;

SX – soliq xarajatlari (hisoblangan soliq summasi);

ST – mahsulot (ishlar, xizmat)larni sotishdan sof tushumi;

Bizning ma'lumotlarimiz asosida "A" korxonasi:

$$7991985 \times 100 / 105600136 = 7,6;$$

"B" firmasida:

$$7826498 \times 100 / 44921106 = 17,4 \text{ foiz.}$$

Hisob-kitoblar shuni ko'rsatmoqdaki, yalpi soliq yuki "A" korxonasi sof tushumiga nisbatan – 7,6 foiz, "B" firmasida 17,4 foizni tashkil qilgan.

Yuqoridagi jadvaldagi ma'lumotlarda amaliyotchi buxgalterlar tomonidan qilingan hisob – kitoblarni ko'rib chiqdik. Xo'jalik yurituvchi subyektlarni soliq yukini hisoblashda korxonaga yuk bo'lmaydigan soliq turlari bo'yicha hisoblangan summalar chiqariladi. Jumladan, jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'i, aksiz solig'i, qo'shilgan qiymat soliqlar bo'yicha summalar. Yuqoridagilarni hisobga olgan holda quyidagi 3-jadval tuzildi va tahlil amallar bajarildi.

13.2-jadval

2018-yilda "A" korxonasi va "B" firmasida sof va yalpi soliq yuki ko'rsatkichlarining tahlili

№	Ko'rsatkichlar	"A" korxonasi	"B" korxonasi
1.	Mahsulot sotishdan sof tushum	105600136	44966892
2.	Foyda solig'i	110460	223640
3.	Obodonlashtirish va ijtimoiy infratuzilmani	-	158435
4.	Suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq	41438	6292
5.	Mol-mulk solig'i	-	228123
6.	Yer solig'i	437082	176776
7.	Boshqa soliqlar	3222	22068
8.	Soliqlar bo'yicha xarajatlar	592202	815334
9.	Sof soliq yuki	0,6	1,8
10.	Yo'l jamg'armasiga majburiy ajratma	147802	629536
11.	Pensiya jamg'armasiga majburiy ajratma	1689602	719470
12.	Ta'lim jamg'armasiga majburiy ajratma	528001	224834
13.	Yagona ijtimoiy to'lov	2080627	597986
14.	Import bo'yicha bojxona boji	-	-
15.	Mahalliy yig'imlar	-	-
16.	Majburiy to'lovlar	5776632	2352159

Tahlil natijalari shuni ko'rsatmoqdaki, "A" korxonasida sof soliq yuki 0,6 foizni tashkil qilib, 2-jadvaldagi ko'rsatkichdan 1,5 (2,1-0,6) punktga kam, xuddi shunday holat "B" firmasida 1,8 foiz yoki 10,4 (12,2-1,8) punktga pasaygan va mos ravishda 6,03 foiz, 7,04 foizni tashkil qilgan.

Yuqoridagilarga asosan xo'jalik yurituvchi subyekt darajasida soliq yuki ko'rsatkichini hisoblashni osonlashtiradi va uning korxonada moliyaviy holatiga ta'sirini obyektiv baholash imkonini beradi degan xulosa qilish mumkin.

Asosiy tanch tushunchalar

Soliq tizimi, soliq siyosati, qo'shilgan qiymat solig'i, aksiz solig'i, yer solig'i, soliq imtiyozi, soliq yuki, yalpi soliq yuki, sof soliq yuki, soliq stavkasi, soliq bazasi, soliq majburiyati, foyda solig'i.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Soliqlar va majburiy to'lovlarning iqtisodiy ahamiyati.
2. Soliq tizimini isloh qilishdan ko'zlangan asosiy maqsadlar?
3. O'zbekiston Respublikasida soliq siyosati va uning o'ziga xos xususiyatlari.
4. Soliq imtiyozlari rag'batlantirish va samarali qo'llanilishining ko'rsatkichlari?
5. Korxonalarda soliqlar va majburiy to'lovlar hisob-kitoblarini tashkil qilish masalalari.
6. Korxonalardan soliq majburiyatlarini o'z vaqtida va to'liq hajmda bajarishi uchun qanday vazifalarni bajarish talab etiladi?
7. Korxonada soliq yuki darajasini belgilab beruvchi omillar.
8. Soliq yuki ko'rsatkichi va uni hisoblash usullari.

XIV bob. KORXONALAR IQTISODIY SAMARADORLIGI

Mazkur bobda korxonalar iqtisodiy samaradorligining mohiyati, korxonada iqtisodiy samaradorligi, mezonlari, iqtisodiy samaradorlikni oshirishda korxonalarga kiritilayotgan investitsiyalarning o'рни, investitsion loyihalarning moliyaviy-iqtisodiy samaradorligini baholashni samarali tashkil etish masalalari, investitsion jarayonlarning faollashuviga ta'sir ko'rsatuvchi omillar va bu borada mavjud muammolar yechimini samarali tashkil etish jarayonlari tadqiq etilgan.

14.1. Korxonada iqtisodiy samaradorligi tushunchasi, mezonlari va ko'rsatkichlari

14.2. Xarajatlarning umumiy va taqqoslama iqtisodiy samaradorligi

14.3. Korxonada iqtisodiy samaradorligini baholash uslubiyotini takomillashtirish

14.4. Ishlab chiqarish samaradorligini oshirishning asosiy yo'nalishlari

14.1. Korxonada iqtisodiy samaradorligi tushunchasi, mezonlari va ko'rsatkichlari

Mamlakatimizda bozor munosabatlarini shakllantirish iqtisodiyotning barcha sohalarida sezilarli tarkibiy o'zgarishlar amalga oshirilishini taqozo etadi. Korxonada iqtisodiyotini bozor munosabatlari asosida tashkil etish, birinchi navbatda, har bir firma, korxonada va tashkilot tomonidan iqtisodiy o'sishning sifat omillaridan foydalanilgan holda ishlab chiqarish intensivlashtirishni talab etadi. Xo'jalik yuritish sharoitlarida samaradorlik korxonaning asosiy maqsadiga aylangani holda bozor munosabatlari samaradorlikni muntazam oshirishga undovchi vosita vazifasini o'tay boshladi. Chunki aynan korxonada iqtisodiy samaradorligi muttasil oshib borgan taqdirdagina, milliy iqtisodiyot sohasidagi iqtisodiy islohotlarning asosiy maqsadi bo'linish hududlari iqtisodiyoti-

ning jadal rivojlanishini ta'minlaydigan samarali xo'jalik tizimini shakllantirish mumkin bo'ladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev yuqori iqtisodiy o'sishga erishish va kuchli ijtimoiy himoyani ta'minlashda investitsiyalarning muhimligini qayd etar ekan, shu paytgacha hu boradagi ishlar pala-partish bajarib kehgani tanqid ostiga olgan holda, quyidagilarni ta'kidladilar: "Loyihalar puxta hisob-kitob qilinmagani, ularni amalga oshirishga investorlarning o'z mablag'lari jalb etilmagani oqibatida ko'plab korxonalar bankrot bo'lgan. Ularni sog'lomlashtirish vazifasi zimmasiga yuklangan tijorat banklari ham katta zarar ko'rgan. Shu bois joriy yildan boshlab bankrot korxonalarni banklar balansiga berish amaliyotiga chek qo'yildi. Yuzaki o'tkazilgan iqtisodiy tahlil oqibatida loyihalar foydalanishga qabul qilinganidan keyin ham o'zini oqlamagan – xomashyo yo'qligi, energiya va gaz bilan ta'minlanmagani, iqtisodiy jihatdan samarasiz bo'lgani sababli mahsulot ishlab chiqarish o'zlashtirilmay qolgan"⁴².

Samaradorlik tushunchasi mohiyatini aniqlashga uning semantik mazmunini anglash nuqtayi nazaridan yondashiladigan bo'lsa, "samaradorlik" so'zi "samara beruvchi zaruriy natijaga olib keluvchi" kabi ma'nolarni bildiradi. Iqtisodiy kategoriyalarga aloqador bo'lgan "samara" so'zi foydali natija, oqibat ma'nolarini, "samarali" so'zi esa natijador, foydali ma'nolari anglatadi. Shu bilan birga, "samara" va "samaradorlik" so'zlari bir xil ma'noni anglatuvchi tushunchalar emas. "Samara" tushunchasi biron-bir jarayonning natijasini bildiradi. Ya'ni umumiy holda samara shaklida ishlab chiqarishning maqsadiga erishilgandagi natija namoyon bo'ladi. Negaki, bir tarafdin u o'zida ishlab chiqarish resurslarining muayyan davrdagi harakatining umumiy moddiy natijasini birlashtiradi, boshqa tarafdin esa ishlab chiqarishdan kutilgan oxirgi natija faqat ishlab chiqarilgan moddiy ne'matlarda namoyon bo'ladi.

Samara yakka holda mehnat faoliyatini to'la tavsiflashga qodir emas. Chunki u ishlab chiqarishning natijasi qanday resurslarni sarflash evaziga erishilganini ko'rsatib bera olmaydi. Ya'ni muayyan samaraga resurs sarfining yuqori darajasi bilan ham, past darajasi bilan ham erishish mumkin. Shu bois, olingan samarani baholash uchun ushbu samara uni olishga sarflangan resurslar (xarajatlar) bilan taqqoslanishi lozim. Bu esa ishlab chiqarish samaradorligini tavsiflaydi.

⁴² O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning O'zbekiston Respublikasining rivojlanish davlat dasturlarini shakllantirish va moliyalashtirish bo'yicha joriy etilgan yangi tartib asosida ishlarni tashkil etish masalalariga bag'ishlangan videosektor yig'ilishidagi nutqi, 2018-yil, 17-yanvar.

Korxonada ishlab chiqarish samaradorligi iqtisodiy kategoriya bo'lib, takror ishlab chiqarish jarayonining mohiyatini o'zida aks ettiradi hamda ijtimoiy takror ishlab chiqarishga taalluqli iqtisodiy qonunlar tizimi bilan aniqlanadigan asosiy maqsadga erishilganlik darajasini tavsiflaydi.

Ba'zi bir adabiyotlarda korxonada ishlab chiqarish samaradorligi tushunchasiga yanada kengroq ma'noga ega ta'rif berib o'tishadi, ya'ni korxonada ishlab chiqarish samaradorligi "ishlatilgan resurs birligiga muayyan natijani olish" deya ta'riflanadi, uni vaqtdan tejashning umumiy qonuni namoyon bo'ladigan shakl sifatida qaraladi.

Korxonada ishlab chiqarish samaradorligi nazariyasini ishlab chiqarishga keng amaliyotchilar ham o'z fikrlarini berib o'tishadi, ularning fikricha ishlab chiqarish xarajatlari variantlarini taqqoslash va ular ichidagi eng maqbullini tanlashga harakat qiladilar. Muayyan sharoitlarni tahlil qilish mobaynida ular solishtirma samaradorlik nazariyasining fundamental tamoyillaridan birini, ya'ni ishlab chiqarilishi arzon, lekin foydalanishda qimmat yoki buning aksi bo'lgan variantlarni taqqoslash tamoyilini ilgari suradilar.

Samaradorlik nazariyasi bo'yicha izlanishlar keyinchalik yillik va besh yillik rejalarni tuzish va ularga baho berishda o'z ifodasini topdi. Bunda mehnat unumdorligi va mahsulot tannarxi majburiy reja vazifalari sifatida tasdiqlandi. Hozirgi vaqtda samaradorlik nazariyasining alohida jihatlarni rivojlantirish yuzasidan ko'plab tadqiqotlar amalga oshirilmoqda. Bugungi kunda ishlab chiqarish samaradorligi nazariyasini uslubiy jihatdan tadqiq etish mobaynida o'rganilayotgan asosiy masalalarni quyidagicha turkumlash mumkin:

- ishlab chiqarish samaradorligi kategoriyasining mohiyatini aniqlash;
- ishlab chiqarish samaradorligi mezonlarini tavsiflash;
- korxonada ishlab chiqarish samaradorligini baholash ko'rsatkichlari tizimini asoslash.

Ushbu tadqiq etilayotgan masalalarga nisbatan tadqiqotchilar o'rtasida turlicha qarash va yondashuvlar mavjud. Ayrim iqtisodchi olimlar ishlab chiqarish samaradorligi kategoriyasi mohiyatini uning ishlab chiqarish usullari bilan tarixiy aloqadorligida ko'radilar. Uni baholash mezonlarini esa iqtisodiyotning asosiy qonuni mazmunidan izlaydilar.

Ko'plab olimlar "ishlab chiqarish samaradorligi" kategoriyasi mohiyatini chuqurroq anglash maqsadida uni alohida, samaradorlikning turli jihatlarni aks ettiruvchi mustaqil kategoriyalarga bo'lib o'rganadilar. Ayrim iqtisodchilarning fikricha "Samaradorlik" tushunchasi iqtisodiy

kategoriya sifatida “iqtisodiy samaradorlik” tushunchasiga nisbatan chuqurroq va kengroq ma’noni anglatishini ta’kidlab o’tadilar. Ayrimlar esa adabiyotlarda “ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik” va “texnik-iqtisodiy samaradorlik” tushunchalarini muomalaga kiritadilar.

Hozirgi vaqtda korxonalar iqtisodiy samaradorligini quyidagi turlarini ajratish mumkin:

- ishlab chiqarish-texnikaviy,
- ishlab chiqarish-iqtisodiy,
- ijtimoiy-iqtisodiy va ekologik-iqtisodiy.

Ishlab chiqarish-texnikaviy samaradorlik ishlab chiqarish resurslaridan foydalanish samaradorligini bildiradi. U ishlab chiqarish resurslaridan foydalanish darajasini aks ettiruvchi ko’rsatkichlar tizimi bilan tavsiflanadi. Samaradorlikning ushbu turi ishlab chiqarishda yer, moddiy va mehnat resurslaridan foydalanish darajasini aks ettiradigan ko’rsatkichlar tizimi bilan o’lchanadi. Asosiy ko’rsatkichlar sifatida yer qaytimi, fond qaytimi, material sig’imi, mehnat sig’imi kabllardan foydalaniladi.

Ishlab chiqarish-iqtisodiy samaradorlik esa mahsulot ishlab chiqarish samaradorligini ishlab chiqarish-texnikaviy samaradorlik va iqtisodiy mexanizmning o’zaro uyg’unligida tavsiflaydi. U ishlab chiqarish samaradorligini tavsiflovchi qiymat ko’rsatkichlari bilan o’lchanadi. Ya’ni tannarx, yalpi va sof daromad, foyda va boshqalar.

Ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik esa ishlab chiqarish-iqtisodiy samaradorlikning hosilasi bo’lib, iqtisodiy manfaatlarining amalga oshirilishini aks ettiradi va umuman korxonalar faoliyati samaradorligini tavsiflaydi. Ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlikni tavsiflovchi ko’rsatkichlar tizimiga: yer maydoni birligiga to’g’ri keladigan mahsulot qiymati, foyda normasi, rentabellik darajasi, bir ishchiga to’g’ri keladigan iste’mol fondi kabilar kiradi.

Yuqoridagilardan ko’rinib turibdiki, korxonalar ishlab chiqarish samaradorligi tushunchasining mazmuniga nisbatan yondashuvlar turlicha, lekin iqtisodchi olimlarning ko’pchiligi “samaradorlik muayyan faoliyatning foydali natijasi (samarasi) ning sarf qilingan resurslarga nisbati orqali aniqlanadi”, - degan fikrga qo’shiladilar.

Hozirgi iqtisodiy adabiyotlarda ishlab chiqarish samaradorligi butun iqtisodiyot, alohida tarmoq, alohida korxonalar yoki korxonalar guruhlarida darajasida ko’rib chiqiladi. Uning asosiy mazmuni har uch holatda ham deyarli bir xil: ushbu kategoriya ishlab chiqarish faoliyati natijalarini shu

natijalarni olish uchun sarflangan resurs yoki ishlab chiqarish xarajatlarga solishtirish orqali ifodalanadi.

O'z mohiyati ko'ra bozor iqtisodiyoti mehnat unumdorligining o'sishini, ishlab chiqarish samaradorligini har tomonlama ko'tarishni rag'batlantiruvchi vositadir. Ammo bu sharoitda ham ishlab chiqarish samaradorligini oshirishning asosiy yo'nalishlari, uning o'sishi omillarini, uni aniqlash usullarini belgilash ahamiyatlidir.

Ishlab chiqarishning iqtisodiy samaradorligini oshirishning muhim yo'nalishlarini to'g'ri belgilash uchun samaradorlik mezonlari va ko'rsatkichlarini ifodalash kerak.

Jamoatchilik mehnat unumdorligi darajasi jifimoiy ishlab chiqarish iqtisodiy samaradorligining umumlashtiruvchi mezonni bo'lib xizmat qiladi.

Jamoadagi mehnati unumdorligini quyidagi formula bilan aniqlash mumkin:

$$U_{j,m} = M_d / T_s \quad (1)$$

Bunda: $U_{j,m}$ - jamoatchilik mehnat unumdorligi;

M_d - hosil qilingan milliy daromad;

T_s - moddiy ishlab chiqarish tarmoqlarida band ishchilarning o'racha soni.

Milliy daromad (hamma) barcha ishlab chiqarish tarmoqlari sof mahsulotlarining summasi (yig'indisi) bilan belgilanadi. O'z navbatida, alohida tarmoqning sof mahsulot va ishlab chiqarish moddiy xarajatlari orasidagi ayirmaga teng.

Jifimoiy ishlab chiqarishning muhim iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlari-mehnat sig'imlilik, material sig'imlilik, mablag' sig'imlilik va kapital (sarmoya) sig'imliliklardir. Mehnat sig'imliliigi-mehnat unumdorligining teskari miqdori bo'lib, moddiy ishlab chiqarish tarmog'ida sarflangan mehnat miqdorining ishlab chiqarilgan mahsulotning yalpi hajmiga bo'lgan nisbat tarqasida hisoblanadi, uni quyidagi formulada ifodalash mumkin:

$$M_s = M/Q$$

Bunda: M_s - mehnat sig'imliliigi;

M - mehnat miqdori;

Q - ishlab chiqarilgan mahsulotning umumiy hajmi.

Mahsulotning material sig'imliliigi xomashyo materiallari, yoqilg'i, energiya va boshqa mehnat buyumlarining yangi jamoa mahsulotiga nisbat tarqasida hisoblanadi. Mahsulot material sig'imliliigi, soha, tarmog'i (birlashma korxon) miqyosida, moddiy xarajatlarning chiqa-

rilgan mahsulot umumiy hajmiga nisbati bilan hisoblanadi va quyidagi formula bilan ifodalash mumkin:

$$T_s = T/Q \quad (3)$$

Bunda: M_s - mahsulot material sig'imliliigi;

Q - chiqarilgan mahsulotning umumiy hajmi;

T - moddiy xarajatlarning umumiy miqdori.

Mahsulotlarning kapital sig'imliliigi va fond sig'imliliigi ma'lum darajada o'zaro yaqin. Mahsulot kapital sig'imliliigi ko'rsatkichi kapital (mablag') sarti miqdorining mahsulot chiqarish hajmi o'sish miqdoriga nisbatini anglatadi va quyidagi formulani ishlatish mumkin:

$$K_s = K/\Delta Q \quad (4)$$

Bunda: K_s - kapital sig'imliliigi ko'rsatkichi;

K - kapital sarfining umumiy hajmi;

ΔQ - mahsulot chiqarish hajmining o'sish miqdori.

Mahsulot fond sig'imliliigi milliy xo'jaligi asosiy ishlab chiqarish fondining ishlab chiqarilgan mahsulotning umumiy hajmiga nisbatidek hisoblanadi, u quyidagi formula bilan ifodalanadi:

$$F_s = F/\Delta Q \quad (5)$$

Bunda: F_s - mahsulot fond sig'imliliigi;

F - milliy xo'jalik asosiy ishlab chiqarish fondining o'racha qiymati.

Fond sig'imliliğini va kapital sig'imliliğini hosil qilingan milliy daromadga nisbati bilan ham hisoblash mumkin.

14.2. Xarajatlarning umumiy va taqqoslamalari iqtisodiy samaradorligi

Yuqorida keltirilgan hamma ko'rsatkichlar (jamoa mehnati unumdorligidan tashqari) ishlab chiqarish va xarajatlar iqtisodiy samarasi haqida har tomonlama va to'la tushuncha bermaydilar, faqat ma'lum tur resursdan foydalanganlik haqidagi tavsifni beradi.

Xarajatlarning umumiy samaradorligi haqida to'la tushunchaga ega bo'lish uchun qiymat va natural ko'rsatkichlarning umumlashtirilgan tavsifomallari kerak. Xarajatlarning umumiy va nisbiy iqtisodiy samaradorligi ana shu maqsadga xizmat qiladi.

Rejalash va loyihalashda umumiy iqtisodiy samaradorlik samaraning kapital qo'yilmaga nisbati sifatida aniqlanadi, nisbiy iqtisodiy

samaradorlik esa joriy xarajatlar farqining variantlar bo'yicha kapital qo'yilmalar farqiga bo'lgan nisbat bilan hisoblanadi. Bunda umumiy va nisbiy iqtisodiy samaradorlik bir-birini to'ldiradi. Xarajatlarning umumiy iqtisodiy samaradorligi, xarajatlarni qo'llash (ishlatish) o'rnini hisobga olgan holda aniqlanadi. Butunlay xo'jalik bo'yicha xarajatlarning umumiy iqtisodiy samaradorligi, solishtirma narxlarda hosil qilingan milliy daromadning (yoki sof mahsulotning) o'sishining shu o'sishni ta'min etgan ishlab chiqarish kapital qo'yilmaga nisbati bilan belgilanadi va quyidagi formula bilan hisoblash mumkin:

$$I_{su} = \Delta M_d / K_q \quad (6)$$

Bunda: I_{su} - umumiy iqtisodiy samaradorlik;

ΔM_d - solishtirma narxlarda milliy daromadning o'sgan miqdori

K_q - kapital qo'yilma miqdori.

Milliy xo'jalik komplekslari, alohida tarmoqlar, hamda asosiy fondlarni qayta ishlab chiqarish (texnikaviy qayta jixozlash, qayta tiklash va korxonalar, tashkilotlarning kengayishi-uyg'unlashuvi). Shakllari bo'yicha xarajatlarning umumiy iqtisodiy samaradorligi foyda (ishlab chiqarish xarajatlarining) yoki xo'jalik hisobidan daromadning o'sishining kapital qo'yilgan nisbatidek hisoblanadi va quyidagi formuladan foydalanish mumkin:

$$I_{s,xx} = \Delta F / K$$

Bunda: $I_{s,xx}$ - milliy jamiyatning umumiy iqtisodiy samaradorligi;

ΔF - foydaning o'sgan miqdori;

K - kapital ko'yilma.

Yangi qurilayotgan korxonalar, sexlar va boshqa obyektlar bo'yicha samaradorlik ko'rsatish rejalangan foydaning kapital qo'yilma (smeta bahosi)ga nisbati tariqasida hisoblanadi.

$$I_{sr} = \frac{\sum M - \sum X}{K}$$

I_{sr} - rejaviy samaradorlik ko'rsatkichi;

$\sum M$ - korxonalar ulgurji narxi bo'yicha yillik mahsulot summasi;

$\sum X$ - loyiha bo'yicha ishlab chiqarish xarajatlari summasi.

Har bir holatlarda alohida hisoblab aniqlangan xarajatlarning umumiy iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlari, me'yoriy va o'tgan davrning o'xshash ko'rsatkichlari bilan hamda boshqa korxonalar va firmalarning ishlab chiqarishi samaradorligi ko'rsatkichlari bilan taqqoslab ko'riladi. Korxonalarni ular komplekslarini joylashtirish, yangi korxonalar qurish yoki harakatda bo'lganlarini qayta rekonstruksiya qilish, texnika yangi turlarini qo'llashning xo'jalik yoki texnik qarori variant-

larini solishtirganda xarajatlarning solishtirma iqtisodiy samaradorligi hisoblanadi. Eng qulay variantning asosiy ko'rsatkichi-keltirilgan xarajatlar minimumidir.

Har qaysi variant bo'yicha keltirilgan xarajatlar joriy korxonalar (tannarx) va kapital qo'yilmaning samaradorlik me'yoriga (normativi) mos, bir xil o'lchovga keltirilgan summasi bo'lib, quyidagi formula orqali hisoblanadi:

$$X_k = X_j + E_{e.k} K_j$$

Bunda: X_k - mazkur variant bo'yicha keltirilgan xarajatlar;

X_j - o'sha variant bo'yicha joriy xarajatlar (tannarx);

K_j - har bir variant bo'yicha kapital qo'yilma;

$E_{e.k}$ - kapital qo'yilmaning me'yoriy nisbiy iqtisodiy samaradorligi;

Asosiy fondlarni qayta ishlab chiqarishning eng ma'qul, to'g'ri shakli-bu harakatdagi korxonalarni texnik qayta qurollantirish yoki qayta ta'mirlash (rekonstruksiya qilish)dir.

Bu maqsadda qilingan xarajatlarning iqtisodiy samaradorligini hisoblashda, ishlovchilarning shartli bo'sh bo'lishlarini va material hamda yoqilg'i-energetik resurslarning tejaliishi qo'shimcha ko'rsatkichlar sifatida ishlatiladi.

Ishlab chiqarish infrastrukturasi milliy xalq xo'jaligida sezilarli o'rinni egalaydi. Unga hamma tur transportlar obyekti, aloqa, elektrotizim, neft-gaz ta'minoti, suv ta'minoti, moddiy-texnikaviy ta'minot (omborxonalar, zaxiraxonalar v.h)lar kiradi. Yana axborotlarni tahlil qilish tizimi va hisoblash texnikalari, muhandislik tarmoqlari va kommunikatsiyalar majmuasi kiradi.

Ishlab chiqarish samarasi hamda milliy xo'jaligidan olinadigan samara ishlab chiqarish infrastrukturasi rivoji uchun xarajatlarning samarasi sifatida qabul qilinadi. Unga, infrastruktura tarmoqlari rivoji oqibatida moddiy ishlab chiqarishning boshlang'ich (negizli)tarmog'i uchun xarajatlarning kamayishi; ishlab chiqarishni kooperatsiyalash va ixtisoslashning yaxshilanish; aloqa vositalari va axborotlarni qayta ishlashni ta'minlanganligi evaziga ishlab chiqarish boshqaruvi aylanma fondlar va moddiy resurslarning aylanuvchanligini tezlashtirish natijasida boshlang'ich (negizli) tarmoqlardagi zaxirani kamaytirish.

Infratuzilma ta'sirida boshlang'ich (negizli) tarmoqlarda tannarxning pasayishi; materiallari va jixozlarni yo'qotishining va boshqa moddiy ziyonning qisqarishi.

Infratuzilma tarmoqlarining aholiga xizmatlar turini kengayishi, uning xizmat ko'rsatishi sifatini yaxshilashi, aholl shaxsiy vaqtini tejashi va boshqa ijtimoiy-iqtisodiy natijalarga ta'siri ko'rinishida iqtisodiy samara kiradi:

Ishlab chiqarish bo'lmagan sohalarda xarajatlar samaradorligini aniqlashda olinadigan ijtimoiy va iqtisodiy natijalar shu natijalarni olish uchun kerak bo'lgan xarajatlar bilan solishtiriladi.

So'ngda, tabiat muhofazasi muassasalarida xarajatlar iqtisodiy samaradorligi tabiatning tabiiyligini saqlashni (yangi hududlarni o'zlashtirganda), atrof-muhitning ekologik holatini yaxshilashni yoki uning ifloslanishidan ziyonning qisqarishini, tabiat muhofazasi muassasalarini yaratish va rivojlantirishiga qilingan xarajatlar bilan andozalash orqali aniqlanadi.

Xarajatlarning umumiy va nisbiy iqtisodiy samaradorligini hisoblash yuqorida ko'rsatilgan umumlashtiruvchi ko'rsatkichlar bilan cheklanmasligi kerak.

Xarajatlarning iqtisodiy samaradorligini har tomonlama asoslantirish va tahlil qilish, ular samaradorligini oshirish rezervlarini tepish uchun, yakuniy qaror qabul qilishda olinadigan samaraning alohida tomonlarini tavsiflovchi qo'shimcha ko'rsatkichlar mehnat unumdorligi, samarasi solishtirma kapital qo'yilma, xomashyo, materiallari, yoqilg'i, energiya, tejami, ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish, ishtimoiy yakunlar va hokazolardan foydalanish kerak.

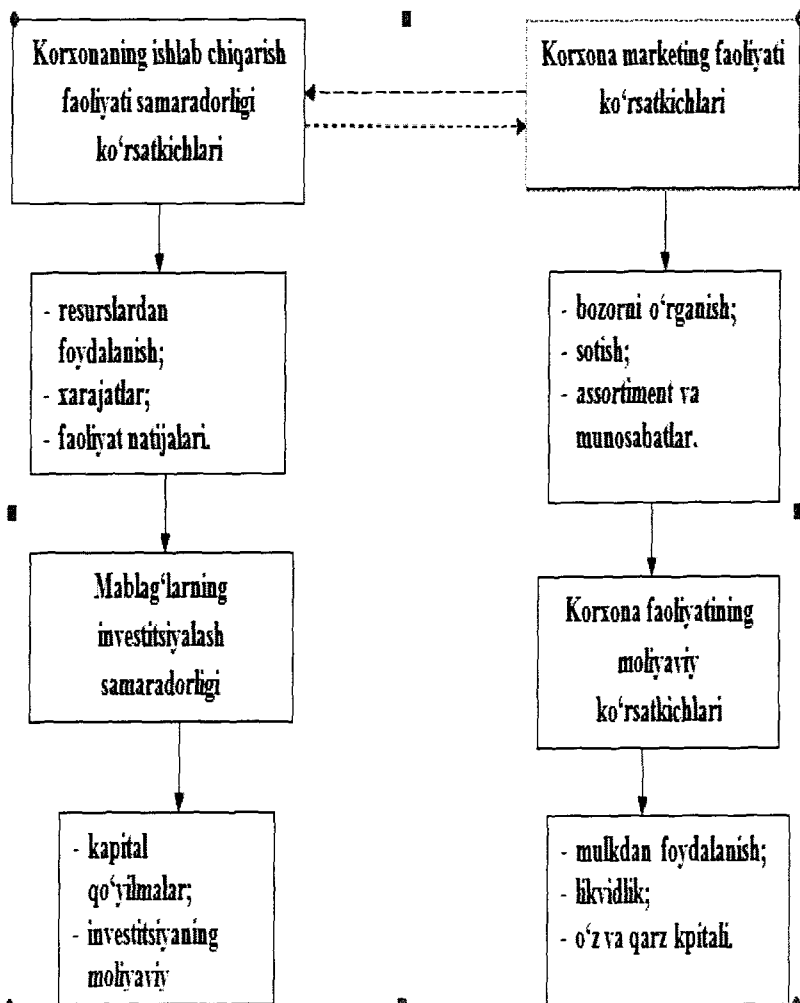
Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar, firmalar xo'jalik faoliyatini baholashning asosiy mezonini bo'lib, sof foyda va uning fondlarga nisbatan rentabelligini aniqlash ahamiyatga ega. Bozor munosabatlari shakllana borishi taxchilikning alohida ishlab chiqaruvchilar yakka hukumronligi yo'qolishi sari korxonada foydani oshirishning faqatgina bir yo'li-mahsulot chiqarish hajmini oshirish va unga xarajatlarni kamaytirishni nazarga tutmoq kerak.

14.3. Korxonada iqtisodiy samaradorligini baholash uslubiyotini takomillashtirish

Bugungi kunda korxonada ishlab chiqarishi samaradorligini aniqlashga bo'lgan "resurs" va "xarajat" yondashuvlari alohida ahamiyat kasb etmoqda. Resurs va xarajat yondashuvlarining bir-biridan farqi shundaki, resurs yondashuvida iqtisodiy samara sotib olingan resurslarning

qiymat shaklidagi miqdori bilan solishtiriladi.

Har qanday tizimning, shu jumladan korxonaning ham samaradorligini baholash u yoki bu mezonlar yig'indisidan foydalanishni talab qiladi. Shu hisob, ikkita bir-biri bilan uzviy bog'langan vazifani hal etish zaruriyati tug'iladi. Ya'ni tashqi muhitning ta'sirini qo'shgan holda boshqarilayotgan tizim holatini to'g'ri aks ettiruvchi mezonlarni (ko'rsatkichlarni) shakllantirish hamda ushbu mezonlardan oqilona foydalanish.



14.1- rasm. Korxonada ishlab chiqarish samaradorligi ko'rsatkichlari tizimi

Samaradorlikni baholash haqqoniylikini ta'minlashning asosiy shartlaridan biri korxonalarining samaradorligi mezonlari yig'indisidan foydalanishda tizimlilikka rioya qilishdir. Ushbu mezonlar yig'indisi quyidagilarni baholashga imkon berishi lozim: barcha abamiyatga molik ishlab chiqarish jarayonlarini, korxonani boshqarish tizimini uning mehnat resurslarini, asosiy ishlab chiqarish fondlarini, moliyaviy va moddiy resurslardan foydalanish samaradorligini, marketing faoliyatini, xo'jalik faoliyatining ekologik jihatini, yer resurslarining holati va undan foydalanish ahvoli kabilar.

Yuqoridagilar shundan dalolat beradiki, ishlab chiqarishi samaradorligini baholash mezonlari ko'p, lekin ulardan foydalanish imkoniyatlari cheklangan. Bundan tasbqari, baholash mezonlarini haddan ziyod ko'paytirib yuborishga ham ehtiyoj yo'q. Demak, masala shundan iboratki, biz foydalanish uchun eng qulay bo'lgan, vaqt va boshqa xarajatlarni kam talab qiladigan hamda haqqoniy baholash natijalarini beruvchi mezonlarni shakllantirishimiz lozim.

Demak, korxonada o'z faoliyati natijasida ma'lum miqdordagi foydaga erishgan bo'lsa, xo'jalik yuritishning ushbu mulkchilik va tashkiliy-huquqiy shakli yoki ushbu turdagi mahsulot yetishtirish samarali degan dastlabki xulosani chiqarish mumkin.

Bunda samaradorlikning qay darajada ekanligini rentabellik ko'rsatkichi yordamida tavsiflanadi. Rentabellik darajasi (R) olingan foydaning (F) mahsulot ishlab chiqarish va sotish uchun qilingan xarajatlar yig'indisiga (to'la tannarx - T_t) nisbatan topiladi:

$$R = F/T_t * 100; \quad R = F/T_r$$

Ushbu formulalar ishlab chiqarishning rentabellik darajasini foiz hisobida hamda ishlab chiqarishga kiritilgan va foydalanilgan kapital birhigiga to'g'ri keladigan sof foydaning mutlaq kattaligini aniqlash imkonini beradi. Hozirgi paytda fond rentabelligini aniqlash keng tus olgan. Agar kasrning maxrajida to'la tannarx (T_t) o'rniga asosiy ishlab chiqarish fondlari (F_{as}) va aylanma fondlar (F_{ay}) ning o'rtacha yillik qiymatini qo'yadigan bo'lsak, u holda olingan natija ushbu turdagi resurslarning foydalanish samaradorligi darajasini (R_f) ko'rsatadi.

$$R_f = F / (F_{as} + F_{ay}) * 100; \quad R_{ak} = F / (F_{as} + F_{ay}).$$

Aksiyadorlik kapitalidan foydalanish samaradorligini (R_{ak}) aniqlash uchun yuqorida keltirilgan formuladagi kasr maxrajiga korxonaning aksiyadorlik kapitali summasini (K_a) qo'yish lozim bo'ladi. U holda

formulaning ko'rinishi quyidagicha bo'ladi:

$$R_{ak} = F / K_a * 100; R_{ak} = F / K.$$

Tarmoqda sotilgan mahsulot hajmidan olingan sof foydaning (F) yoki muayyan turdagi mahsulotni sotishdan olingan sof foydani (F_m) shu foyda massasini olishni ta'minlagan tarmoqda ishlab chiqarilgan mahsulotning to'la tannarxi (T_{tm}) yoki muayyan mahsulotning to'la tannarxiga (T_m) nisbati tarmoqlar bo'yicha rentabellik darajasini (R_t) yoki alohida olingan tovar qishloq xo'jaligi mahsuloti yoxud qayta ishlash sanoati mahsulotini ishlab chiqarish rentabelligi darajasini (R_m) aniqlash imkonini beradi:

$$R_t = F_t / T_{tm} * 100; R_m = F_m / T_m * 100.$$

Mahsulotni ishlab chiqarish va sotish uchun sarflangan kapital birligiga to'g'ri keladigan foyda massasini aniqlash uchun quyidagi formuladan foydalanish mumkin:

$$R_t = F_t / T_{tm}; R_m = F_m / T_m$$

Birinchi holatdagi kattaliklarning nisbati ushbu tarmoqdagi ishlab chiqarish xarajatlarining 1 so'miga to'g'ri keladigan foydani, ikkinchi holatda esa muayyan mahsulotni ishlab chiqarishga qilingan kapital birligiga to'g'ri keladigan foyda summasini aniqlash mumkin bo'ladi.

Yuqoridagi formulalar yordamida hisoblangan qishloq xo'jaligi korxonasi rentabelligi darajasi samaradorlikni iqtisodiy nuqtayi nazardan tavsiflashga imkon beradi. Bu biz avvalgi paragraflarda ta'kidlagan fikrimizga to'g'ri keladi. Ya'ni korxonani ishlab chiqarish samaradorligining ijtimoiy, texnologik yoki ekologik jihatlari asosida uning iqtisodiy tarkibi yotadi. Korxonani ishlab chiqarishining samaradorlik ko'rsatkichi uning iqtisodiy tarkibini aniqlash nuqtayi nazariga ko'ra faoliyatdan olingan iqtisodiy samara va uni olish uchun sarflangan xarajadni solishtirish orqali aniqlanadigan nisbiy kattalikdir. Shu bois, umumlashtiruvchi ko'rsatkich sifatida rentabellik darajasi ko'rsatkichidan foydalanish maqsadga muvofiq. Rentabellik ko'rsatkichlari joriy va strategik qaror qilish uchun juda muhimdir. Chunki ularni tahlil qilish jarayonida moliya-xo'jalik faoliyatining daromadlilik yoki zararlilik darajasi namoyon bo'ladi. Shunga asoslangan holda korxonani tashkil etishning samaradorligini oshirish bo'yicha tegishli tadbirlarni ishlab chiqish mumkin. Bu, o'z navbatida, o'tish davri sharoitida korxonaning moliyaviy holatini barqarorlashtirishga imkon beradi. Shundan kelib chiqib, har bir korxonasi iqtisodiy o'sishning sifat ko'rsatkichlaridan to'la va unumli foydalanishi lozim. Bundan tashqari, xaridorbop mahsulot ishlab chiqarishga yo'naltirilgan hamda har tomonlama rivojlangan

ishlab chiqarish kuchlari va ishlab chiqarish munosabatlariga ega yuqori samarali tashkil etilgan iqtisodiyotga o'tishga erishish lozim.

Moddiy-texnik ta'minot korxonasi ishlab chiqarishining eng muhim vazifalaridan biri hisoblanadi. Korxonasi korxonalari, qayta ishlovchi, ijara jamoalari va kooperativ birlashmalari buyurtmalar asosida davlatdan uning tegishli tizimlari orqali moddiy-texnik resurslarni olish imkoniga ega bo'lishi lozim. Buning uchun moddiy-texnik ta'minot xizmati mustaqil, xo'jalik hisobida bo'lishi zarur. Tadqiqotlar shuni ko'rsatmoqdagi, bir kooperativ tarkibida ta'mirlash-texnika korxonasi bilan moddiy-texnik ta'minotning birgalikda ish yuritishi maqsadga muvofiq emas. Korxonalarda xo'jalik yuritishni modernizatsiyalashda ishlab chiqarishga ichki va xorijiy investitsiyalar yo'naltirilishi va jalb qilinishining ahamiyati katta. Korxonani barqaror rivojlantirish, eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarish, aholi turmush darajasini yanada ko'tarish maqsadida korxonalariga investitsiyalarni jalb qilish dolzarb va ustuvor vazifalardan biri bo'lib qolmoqda.

Mintaqa miqyosida korxonasi ishlab chiqarishi samaradorligini oshirish ko'p jihatdan korxonasi ishlab chiqarishini texnika bilan ta'minlanganlik darajasiga bog'liq. Korxonaga yetkazib berilayotgan texnikaning soni jamg'armaga budjetdan ajratilayotgan mablag'ning miqdori bilan cheklanadi va bu yo'nalishda tijorat banklari mablag'larini jalb qilish imkoniyatlari to'la ishga solinmaydi.

14.4. Ishlab chiqarish samaradorligini oshirishning asosiy yo'nalishlari

Ilmiy-texnik yuksalish jamoasi ishlab chiqarish samaradorligining o'sishi, uning yuqori darajasini ta'minlashning muhim omili bo'lgan va shunday bo'ladi. Oxirgi vaqtlargacha ilmiy-texnik yuksalishi evolyutsion tariqasida borar edi.

Ilmiy-texnik yuksalishning eng muhim yo'nalishlari:

- progressiv membran, lazer, plazma texnologiyalari: o'ta yuqori bosim va impulslil nagruzkalardan foydalanish texnologiyalarni keng miqyoda o'zlashtirish va hokazo;

- ishlab chiqarishni avtomatlashtirish – rabototexnikani, rotor va rotor-konvyer lmiyalarni, yuqori mehnat unumdorligini ta'minlovchi avtomatlashtirilgan enchilik ishlab chiqarishni tez o'sishi;

- yangi ko‘rinishli metal mahsulotlari, plastmassalarni, kompozitlarni, metal kukunlarini, sapol va boshqa progressiv konstruktiv materiallarini yaratish va foydalanish;

Ilmiy-texnikaga mansub tadbirlar bozor iqtisodiyotiga o‘tish sharoitida, ayniqsa uning boshlang‘ich davrida juda muhimdir.

Korxonalar jamoasi uning rahbariyati mehnatni moddiy rag‘batlantirishga asosiy e‘tiborni qaratadilar. Soliqlarni to‘plab bo‘lgandan so‘ng, foydani ko‘p qismini iste‘mol fondiga yo‘naltiriladi.

Bozor munosabati rivojlangan sari korxonalar ishlab chiqarishning kelajak rivojiga salmog‘h e‘tibor ajrata boshlaydilar va yangi texnikaga, ishlab chiqarishni yangilashga, yangi mahsulotni o‘zlashtirish va chiqarishga zarur vositalarni yo‘naltiradilar.

Iqtisodiy tejash-ishlab chiqarishni intensivlashtirish va samaradorligini ko‘tarishning muhim omillaridan biridir, resurslarni avaylash yoqilg‘iga, energiyaga, xomashyo va materiallarga o‘sayotgan ehtiyojni qondirishning hal qiluvchi manbaiga aylanishi kerak. Bu masalalarni yechishda sanoat asosiy rol o‘ynaydi.

Milliy xo‘jalikning foydalanish yuqori samarasini ta‘minlovchi mashinalar konstruktiv va boshqa materiallar, xomashyo va yoqilg‘i-energetik resurslar bilan jihozlash, yuqori samarali, kam chiqindili va chiqindisiz texnologik jarayonlarni ishlatish ko‘zda tutiladi.

Ishlab chiqarishni intensivlashtirish, uning samaradorligini ko‘tarish omillaridan biri-iqtisodiyot tuzilmasini takomillashtirishdir. Ilmiy-texnik yuksalish va ijtimoiy masalalarni muvaffaqiyatli hal etuvchi tarmoqlarni yuqori sur‘atda rivojlantirish zarur, tarmoqlarda ishlab chiqarish vositalarini va iste‘mol buyumlarini ishlab chiqarish orasidagi mutanosibhkn yaxshilanishiga erishish kerak.

Investitsion siyosat kapital qo‘yilmaning samaradorligini ko‘tarishni ta‘minlashga xizmat qilishi lozim. Vositalarni ijtimoiy ehtiyojlarni, ilmiy-texnik yuksalishni ta‘minlovchi tarmoqlar foydasiga qayta taqsimlash kutiladi.

Mablag‘ning ko‘p qismi yangi qurilishga qayta ishlash harakatdagi korxonalarni tekin qayta jihozlash va rekonstruksiyalashga yo‘naltirilishi kerak.

Milliy xo‘jalikning hamma sohalarida ilmiy-texnik yuksalish asosi bo‘lgan mashina qurilish jadal rivojlanishi kerak. Avvalo, ilmiy texnik yuksalishning (ITYu) katalizatori bo‘lgan mashinasozlik stanok qurilishi, elektrosanoat, mikroelektronika hisoblash texnikasi, uskuna qurilish, informatika industriyasi birinchi navbatda rivojlanishi kerak.

Ishlab chiqarish samaradorligini oshirishda tashkiliy-iqtisodiy omillar, boshqaruv bilan birgalikda, muhim o‘rinni egalaydi. Jamoa ishlab chiqarishi ko‘lamining oshishi va xo‘jalik aloqalarining murakkablashishi sari ularning roli alohida o‘sadi. Hammadan avval bu ishlab chiqarishni tashkil etishning oqilona shakllari-to‘planuvi, ixtisoslash, kooperatsiyalash va kombinatsiyalashning rivojlanishi va takomillashidir.

Ishlab chiqarishning samaradorlik darajasiga sezilarli ta‘sir etuvchi ijtimoiy infratuzulmani rivojlantirish va takomillashtirish talab etiladi. Boshqaruvda-bu boshqaruvning o‘zimi shakllari va usullarini takomillashtirishdir. Rejalashtirishda–rejalarning muvozanatlashtirilganligi va realligi, reja ko‘rsatkichlar tizimining qulay, to‘g‘ri joylashganligi, ya‘ni milliy xo‘jalikning boshlang‘ich bo‘g‘inlariga (korxonalar, birlashmalar, tashkilotlar) to‘sqinlik qilmaydigan, aksincha ular faoliyatiga keng imkoniyat beradigan tizimlarni barpo etish lozim.

Samarali xo‘jalik yuritish vazifalarini yechishda, resurs saqlash texnika va texnologiyasini yaratish va qo‘llashda katta rol ilmga beriladi. Unga dolzarb muammolar bo‘yicha ulkan va amaliy tadqiqotlarni olib borishni faollashtirish vazifasi berilgin.

Iqtisodiyotni intensivlashtirishda, resurslarga nisbiy xarajatlarini pasaytirishda mahsulot sifatini oshirish alohida o‘rinni egalaydi.

Bular hammasi evaziga aholi farovonligini oshirish uchun jamiyat boyligini ko‘paytirish, butun ishlab chiqarishini samaradorligini ko‘tarish, mehnat unumdorligini rag‘batlantirishning ta‘sirchan vositasi bo‘lishi madaniyatli, sozlanuvchi bozor xo‘jaligi shakllanadi.

Asosiy tayanch tushunchalar

Iqtisodiy samaradorlik, xarajatlarning umumiy samaradorligi, xarajatlarning iqtisodiy samaradorligi, ishlab chiqarish samaradorli, ishlab chiqarishni intensivlashtirish, iqtisodiyotni intensivlashtirish, ijtimoiy ishlab chiqarish, rejaviy samaradorlik ko‘rsatkichi.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Jamoat ishlab chiqarishning iqtisodiy samaradorligi mohiyati nimadan iborat, uni umumlashtiruvchi mezonlarga nimalar xizmat qiladi?

2. O'zbekistonda iqtisodiyotni liberallashtirish va islohotlarni chiqarishda asosiy vazifalar nimalardan iborat?

3. Jamoat ishlab chiqarish iqtisodiy samaradorligining muhim ko'rsatkichlari mazmunini ochib bering.

4. Xarajatlarning umumiy va solishtirma iqtisodiy samaradorligi qanday hisoblanadi?

5. Ishlab chiqarish iqtisodiy samaradorligini oshirishdagi asosiy omillar va yo'nalishlarning mazmunini ochib bering va sanab o'ting.

XV bob. KORXONALARNING STRATEGIK RIVOJLANISHIDA INVESTITSION SIYOSAT VA INVESTITSIYA MUHITI

Mazkur bob korxonalarining strategik rivojlanishida investitsion siyosat va investitsion muhit masalalarini o'rganishga bag'ishlangan. Ushbu bobda investitsiyalarning mazmuni, turlari va jalb qilishning nazariy asoslari, korxonalariga investitsiyalarni jalb qilishning obyektiv zarurligi va boshqarish usullari, korxonalariga xorijiy investitsiyalarni jalb qilishning yo'llari, korxonalariga xorijiy investitsiyalarni jalb etish va ularni boshqarish samaradorligi, korxonalariga xorijiy investitsiyalarni jalb qilish va boshqarishning zamonaviy usullari kabi masalalar yoritilgan.

15.1. Investitsiyalarning mazmuni, turlari va jalb qilishning nazariy asoslari

15.2. Korxonalariga investitsiyalarni jalb qilishning obyektiv zarurligi va boshqarish usullari

15.3. Korxonalariga xorijiy investitsiyalarni jalb qilishning yo'llari

15.4. Korxonalariga xorijiy investitsiyalarni jalb etish va ularni boshqarish samaradorligi

15.5. Korxonalariga xorijiy investitsiyalarni jalb qilish va boshqarishning zamonaviy usullari

15.1. Investitsiyalarning mazmuni, turlari va jalb qilishning nazariy asoslari

Iqtisodiyotni modernizatsiyalashning asosiy iqtisodiy tushunchalari sifatida investitsiyalar tushunchasining bugungi hayotimizga keng va tez kirib kelishining o'zi uning mohiyati va ahamiyati, zarurligini ko'rsatib, uni ochib berishga bo'lgan zaruriyatni keltirib chiqaradi. Bu tushuncha o'zi bilan birga investitsiya loyihalari tushunchasi, investitsiya loyihalarini amalga oshirish va moliyalashtirish, ularning texnik iqtisodiy

asoslanishi va ekspertizasi, loyihaviy tahlil, loyihalarning samaradorligini baholash va monitoringi kabi bir qator yangi ko'plab tushuncha va iqtisodiy bilimlarni kashf etishi ularning bugungi iqtisodiy hayotimizda naqadar muhimligini anglab olishimizga sabab bo'lmoqda.

Jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, qulay investitsiya iqlimi shakllanmasdan va xorijiy investitsiyalarni milliy iqtisodiyotga faol jalb etmasdan turib, bozor iqtisodiyotiga o'tayotgan mamlakatlar jahon iqtisodiy hamjamiyatiga muvaffaqiyatli integratsiyalasha olmaydi.

Iqtisodiy adabiyotlarda va amaliyotda "investitsiya" nisbatan aniq va keng qo'llanilayotgan atama hisoblansa-da, ikkinchi tomondan, uning ko'p qirraliligi va ziddiyatlilik nafaqat mamlakatimiz, balki xorijiy iqtisodiy adabiyotlarga ham xos.

"Investitsiya" atamasining mohiyatini aniqlashni iqtisodiy adabiyotlarda keng qo'llaniladigan ta'riflarni tahlil etishdan boshlash maqsadga muvofiq.

"Investitsiya" tushunchasi bir qator ma'nolarga ega bo'lib, bu qisqacha qo'yilma degan ma'noni bildiradi. Yoki buni foyda olish maqsadida aksiya, obligatsiya sotib olish, tovar ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan real aktivlarni sotib olish va ishlab chiqarish hamda intellektual va boshqa moddiy boyliklar uchun sarflanishi tushuniladi, ya'ni investitsiyalar har qanday vosita bo'lib, pulning qiymatini saqlaydi, uning qiymatini ko'paytiradi, va ijobiy daromad olishni ta'minlaydi. Demak, investitsiya so'zi kengroq ma'noni anglatib, bunga qo'shimcha ravishda o'zlashtirmoq degan ma'noni ham berar ekan"⁴³.

Investitsiya huquqi sohasida ilmiy izlanishlar olib borgan rus olimi A.G.Bogatirev ham yuqoridagi nuqtayi nazarga yaqin pozitsiyani egallaydi.⁴⁴ Aynan xarajatlarning ishlab chiqarishga xosligi va uzoq muddatlilik ko'p hollarda mualliflar tomonidan investitsiyalar va kapital qo'yilmalar o'rtasida tenglik ishorasini qo'yilishiga sabab bo'ladi.

Shuni ta'kidlash lozimki, Yevropacha uslub "investitsiya" atamasini qimmatli qog'ozlarga kiritilgan uzoq muddatli qo'yilmalarga nisbatan ham qo'llanilishiga yo'l qo'yadi. Ammo "faqat korporatsiyani boshqarish imkoniyatini o'zida aks ettirgan holatdagina bunday kapital qo'yish investitsiya bo'lishi mumkin".⁴⁵

Amerikancha uslub ham "investitsiya" va "kapital qo'yilmalar" atamaları o'rtasida tenglik ishorasini qo'yadi va uning iqtisodiy mazmunida ko'chmas mulkka qilingan qo'yilmalarga ustuvorlik beradi.

⁴³ Karimov N.G., Xojimatov R.X. "Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalashtirish". Darslik. - TDIU, 2011-452 b.

⁴⁴ Богатырев А.Г. и другие. Правила инвестирования М.: Российское Право, 2014.-376 стр

⁴⁵ Sharp U., Alexander G., Bailey Dj. Инвестиции: пер. с англ. - М.ИНФРА-М, 2007. -28 стр

Investitsiya atamasi to'g'risida so'z yuritganda MDH mamlakatlari iqtisodiy adabiyotlarida keng qo'llaniladigan bir qator ta'riflarni ko'rib chiqish maqsadga muvofiq. Masalan, rus iqtisodchi-olimi Kovalev V.V. - fikriga ko'ra, "investitsiyalar — xalq xo'jaligining turli tarmoqlaridagi korxonalariga uzoq muddatli kapital qo'yishdir (mamlakat ichida yoki xorijda)"⁴⁶. Ko'rinib turibdiki, ushbu ta'rifda investitsiyalarning maqsadi va sohalari o'z aksini topmagan. Shu bilan birga ushbu ta'rifda investitsiyalar uzoq muddatli kapital qo'yilmalarga tenglashtirilmogda.

Investitsiyalar — asosiy va aylanma kapitalni qayta tiklash va ko'paytirishga, ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirishga qilingan sarflarning pul shaklidagi ko'rinishidir. U pul mablag'lari, bank kreditlari, aksiya va boshqa qimmatli qog'ozlar ko'rinishida amalga oshiriladi.

Lukinov V.A. yuqoridagi ta'rifga nisbatan birmuncha to'laroq va aniqroq ta'rifni keltiradi: "investitsiyalar — foyda olish maqsadida mamlakat ichkarisida yoki xorijda xalq xo'jaligining turli tarmoqlariga davlat va xususiy kapitalning uzoq muddatli moliyaviy qo'yilmalaridir"⁴⁷.

Mazkur ta'rifda investitsiyalarning maqsadi ko'rsatilgan bo'lsa-da, uning ijtimoiy samarani ta'minlashdagi roli ko'rsatilmagan. Shuningdek, investitsiyalar faqat moliyaviy qo'yilmalar sifatida tavsiflangan, xolos. Vaholanki, mashinalar, texnologiyalar, litsenziyalar ham investitsiyalar bo'lishi mumkin.

Rossiyalik iqtisodchilar A.Yu. Andrianov, S.V. Valdaytsev ham investitsiyalarga shunga yaqin ta'rif keltiradilar: "Investitsiyalar — davlat kapitali va xususiy kapitalning foyda olish maqsadida mamlakat ichkarisida yoki xorijiy mamlakat iqtisodiyotiga uzoq muddatli moliyaviy qo'yilmalaridir"⁴⁸. Ko'rinib turibdiki, ushbu ta'rifda investitsiyalarning tarkibi keltirilmagan va bu yerda ham investitsiyalarni moliyaviy qo'yilmalar sifatida ta'riflash ustuvor o'ringa ega.

"Investitsiyalar foyda (daromad) olish yoki ijtimoiy yoxud iqtisodiy samaraga erishish maqsadida turli xil ishlab chiqarish, tijorat, ijtimoiy, ilmiy, madaniy va boshqa soha dasturlari va loyihalarini amalga oshirishga kiritiladigan pul, mulk va intellektual boyliklar majmuasidan iborat"⁴⁹, - deb ta'rif beradi investitsiyalar tablili sohasida ilmiy izlanishlar olib borgan rossiyalik iqtisodchi O.Sinitsin.

⁴⁶ Kovalev V.V. и др. Методы инвестиционных инвестиционных проектов. — М.: Финансы и статистика, 2017. — 144 стр.

⁴⁷ Луккинов В.А. и др. Проблемы стабилизации и развития инвестиционного сектора. — М.: 2016. 172 стр.

⁴⁸ Инвестиции: Учеб. / АА Андрианов С.В. Валдайцев, П.В. Воробьев и др. — 2-е изд., Перераб. я допинг М.: Т.К. Вельби, проспект Изд-во, 2008. — 58 стр.

⁴⁹ Синицын О. Инвестиционный анализ. Теория выборы // Инвестиции в России. № 1-2, 2015.

Mazkur ta'rif garchi keng qamrovli bo'lsa-da, investitsiyalarning mohiyatini to'liq va aniq ochib bera olmaydi. Bunda investitsiyalar turli xil dasturlarni va loyihalarni amalga oshirish uchun sarflanadigan pul, mulk va intellektual boyliklar majmuasidan iboratligi ta'kidlanadi.

Qimmatli qog'ozlarga qilinadigan uzoq muddatli qo'yilmalar, texnologiyalar sotib olish uchun sarflanadigan mablag'lar va boshqa muhim investitsiya turlari e'tibordan chetda qolgan.

Quyidagi ta'rifda investitsiyalar va kapital qo'yilmalar o'rtasiga tenglik ishorasi qo'yilgan: "Investitsiyalar (kapital qo'yilmalar)—xalq xo'jaligining barcha tarmoqlarida kengaytirilgan takror ishlab chiqarishni ta'minlashga yo'naltirilgan moddiy, mehnat va pul resurslari xarajatlari yig'indisidan iborat"⁵⁰.

Bizning fikrimizcha, O'zbekiston Respublikasining "Investitsiya faoliyati to'g'risida" gi qonunida keltirilgan ta'rif investitsiyalarning iqtisodiy-huquqiy tabiatini to'liq ochib beradi: "investitsiyalar - iqtisodiy va boshqa faoliyat obyektlariga kiritiladigan moddiy va (nomoddiy ne'matlar hamda ularga doir huquqlar; investitsiya faoliyati - investitsiya faoliyati subyektlarining investitsiyalarni amalga oshirish bilan bog'liq harakatlari majmui"⁵¹. Ushbu ta'rif investitsiyalarning ham real ham moliyaviy turlari mazmunini qamrab oladi. Investitsiyalar quyidagi ko'rinishlarda bo'lishi mumkin.

Mablag'larni kiritish obyektiga ko'ra investitsiyalarni ikki turga ajratish mumkin: moliyaviy investitsiyalar va real investitsiyalar.

Moliyaviy investitsiyalar-mablag'larni moliyaviy aktivlarga kiritishdir. Moliyaviy investitsiyalar aksiyalar, obligatsiyalar va boshqa qimmatli qog'ozlar shaklida qatnashishi mumkin.

Uzoq muddatli moliyaviy qo'yilmalar shaklidagi investitsiyalar deganda davlat qimmatli qog'ozlariga (obligatsiyalar va boshqa qarz majburiyatlari), boshqa korxonalarining qimmatli qog'ozlari va Nizom kapitaliga kiritilgan mablag'lar, shuningdek, mamlakat ichkarisida va xorijda korxonalariga taqdim etilgan qarz mablag'lari tushuniladi.

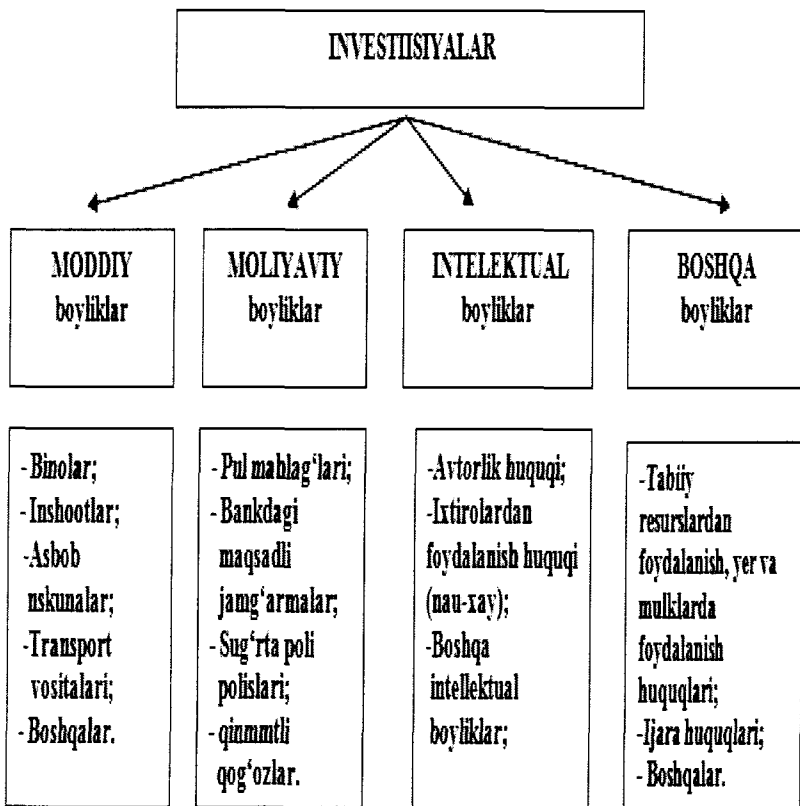
Real investitsiyalar deganda barcha turdagi (ishlab chiqarish va noishlab chiqarish) nomoliyaviy aktivlarni sotib olish maqsadida kiritilgan mablag'lar tushuniladi.

Investitsiyalarning real va moliyaviy turlarga ajratilishi ularni tasniflashtirishdagi asosiy belgilardan hisoblanadi. Investitsiyalash jarayoniga ishtirok etish xarakteriga ko'ra investitsiyalar bevosita va bilvosita

⁵⁰ Шапиро В.Д. и др. Модернизация проектов. - СПб.: "Два Три", 2006. - 17 с.

⁵¹ O'zbekiston Respublikasi Qonuni "Investitsiya faoliyati to'g'risida"gi. 2016 y. 24 dekabr, 2-modda.

investitsiyalarga bo‘linadi.



*15.1-rasm. Investitsiyalar tasniflanishi.*⁵²

Bevosita investitsiyalarda investor investitsiyalash obyektini tanlash va mablag‘lar kiritishga bevosita ishtirok etadi. Bevosita investitsiyalarni odatda investitsiya objekti to‘g‘risida aniq ma‘lunotga ega, investitsiyalash mexanizmi bilan yaqindan tanish, shuningdek bu sohada katta tajribaga ega bo‘lgan maxsus tayyorgarlikka ega investorlar amalga oshiradilar.

Bilvosita investitsiyalar investitsion yoki boshqa moliyaviy vositachilar orqali amalga oshiriladi. Investitsiyalash muddatiga ko‘ra investit-

⁵² "Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalaashtirish" fanidan ma'ruza matni, 2009-yil 36-bet.

siyalar qisqa muddatli va uzoq muddatli investitsiyalarga bo‘linadi.

Qisqa muddatli investitsiyalar bir yildan ortiq bo‘lmagan muddatga kapital kiritishdir. Masalan, qisqa muddatli depozit qo‘yilmalari, qisqa muddatli jamg‘arma sertifikatlarini sotib olish va h.k.

Uzoq muddatli investitsiyalar ishlab chiqarish uchun mo‘ljallanmagan uzoq muddatli foydalanish ko‘zda tutilgan aktivlarni barpo etish, ularni kengaytirish va sotib olishga sarflangan kapital mablag‘lardir.

Mulk shakliga ko‘ra investitsiyalar quyidagi turlarga bo‘linadi: xususiy, davlat, xorijiy va qo‘shma investitsiyalar.

Xususiy investitsiyalar fuqarolar hamda mulkchilikning nodavlat xo‘jalik yuritish subyektlari tomonidan mablag‘lar kiritishdir.

Davlat investitsiyalari - markaziy, mintaqaviy hamda mahalliy hukumat va boshqaruv organlari tomonidan budjet, budjetdan tashqari fondlar hamda qarz mablag‘lari hisobiga, shuningdek, davlat korxonalari tomonidan ularning o‘z va qarz mablag‘lari hisobiga amalga oshiradigan qo‘yilmalaridir.

Bevosita xorijiy investitsiyalar xalqaro investitsiya faoliyatining muhim toifasi bo‘lib, bir mamlakat xo‘jalik yuritish birligining boshqa mamlakatdagi korxonaga barqaror ta’sir o‘tkazishga intilishini o‘zida aks ettiradi. Barqaror ta’sir o‘tkazish deganda bevosita investor va ko‘rsatilgan korxonaga o‘rtasida uzoq muddatli munosabatlar o‘rnatish, shuningdek, ushbu korxonani boshqarishda investorning sezilarli roli tushuniladi.

Bevosita xorijiy investitsiyalar Nizom kapitaliga badal, kreditlar va boshqa shakllarda amalga oshirilishi mumkin. Bevosita investitsiyalash korxonasi korporativ va nokorporativ birlik sifatida aniqlanadi. Unda investorga kamida 10 foiz oddiy aksiya yoki aksionerlar ovozi (korporativ korxonalar uchun) yoki shunday ishtirokning ekvivalenti (nokorporativ korxonalar uchun) tegishli bo‘ladi.

Shunday qilib, bevosita investitsiyalash korxonasiga investor-rezident 50 foizdan ko‘proq aksiya yoki ovozga ega bo‘lgan sho‘ba korxonaga yoki kompaniyaga, bevosita xorijiy investor ulushi 50 foiz va undan kam bo‘lgan asotsiatsiyalashgan korxonaga, to‘liq yoki qisman investor tasarrufida bo‘lgan va bevosita investorga tegishli bo‘lgan nokorporativ korxonaga kiradi.

Bevosita va portfel investitsiyalarni bir-biridan ajratish uchun amaliyotda quyidagi mezonlardan foydalaniladi: agar investor 10 va undan ortiq foiz oddiy aksiyalarga ega bo‘lsa, bunday investitsiyalar bevosita investitsiyalar hisoblanadi.

Boshqa xorijiy investitsiyalarga bevosita va portfel investitsiyalar jumlasiga kirmaydigan investitsiya turlari kiradi. Masalan, savdo kreditlari, shuningdek, xalqaro moliyaviy tashkilotlardan olinadigan kreditlar, bank qo'yilmalari va boshqalar.

Mintaqaviy belgisiga ko'ra investitsiyalar mamlakat ichkarisidagi va xorijdagi investitsiyalarga bo'lnadi.

“Mamlakat ichkarisidagi (ichki) investitsiyalar deganda mamlakat hududida joylashgan obyektlarga investitsiya mablag'larining kiritilishi tushunilsa, xorijdagi investitsiyalar (tashqi) mamlakat hududidan tashqarisida joylashgan obyektlarga investitsiyalarni joylashtirish tushuniladi”⁵³.

Yuqorida keltirilgan tasniflashtirish investitsiyalarning eng muhim belgilarini o'zida aks ettirib, zaruriyat tug'ilganda yanada aniqlashtirilishi va ilmiy, tadqiqot, tadbirkorlik maqsadlaridan kelib chiqqan holda yanada kengaytirilishi mumkin.

Investitsiyalar darajasi yalpi ichki mahsulot hajmiga sezilarli darajada ta'sir ko'rsatadi, milliy iqtisodiyotdagi ko'plab mutanosibliklar uning o'sish sur'atlariga bog'liq. Investitsiyalar mamlakat miqyosida kengaytirilgan takror ishlab chiqarishni ta'minlashni yaxshilaydi.

Investitsiya jarayoni va iqtisodiy o'sish o'rtasidagi o'zaro bog'liklikni tahlil qilishda investitsiya multiplikatori muhim ahamiyatga ega. Uni umumiy daromadlarning o'sishi va qo'shimcha kapital qo'yilmalar o'rtasidagi nisbat sifatida ifodalash mumkin.

Investitsiya multiplikatori investitsiyalarning daromadlarning o'sishiga ta'sirini ifodalaydi. Ushbu uslub dastlab R.F. Kan tomonidan mablag'lardan foydalanish multiplikatori⁵⁴ sifatida taklif qilingan bo'lib, bu g'oya ushbu olim tomonidan amalga oshirilgan kuzatishga asoslangan. Ushbu kuzatish natijalariga ko'ra, mablag'lardan birlamchi qo'shimcha foydalanishning muayyan hajmi taqsimlangan daromadlar va ular bilan bog'liq xarajatlarning asta-sekinlik bilan o'sishi natijasida ulardan foydalanishning ikkilamchi shakllarini keltirib chiqaradi. Mazkur g'oya keyinchalik Keyns tomonidan bir tizimga keltirilib, Jadallashuv tanoyili multiplikator tushunchasi bilan birgalikda iqtisodiy sikllarni atroflicha tahlil qilishga, kapital qo'yilmalarning iqtisodiyotning notekis harakatidagi rolini ochib berishga yordam beradi. Bunda multiplikator

⁵³ Imomov N.N. Investitsiyalarni tashkilotlash va moliyalashtirish. (O'quv qo'llanma) —T-TDIU, 2011,44-6.

⁵⁴ Caines J.M. Обзор теории занятости, процесса и денег. Избранное... М.: Эксмо 2007, д. 173стр.

investitsiya jarayonlarining faoliyat sxemasini yoritib bersa, jadallashuv tamoyili uning asosiy shart-sharoitlarini aniqlab beradi.

Ushbu nazariy qarashlarning O‘zbekistonning investitsiya sohasidagi hozirgi holatini tavsiflashdagi dolzarb jihatlarini alohida ta’kidlash lozim. Haqiqatdan ham, iqtisodiy islohotlarning dastlabki davrida O‘zbekistondagi investitsiya taqchilligining muhim sabablaridan biri bir tomondan, davlat investitsiyalari hajmining qisqarishi bilan bog‘liq bo‘lsa, ikkinchi tomondan, xususiy investitsiyalar oqimi uchun zaruriy shart-sharoitlarni ta’minlashga salbiy ta’sir ko‘rsatgan pirovard mahsulotga bo‘lgan ichki talabning keskin qisqarishi bilan bog‘liq.

Shunday qilib, asosiy makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqliklar tizimida investitsiya jarayonlari asosiy o‘rinni egallaydi. Bu esa, o‘z navbatida, davlatning kengaytirilgan takror ishlab chiqarishni amalga oshirishni tartibga solish sohasidagi asosiy faoliyat yo‘nalishlarini belgilab beradi.

15.2. Korxonalariga investitsiyalarni jalb qilishning obyektiv zarurligi va boshqarish usullari

Hozirgi davrda “investitsiyalar” tushunchasi, aksariyat hollarda keng ma’noda ishlatilmoqda. Iqtisodiy fanlarning turli tarmoqlarida, amaliy faoliyatning turli yo‘nalishlarida investitsiyalashning maqsadlari, sohalar xususiyatlari, safarbar etilish obyektlari, harakat yo‘nalishlaridan kelib chiqib va ahamiyatiga qarab “investitsiyalar” tushunchasi o‘ziga xos ma’noda ishlatiladi. Moliyaviy nuqtayi nazardan ularning mazmuni va mohiyatini aniq belgilash muhim vazifa hisoblanadi. Faqat kapitalni yo‘qotish riski mavjud bo‘lgan pul shaklidagi investitsiyalar yangi aktivlarni vujudga keltiradi.

Investitsiyalarning mulkiy shaklidagi moddiy va nomoddiy ne’matlar va ularga bo‘lgan huquqlarni iqtisodiy va boshqa faoliyatlarga jalb etish esa, ishlab chiqarish va noishlab chiqarish sohalarida, investitsiyalar evaziga barpo etilgan aktivlarni ishlatishdan dalolat beradi. Moliya nazariyasiga ko‘ra, investitsiyalar bo‘ljak natijalarni qo‘lga kiritish maqsadida, mohiyatan hozirgi xarajatlarni bildiradi. Investitsiyalar noaniqlik ehtimoli bo‘lgan va kelgusida kutilayotgan qiymatga kapitalning aniq bugungi qiymatini almashtirishdan iboratdir. Buning dalili sifatida investitsiyalarning safarbar etilishida ularning ongli ravishda aniq va noaniq bo‘lgan risklar bilan bog‘lanishini keltirish mumkin.

Ko'pgina hollarda "investitsiyalar" tushunchasi iqtisodiy va boshqa faoliyat obyektlarini kiritiladigan moddiy va nomoddiy ne'matlar hamda ularga doir huquqlar tarzida ta'riflanadi. "Chet el investitsiyalari" tushunchasiga ta'rif berishda ham xuddi shu ma'no nazarda tutiladi, lekin bu o'rinda ularning qonuniy huquqliligi va maqsadiga ko'proq urg'u beriladi.

O'zbekiston Respublikasining "Chet el investitsiyalari to'g'risida"gi qonunida O'zbekiston Respublikasi hududida chet ellik investorlar tomonidan qonun hujjatlariga zid bo'lmagan tadbirkorlik va boshqa faoliyat turlari obyektlariga aksariyat foyda (daromad) olish maqsadlarida kiritiladigan moddiy va nomoddiy ne'matlar hamda ularga doir huquqlarning jami turlari, shu jumladan, intellektual mulkka bo'lgan huquqlar, shuningdek chet el investitsiyalaridan olinadigan har qanday daromad chet el investitsiyalari sanaladi.

Bu o'rinda shuni ta'kidlash joizki, investitsiyalarning harakatidan kelib chiqib zamon va makonning almashtirilishi va o'z iqtisodiyotga kirib borishi namoyon bo'ladi. Investitsiyalarning turli shakllarda o'zga iqtisodiyotlarga kirib borishi yangidan investitsiya faoliyatini yo'lga qo'yishda, ularning turi va shakllaridan qat'iy nazar, yangidan safarbar etilishini va bog'lanishini bildiradi.

Odatda makroiqtisodiy darajada investitsiyalar deyilganda ishlab chiqarish vositalarini takror ishlab chiqarishga, yangi uy-joy binolarini, tovar zaxiralarini ko'paytirish va shu kabilarga yo'naltirilgan xarajatlarning bir qismi tushuniladi.

Umuman olganda, iqtisodiyotda investitsiyalar kapitalning jamg'arilish jarayonidir. Moliya nazariyasida investitsiyalar real yoki moliyaviy aktivlarni olishdan dalolat beradi va kelajakda kutilgan daromadlarga erishish maqsadlarida qilingan hozirgi xarajatlardan iboratdir. Boshqacha aytganda investitsiyalar hozirgi muayyan kapital qiymatini kutiladigan, kelajakdagi noaniq qiymatga almashishni bildiradi.

Shunday qilib, zamonaviy moliya nazariyasida investitsiyalar bugungi muayyan qiymatni kelajakdagi ehtimoli bo'lgan noaniq qiymatga almashtirishni anglatadi.⁵⁵ So'nggi ta'rifda investitsiyalarning mazmuni va mohiyatining asosiy mezonlari tarzida kelgusi manfaatlar hamda investitsiyalar bilan bog'liq risklar ta'kidlab ko'rsatilgan. Masalan, P. Masse investitsiyalash bugungi ehtiyojlarni qondirishni investitsiya ne'matlari yordamida kelajakda kutiladigan qondirishga

⁵⁵Мертенс А.В. Инвестиции: Курс лекций по советским финансам - Киев, Киевское инвестиционное инвестирование, СТАР, 2016., 452 стр.

almashtirish harakatidan iborat deb hisoblaydi⁵⁶.

Bu esa investitsiyalar faqat ishlab chiqarishni ko'paytirish, qoplash, kengaytirish, yangilash va texnika bilan qayta qurollantirishga yoki asosiy kapitalga yo'naltiriladi degan fikrlarni bildirmoqda. Chindan ham, harakatlar yo'nalishlari nuqtayi nazardan almashtirish, kengaytirish, qurollantirish, fondlar tarkibini yangilash va boshqalarni ko'rish mumkin. Shu ma'noda, bu fikrning tasdig'iga dalil sifatida investitsiyalarning sof va eskirishni qoplash investitsiyalariga tasniflanishi, ularning jamlanib yalpi investitsiyalarni hosil qilishini keltirish mumkin.

Bular bilan bir qatorda, investitsiyalar boshqa aktivlarni, xususan, nomoddiy, aylanma aktivlarni shakllantirishga yo'naltirishini ham nazardan soqit qilmaslik kerak. Shu munosabat bilan ularni safarbar etish va bog'lash obyektlariga mol-mulk, moliyaviy vositalar, nomoddiy va intellektual boyliklar kiritilgan.

Investitsiyalash subyektlari nuqtayi nazaridan investitsiyalarni xususiy, korporativ va davlat investitsiyalariga ajratish mumkin. Investitsiyalarni mazmun va mohiyatini aniqlovchi asosiy mezon sifatida, ularning makon va zamonda harakatda bo'lishidan kelib chiqib, kelgusidagi manfaatlar va ularga erishish bilan bog'liq bo'lgan risklar tashkil etadi.

Investitsiyaning mohiyatini yanada to'laroq ochib berish uchun O'zbekiston Respublikasining amaldagi qonuniga muvofiq ularning tasnifini, shuningdek, bu masala bo'yicha iqtisodiy adabiyotlarda mavjud bo'lgan qarashlar va nuqtayi nazarlarni ko'rib chiqish maqsadga muvofiqdir.

Respublikamizning bir guruh iqtisodchi-olimlari tomonidan "investitsiya"ga berilgan ta'riflari o'zgacha ma'noda bo'lib, ularning fikricha, "Investitsiya deganda daromad olish maqsadida yuridik va jismoniy shaxslarning barcha turdagi mulkiy, moliyaviy intellektual boyliklarni iqtisodiyotni turli tarmoqlariga uzoq muddatlarga yo'naltirish va shu bilan ishlab chiqarishni kengaytirish hamda aholi talablarini qondirish tushuniladi"- deb ta'riflashgan⁵⁷.

Professor D.G'. G'ozibekovning fikricha – "investitsiyalar aniq va noaniq, lekin ehtimoli bor risklar ostida kapitalni muayyan jarayonlarga, muayyan vaqtga bog'lash bo'lib, uning hozirgi qiymatini saqlash, kapitallashtirish va jamg'arish maqsadiga qaratilgan"⁵⁸.

⁵⁶ Золотогоров В.Г. Инвестиционный прогноз. Учеб.пособие. -Мн.: ИП Эко-Перспектива, 2015., 324 стр.

⁵⁷ Рафиков О.Д. Инвестиции. Учебник, Изд. КНО-РУСЬ, 2014, 142 стр.

⁵⁸ G'ozibekov D.G'. "Investitsiyalarni moliyalashtirish muammolari" mavzusidagi iqtisod fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya avtoreferati. T., 2002, 16 b.

Investitsiyalar uchun zaruriy moliyaviy manbalarni topish iqtisodiy o‘shish shartiga aylangan. Bu esa birinchi nabvatda iste‘mol va jamg‘ar-ma nisbatiga bog‘liq. Ijtimoiy yo‘naltirilgan bozor iqtisodiyotiga o‘tish-da, o‘z modelini amalga oshirayotgan O‘zbekiston investitsiyalarni mo-liyalashtirishning samarali usullari, mexanizmlari va vositalarini izlashda davom etmoqda. Iqtisodiyotning barcha mulkchilik sektorlari doirasida investitsiya faoliyatining kuchayishi investitsiya loyihalarini baholash va tanlovni o‘tkazishni takomillashtirish, investitsiyalash uchun zarur bo‘lgan ishonchli moliyaviy manbalarni izlab topish bilan bog‘liq bir qator muammolarni hal qilish zaruriyatini ko‘ndalang qilib qo‘yadi. Mamlakat investitsiya faoliyatida ayniqsa xorijiy investitsiya ishtiroki kuchayishi bilan bu masalalar ahamiyati oshib boradi.

Bir davlatdan boshqa davlatga daromad olish uchun yo‘naltirilgan har qanday shakldagi mulkni to‘laqonli ravishda xorijiy investitsiya deyishimiz mumkin. Ammo shunday mulk shakllari bor ki, biz ularni xorijiy investitsiya deya olmaymiz. Masalan, elchixonada chet davlat mulki hisoblanadi, yoki xorijiy fuqaro shaxsiy uy sotib olsa bu xorijiy shaxs mulki hisoblanadi, lekin xorijiy investitsiya bo‘la olmaydi.

Xorijiy investitsiyalarning umumiy ta‘rifi F. Xeniusning 1947-yil AQSHda chop etilgan tashqi savdo lug‘atining 2-nashrida quyidagicha: “Xorijiy investitsiyalar – bu bir mamlakat hududidan ikkinchi mamlakat hududiga kiritilgan, eksport qilingan investitsiyalar”⁵⁹ tarif berilgan. Chet el investitsiyalari deyilganda chet mamlakatlarning milliy iqtisodiyotga moddiy, moliyaviy va nomoddiy ko‘rinishidagi muddatli qo‘yilmalarning barcha shakllari tushuniladi. Bu quyidagilardan iborat bo‘lishi mumkin: qo‘shma korxonalarni tashkil qilishda o‘z ulushi bilan qatnashish, xorijiy sarmoyadorlarga to‘la tegishli bo‘lgan korxonalarni barpo etish, xorijiy shaxslar tomonidan qimmatli qog‘ozlarni, shuning-dek, zayom va kreditlar olish.

Xorijiy investitsiyalar ichki investitsiyalardan farqli holda tashqi moliyalashtirish manbaiga kiradi. Xorijiy investitsiyalar qo‘shma korxonalar tashkil etish, xorijiy investorlarga to‘liq tegishli bo‘lgan korxonalarni yaratish, xususiy lashtirishda qatnashish, xorijiy sheriklar bilan bank tuzish, qimmatli qog‘ozlarni sotib olish, yer va boshqa tabiiy resurslardan foydalanish huquqiga ega bo‘lish, erkin iqtisodiy hududlarda faoliyat olib borishda juda katta va muhim ahamiyatga egadir.

⁵⁹ Dictionary of Foreign Trade. by F. Henus Sec/ Ed. N4., 1947, P. 387.

Hozirgi kunda umumiy qiymati 19 milliard dollardan ortiqroq bo‘lgan 80 dan ziyod loyihalarni investitsiyalash va moliyalash bo‘yicha aniq manbalar belgilanib, xorijiy sheriklar bilan shartnomalar imzolandi. Bu sheriklar orasida Osiyo Taraqqiyot banki (OTB), Jahon banki (JB), Islom Taraqqiyot banki (ITB) va boshqa xalqaro moliyaviy institutlari alohida o‘rin tutadi. Uzluksiz makroiqtisodiy barqarorlik, iqtisodiy o‘sishning yuksak sur‘atlarini ta‘minlash, tuzilmaviy o‘zgarishlarni izchil amalga oshirib borish, shuningdek, iqtisodiyotni hamda uning tayanch va ijtimoiy infratuzilmalarini bosqichma-bosqich modernizatsiyalashtirib borishni ta‘minlashga qaratilgan O‘zbekiston iqtisodiy strategiyasi xalqaro moliyaviy institutlar bilan hamkorlik ko‘lamining yanada jadal o‘sib borishiga zamin yaratadi.

Umuman olganda, jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida O‘zbekiston iqtisodiyotining muvaffaqiyatli va barqaror rivojlanishining asosida chuqur o‘ylangan, O‘zbekistonga xos xususiyatlar to‘la hisobga olingan iqtisodiy islohotlarning o‘ziga xos va o‘zimizga mos modeli mujassam.

Ushbu dasturning izchil amalga oshirib kelinishi mamlakatimiz iqtisodiyotini diversifikatsiyalashgan, jahon bozoriga raqobatbardosh, keng darajada xilma-xil tayyor mahsulotlar bilan chiqayotgan, uzluksiz yuqori sur‘atlardagi iqtisodiy yuksalishga moyil, jiddiy rasmiy omillar va benuqson kredit tarixiga ega bo‘lgan zamonaviy iqtisodiyotga aylanishini ta‘minlaydi.

Bu, o‘z navbatida, inqirozning nafaqat salbiy oqibatlarini yumshatishga, balki O‘zbekiston iqtisodiyotini yanada kuchli va bardoshli iqtisodiyotga aylantirishga qaratilgan inqirozga qarshi choralarning keng miqyosli kompleks dasturini ishlab chiqish hamda uni tezroq amalga oshirish imkonini berdi. Bunda esa eng hal qiluvchi vazifa — xorijiy investitsiyalar va uzoq muddatli investitsiyaviy kreditlarni jalb etish evaziga iqtisodiyotning ishlab chiqarish asosini tubdan modernizatsiyalash, uni texnik va texnologik jihatdan qayta jihozlashdan iborat.

Milliy iqtisodiyotni rivojlantirishda xorijiy investitsiyalarning ahamiyati benihoyat katta bo‘lib, u quyidagilar bilan izohlanadi:

Chet ellik investorlar Milliy iqtisodiyotni rivojlantirishda xorijiy investitsiyalarning ahamiyati benihoyat katta bo‘lib, u quyidagilar bilan izohlanadi:

- birinchidan, xorijiy investitsiyalar ishlab chiqarishga zamonaviy texnika va texnologiyalarni joriy etib, eksportga mo‘ljallangan mahsu-

lotlarni ishlab chiqarishni rivojlantiradi;

- ikkinchidan, import o'rnini bosuvchi tovar ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish va buning uchun xorijiy investitsiyalarni iqtisodiyotning ustuvor sohaslariga yo'naltirish va pirovardida aholining me'yordagi turmush darajasini ta'minlash imkonini yaratadi;

- uchinchidan, kichik biznesni rivojlantirish va qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishini jadallashtirish orqali o'sib borayotgan aholini ish joylari bilan ta'minlaydi;

- to'rtinchidan, korxonalarining eskirgan ishlab chiqarish quvvatlarini, moddiy-texnik bazasini yangilaydi va texnik qayta qurollantiradi.

15.3. Korxonalariga xorijiy investitsiyalarni jalb qilishning yo'llari

Bozor iqtisodiyotining asosiy iqtisodiy tushunchalaridan biri investitsiyalar tushunchasi bugungi hayotimizga keng va tez kirib kelishining o'zi uning mohiyati va ahamiyatini, zarrirligini ko'rsatadi. O'zbekiston va jahon iqtisodiyotining kelgusi taraqqiyoti, asosan, investitsiyalarga bog'liqligini bugungi kunda deyarli har bir mutaxassis va xo'jalik yurituvchi subyekt anglab yetganligini nazarda tutsak, hozirgi kunda respublikamiz iqtisodiyotiga investitsiyalarni, xususan, chet el investitsiyalarini kengroq jalb etish ularning mamlakatimizda o'tkazilayotgan iqtisodiy islohotlarning samarali ijrosini ta'minlashning muhim asosiga aylanganligi bilan bog'liqligini tushunib olish qiyin emas.

Iqtisodiyotning globallasuvi sharoitida va bozor munosabatlari talablaridan kelib chiqib, jahonda investitsiyalar uchun qat'iy raqobatli kurash izchil davom etmoqda. Tashqi iqtisodiy faoliyatni erkinlashtirish, respublika iqtisodiyotiga bevosita xorijiy investitsiyalarni jalb qilinishini ta'minlaydigan huquqiy, ijtimoiy-iqtisodiy va boshqa shart-sharoitlarni takomillashtirish, xorijiy investitsiyalarga nisbatan ochiq eshiklar siyosatini o'tkazish, mablag'larni mamlakatning iqtisodiy mustaqilligini ta'minlovchi ustuvor yo'nalishlarda hamda raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish bilan bog'liq yo'nalishlarda mujassam qilish respublikada o'tkazilayotgan investitsiya siyosatining asosiy tamoyillaridir.⁶⁰

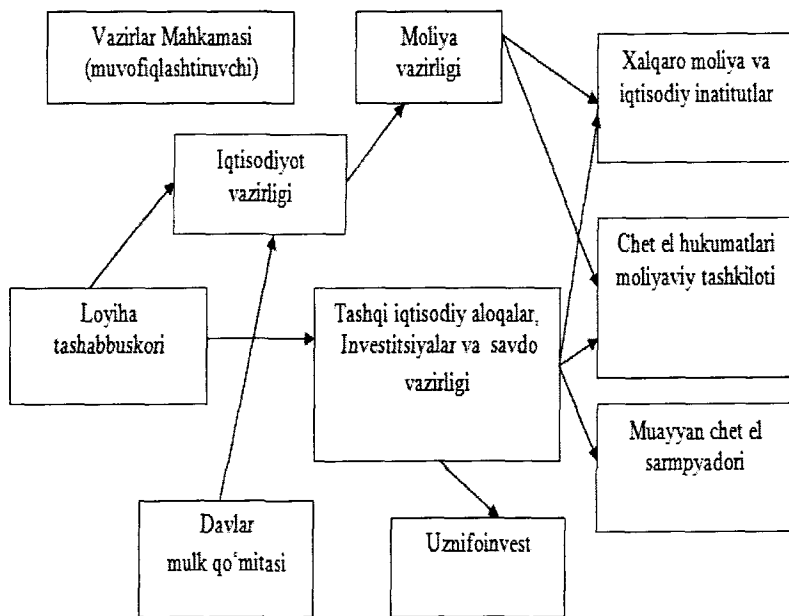
Respublikamizga xorijiy investitsiya va kreditlarni jalb qilish sxemasi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008-yil 24-iyuldagi

⁶⁰ Maxmudov N.M., Madjidov Sh.A. Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalashtirish. O'quv qo'llanma. - T.: TDIU, 2010. -86 b.

927-sonli Qaroriga- muvofiq amalga oshiriladi (2-rasm).

Keng miqyosdagi investitsiyalar, rivojlanish maqsadlarida xalqaro moliyaviy institutlar bilan oʻrnatilgan faol hamkorlik, xorijiy investorlar uchun imkoniyatlar izchil ravishda kengaytirilib borilishi kelgusi 2012-yilda Oʻzbekistondagi iqtisodiy oʻsishni kamida 8,3 foiz darajasida belgilash va unga erishish imkoniyatini beradi. Bunday maqsadlarning asosli ekanligi eng obroʻli xalqaro moliyaviy institutlar tomonidan bir necha bor tasdiqlangan.

Oʻzbekiston Respublikasi bozor iqtisodiyotini shakliantirish yoʻli-dan borib, muqarrar ravishda, qadam — baqadam jahon xoʻjaligi aloqalariga qoʻyilmoqda. Bu holat umumjahon jarayonlari va tamoyillari, shu jumladan bizning investitsiya siyosatimiz shakllanishiga taʼsir koʻrsatishini atroflicha hisobga olinishini talab qiladi.



15.2-rasm. Respublikaga xorijiy investitsiya va kreditlarni jalb qilish sxemasi⁶¹.

⁶¹ Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiyalar va savdo vazirligining rasmiy saytidan (www.mfer.uz) olingan maʼlumotlar asosida muallif tomonidan chizilgan.

Bu sharoitda har bir mamlakatda yuzaga keltirilgan investitsiya muhiti shu mamlakat investitsiya jozibadorligining eng muhim omili bo'lib qoladi, chunki ayni shu muhit investorlar yo'l qo'yadigan xatar qanchalik katta degan savolga javob beradi.

Investitsiyalarni jalb etish va moliyalashtirish hozirgi sharoitida muhim o'rin tutadi. Investitsiyalar ishlab chiqarishni rivojlantirish maqsadida mamlakatda yoki chet ellarda iqtisodiyotning turli tarmoqlariga uzoq muddatli kapital kiritish (qo'yilmalar) degan ma'nosini bildiradi.⁶²

Investitsiyalarni chuqur o'rganish uchun avvalo uni belgilari bo'yicha turkumlash lozim. Obyektlarga investitsiya mablag'larini yo'naltirish bo'yicha investitsiyalar real va moliyaviy investitsiyalarga bo'linadi:

- real investitsiyalar sanoat, qishloq xo'jaligi, qurilish va boshqalarga kapital (pul mablag'lari) qo'yish demakdir;

- moliyaviy investitsiyalar qimmatli qog'ozlar chiqarish va realizatsiyasi bilan bog'liq; ishlar uchun sarflanadigan mablag'lardan iboratdir.

Investitsiyalashda qatnashish xarakteriga ko'ra quyidagilarga bo'linadi:

- to'g'ridan to'g'ri investitsiyalar (asosan obyekt aniq bo'lgan, ma'lum maqsadni amalga oshirish real bo'lgan taqdirda yo'naltiriladigan mablag'lardir);

- egri investitsiyalar (bular vositachilar orqali obyektlarga sarflanadi va olingan daromad mijozlar o'rtasida taqsimlanadi). Investitsiyalar davriga qarab quyidagilarga bo'linadi:

- qisqa muddatli investitsiyalar (bir yilgacha bo'lgan qisqa muddatli omonat sertifikatlari va boshqa qimmatli qog'ozlar);

- uzoq muddatli investitsiyalar (bir yildan ortiq muddatlarga qo'yilgan kapital, pul mablag'lari).

Investorlarning mulk shakllariga ko'ra investitsiyalar quyidagilarga bo'linadi:

- xususiy investitsiyalar (shaxslar, fuqarolar, nodavlat korxonalari tomonidan qo'yiladi);

- davlat investitsiyalari (markaziy va mahalliy hukumat boshqarish organlari tomonidan qo'yiladigan investitsiyalar);

- xorijiy investitsiyalar (chet el fuqarolari, yuridik shaxslar va dav-

latlar tomonidan qo'yilgan investitsiyalar);

- xamkorlikdagi investitsiyalar (mazkur mamlakat va xorij mamlakatlari birgalikda qo'yadigan investitsiyalar).

Xududiy belgilar bo'yicha investitsiyalar quyidagilarga bo'linadi:

- mamlakat ichkarisida yoki xududlarga qo'yiladigan investitsiyalar;

- xorij mamlakatlari ishlab chiqarishiga investitsiyalar qo'yish (xorij investitsiyalari pul mablag'lari yoki aksiya shaklida ham bo'lishi mumkin).

Investitsiyalarni jalb etish va moliyalashtirishda investitsiyalarning turlari va investitsiya bozorining aktivlik darajasi uning elementlari o'rtasidagi nisbatga bog'liq bo'ladi. (talab, taklif, raqobat, baho). Ularni bozor konyunkturasini o'rganish orqali aniqlash mumkin.⁶³ Jahon tajribasida mamlakatlarning iqtisodiy holatini va ba'zi mamlakatlarni investitsiyalarni o'ziga jalb etish darajasini aniqlash jalb etish darajasini aniqlash indikatorlari ishlab chiqilgan. Xorijda investitsiyalarni o'ziga jalb etuvchi mamlakatlar reytingi ekspertlar tomonidan o'rganilayotgan mamlakatni yarim yillik daromadi, ichki va tashqi qarzlari, kredit resurslari, qisqa muddatli va uzoq muddatli investitsiyalash uchun ruxsatnomalar, investitsiyalashni iqtisodiy samaradorligi, siyosiy jihatdan risklar (tavakkallik) kabi omillarga asosan aniqlanadi.

Hozirgi sharoitda respublikada investitsiya bazasini rivojlantirish va chuqurlashtirish islohotlar strategiyasining muhim sharti bo'lib hisoblanadi. Iqtisodiyotni tarkibiy jihatdan qayta qurish, eksport imkoniyatini kengaytirish bo'yicha belgilangan vazifalarni bajarilishi davlat tomonidan investitsiya siyosatini olib borish shu jumladan investitsiyalarni jalb etish va iqtisodiyotni rivojlanishiga olib keladigan tarmoqlar faoliyatini moliyalashtirish bilan amalga oshadi.

Davlat xorijiy investitsiyalarni tartibga solishning quyidagi usullaridan foydalanadi:

1. Moliyaviy: jadallashtirilgan amortizatsiya; soliq; imtiyozlari; subsidiyalar, qarzlarni berish; kreditlarni sug'urtalash va kafolatlash;

2. Nomoliyaviy: yer uchastkalari ajratish; zaruriy infrastruktura bilan ta'minlash; texnik yordam ko'rsatish.

Mamlakat iqtisodiyotiga xorij sarmoyasini, avvalo, bevosita yo'naltirilgan sarmoyalarni keng jalb etish uchun qulay huquqiy shart sharoit, kafolat va iqtisodiy omillarni yanada kuchaytirish taqozo etilmoqda.

⁶² Щегорцов В.А., Таран В.А. Мировая экономика. Мировая финансовая система. Международная финансовая система управления. Учебник. (3-е издание) -М.: UNPTI-DANA, 2015.

⁶³ Nazarova G.G., Xaydarov N.X. Xalqaro iqtisodiy munosabatlar. O'quv qo'llanma. TDIU, 2013.

O'zbekiston Respublikasida chet el investitsiyalarini tartibga solish va jalb etish bilan shug'ullanadigan rasmiy muassasalar.⁶⁴

№	Rasmiy muassasa nomi	Muassasaning chet el investitsiyalarini tartibga solish va jalb etish bilan bog'liq faoliyat doirasi
	1	2
1.	Vazirlar Mahkamasining tashqi iqtisodiy faoliyatni muvofiqlashtirish departamenti	quyidagi joriy jarayonlarni muvofiqlashtiradi: - investitsiya faoliyatini, birinchi navbatda chet el investitsiyalari bilan amalga otriladigan loyihalarni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash bo'yicha zarur hukumat qarorlarini ishlab chiqish; -davlat boshqaruvi idoralari, vazirliklar va idoralar ishini tashkil etish.
2.	Iqtisodiyot vazirligi	Investitsiya siyosatini va dasturlarini ishlab chiqish
3.	Tashqi Iqtisodiy aloqalar, investitsiyalar va savdo vazirligi	-Mamlakat va xorij investorlarining investitsiya takliflari to'g'risida ma'lumotlar bankini shakllantirish; - investitsiya muhitini o'rganish; -xorijiy investorlarga axborot va boshqa xizmatlar ko'rsatish; - Investitsiya loyihalarini amalga oshirishda mamlakat va xorij investorlariga yordam ko'rsatish; -chet el kapitah ishtirokida amalga oshiriladigan investitsiya loyihalarining bajarilishini kuzatish (monitoring); -korxonalarni tashqi iqtisodiy faoliyat ishtirokchilari tarzida ro'yxatga olish va xorijiy kompaniyalar vakolatxonalarini akkreditatsiyalash
4.	Davlat mulkini boshqarish qo'mitasi	Davlatga tegishli mulkni xususiyashtirish va tasarruf etish jarayonlarida chet el investitsiyalarini tartibga solish.
5.	Moliya vazirligi	Qarz siyosati va hukumat kafolatlarini berish.
6.	Adliya vazirligi	Chet el investitsiyalari ishtirokidagi korxonalarni ro'yxatga olish.
7.	Tashqi ishlar vazirligi	Xorijiy investorlarga va O'zbekistonda ishlayotgan xorijiy fuqarolarga vizalar berish.
8.	Ichki ishlar vazirligi	Xorijiy investorlarni va O'zbekistonda ishlayotgan xorijiy fuqarolarni turar joyi bo'yicha ro'yxatga olish.
9.	Davlat soliq qo'mitasi	Chet el investitsiyalari ishtirokidagi korxonalarni soliqqa tortish va ularning bojxona bilan bog'liq faoliyatini tartibga solish.

⁶⁴ Bekmurodov A.S.N., Karrieva Ya.K., Ne'matov I.U., Nabiyeu D.H., Kattayev N.T. Xorijiy investitsiyalar. O'quv qo'llanma. - T.: Iqtisodiyot, 2016. - 282 b

	1	2
10.	O'R Markaziy banki	Konvertatsiya tartib-qoidalarini, shuningdek, uning o'tkazilishini, valuta mablag'laridan foydalanishni tartibga solish, qarz siyosati.
11.	Tashqi iqtisodiy faoliyat milliy banki	Tashqi iqtisodiy faoliyatga bank xizmati ko'rsatish va loyihani moliyalashni amalga oshirish.
12.	"O'zbekinvest" davlat sug'urta kompaniyasi	Chet el investitsiyalarini investitsiya tavakkalchiligidan va xavf-xatarlardan sug'urtalash.
13.	"O'zbekinvestloyix" mlliy injiniring kompaniyasi	Dastlabki texnik-iqtisodiy asosnomani va investitsiya loyihalari texnik-iqtisodiy asosnomalarini tayyorlash.
14.	Davlat mulki qo'mitasi huzuridagi qimmatli qog'ozlar bozori faoliyatini muvofiqlashtirish va nazorat qilish markazi	Qimmatli qog'ozlar bozorini shakllantirish, rivojlantirish, nazorat qilish va tartibga solishda davlat siyosatini amalga oshirish. Mamlakat va xorijiy emitentlarning qimmatli qog'ozlarini sotib olish orqali majmua investitsiyalarini amalga oshirish.

Xorijiy sarmoyaning iqtisodiyotimizdagi tarkibiy o'zgarishlarda, ishlab chiqarishni texnikaviy qayta jihozlash va modernizatsiya jarayonini jadallashtirishda faol ishtirok etishiga erishmog'imiz zarur. Salohiyatli xorijiy sheriklar bilan yana ham faol va izchil ish olib borish, ular bilan hamkorlikda zamonaviy, dunyo bozorida raqobatga bardosh bera oladigan mahsulotlar ishlab chiqarishga mo'ljallangan yangi-yangi qo'shma korxonalar tuzish lozim.

Bir davlatdan boshqa davlatga daromad olish uchun yo'naltirilgan har qanday shakldagi mulkni to'laqonli xorijiy investitsiya deyishimiz mumkin. Ammo shunday mulk shakllari borki, biz ularni xorijiy investitsiya deya olmaymiz. Masalan, elchixona chet davlat mulki hisoblanadi, yoki xorijiy fuqaro shaxsiy uy sotib olsa, bu xorijiy shaxs mulki hisoblanadi, lekin xorijiy investitsiya bo'la olmaydi.

Xorijiy investitsiyalar - bu chet el investorlari tomonidan yuqori darajada daromad olish, samaraga erishish maqsadida mutloq boshqa davlat iqtisodiyotining, tadbirkorlik va boshqa faoliyatlariga safarbar etadigan barcha mulkiy, moliyaviy, intellektual boyliklardir.

Xorijiy investitsiyalar ichki investitsiyalardan farqli holda tashqi moliyalashtirish manbaiga kiradi.

Xorijiy investitsiyalar qo'shma korxonalar tashkil etish, xorijiy investorlarga to'liq tegishli bo'lgan korxonalarni yaratish, xususiylash-

tirishda qatnashish, xorijiy sheriklar bilan bank tuzish, qimmatbaho qog'ozlarni sotib olishi, yer va boshqa tabiiy resurslardan foydalanish huquqiga ega bo'lishda, erkin iqtisodiy hududlarda faoliyat olib borishda juda katta va muhim ahamiyatga egadir.

Xorijiy investitsiyalarga asosan quyidagi turdagi omlar ta'sir ko'rsatadi.

1. Iqtisodiy omlar:

- ishlab chiqarishning rivojlanishi va iqtisodiy o'sish sur'atlarining bir maromda ushlab turilishi;

- jahon va alohida mamlakatlar iqtisodiyotidagi chuqur tarkibiy siljishlarning amalga oshirilishi (ayniqsa, fan-texnika taraqqiyoti yutuqlari va jahon xizmatlar bozori taraqqiyoti ta'siri ostida olib borilishi);

- ishlab chiqarishni xalqaro ixtisoslashuvi va kooperatsiyalashuvining chuqurlashuvi;

- jahon iqtisodiyotini transmilliy lashtirishini o'sib borishi (AIFL transmilliy korporatsiya (TMK)lari xorijiy filiallarining mahsulot ishlab chiqarish hajmi AIFL tovar eksportidan 4 marotaba ortiqdir);

- ishlab chiqarishning baynalmillashuvi va integratsiya jarayonlarining chuqurlashib borishi;

-xalqaro iqtisodiy munosabatlarning faol rivojlanishi va boshqalar.

2. Siyosiy omlar:

- kapital eksporta (import)ni erkinlashtirish (Erkin iqtisodiy hududlar (EIX), offshor hududlari va boshqalar);

- rivojlanayotgan mamlakatlarda industriylashtirish siyosatini olib borish;

- iqtisodiy islohotlarni olib borish (davlat korxonalarini xususiy-lashtirish, xususiy sektorni va kichik biznesni qo'llab-quvvatlash); - bandlik darajasini ushlab turish siyosatini olib borish va boshqalar. Investitsiyalar zamonaviy texnika va texnologiyalar bilan qurulanish, ilmiy-texnik, ishlab chiqarish va aqliy imkoniyatlarini tiklashning asosiy vositasidir. Aynan xorijiy investitsiyalar orqali milliy iqtisodiyot jonlanib, ishlab chiqarish zamonaviy, raqobardoshlar tovarlar ishlab chiqarishga ixtisoslashib boradi.

15.4. Iqtisodiyotga xorijiy investitsiyalarni jalb etish va ularni boshqarish samaradorligini oshirish jihatlari

O'zbekiston iqtisodiyotiga xorijiy investorlar sarmoyalarini jalb qilishga quyidagi shart-sharoitlar mavjuddir:

- chet ellik hankorlarni jalb etish uchun soliq va bojxona imtiyozlari;

- siyosiy barqarorlik;

- qulay geografik joylashuv;

- mamlakatning muhim transport koridorlari tushuvida joylashganligi;

- Markaziy Osiyoning markazida joylashganligi;

- mineral resurslar va qazilma boyliklarga boyligi;

- tasdiqlangan rezervlar 1,3 trln. AQSH dollariga teng;

- mamlakatning jami potensial mineral resurslari 3,5 trln. AQSH dollariga teng;

- inson resurslari;

- deyarli 100 foiz savodhlik darajasi;

- ishchi kuchining mavjudligi.

Hozirda O'zbekiston iqtisodiyotiga jalb etilayotgan chet el investitsiyalari ko'lamini mintaqalarda mavjud eksport imkoniyatlariga (tabiiy-iqtisodiy, mehnat va ishlab chiqarish salohiyatlari) nisbatan ancha past darajada bo'lmog'da. Mavjud holat sababini qo'shni Afg'onistonda davom etayotgan fuqarolar urushi kabi tashqi omillar bilan izohlash mumkin. Ma'lumki, xorijiy sarmoyadorlar nafaqat mamlakatdagi ichki siyosiy barqarorlikni, balki qo'shni davlatlardagi mavjud holatni ham alohida e'tiborga olishadi. Shu nuqtayi nazardan qaraganda 2005–2008-yillarda iqtisodiyotga xorijiy investitsiyalarni yo'naltirishda mavjud tashqi omillar sezilarli darajada salbiy ta'sir qildi. 2010–2011-yillar mobaynida ichki va tashqi sarmoya manbalarini jalb etish hisobiga iqtisodiy jihatdan yetarli rivojlanmagan mintaqalarda ishlab chiqarish va jilimoiy infratuzilmani rivojlantirishga erishiladi. Bu esa mavjud resurslar va ishlab chiqarish imkoniyatlaridan samarali foydalanishni ta'minlagani holda, mintaqalarga chet el investitsiyalarini yanada keng miqdarda o'zlashtirishga imkon beradi. Provvardda barcha mintaqalar o'z eksport imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda yuqori sifatli, raqobatbardosh hamda zamonaviy mahsulotlar bilan jahon bozoridan munosib o'rin ola boshlaydi.

Xorijiy investitsiyalarni jalb etishga hududiy jihatdan yondashuv Respublikaning har bir hududining rivojlanishini ta'minlashga imkon beradi. Agarda xorijiy investitsiya ishtirokidagi korxonalar-Qoraqalpog'iston Respublikasi, Jizzax, Qashqadaryo, Sirdaryo, Surxondaryo, Xorazm viloyatlarida hamda Navoiy va Farg'ona vodiysi viloyatlarining qishloq hududlarida bo'lsa, u holda quyidagi soliqlardan to'liq ozod etiladi:

- yagona soliq to'lovi;
- daromad (foyda solig'i);
- mulk solig'i;
- infratuzilmani rivojlantirish solig'i.

Hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida keskin farqlanishni oldini olish borasida ko'riyatgan choralarga qaramasdan, hududiy nomutanosibliklar kuzatilmoqda. Bu esa o'z navbatida eksport-import operatsiyalari hajmlarida katta farqlanishni yuzaga keltirmoqda. Andijon, Navoiy viloyatlari va Toshkent shahri eksport darajasi barqaror yuqori bo'lgan hududlarga kiradi. Mazkur Z ta xududda xorijiy investitsiyalar ishtirokida tashkil etilgan yirik mashinasozlik, metallurgiya va to'qimachilik tarmoqlari korxonalari joylashganligi sababli ularda respublikaning barcha eksportining 80 foizi shakllantiriladi.

Hozirgi kunda ana shunday nomutanosibliklar yuzaga kelmasligi uchun har bir viloyatning investitsiya kiritilishi lozim bo'lgan iqtisodiyot tarmoqlari aniqlangan.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov jahon moliyaviy-iqtisodiy inqiroziga bag'ishlangan asarida 2009–2014-yillarga mo'ljallangan mamlakat iqtisodiyotini modernizatsiyalash dasturini ishlab chiqish to'g'risidagi masalaga alohida e'tibor qaratdi.

Ushbu dasturda iqtisodiyotimizning asosiy tarmoqlarini modernizatsiya qilish va texnik yangilash, mamlakatimizning yangi marralarni egallashi uchun kuchli turki beradigan va jahon bozorida raqobatdoshligini ta'minlaydigan zamonaviy innovatsiya texnologiyalarini joriy qilish bo'yicha maqsadli loyihalar o'z ifodasini topgan.

Mazkur keng ko'lamlı dasturnı amalga oshirish uchun mamlakatimizda so'nggi yillarda jiddiy tayyorgarlik ko'rib kelinmoqda. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi bu jarayonni yanada jadallashtirishda turki berib, uni har tomonlama tezlashtirishni taqozo etmoqda.⁶⁵

Inqirozga qarshi choralar dasturini amalga oshirishda investitsiyalarni jalb etish, avvalo, ichki manbalarni safarbar etish hisobidan iqtisodiyotimizning muhim tarmoqlarini jadal modernizatsiya qilish, texnik va texnologiyalar, qayta jihozlash, transport kommunikatsiyalarini yanada rivojlantirish va ijtimoiy infratuzilma obyektlarini barpo etish hal qiluvchi ustuvor yo'nalishga aylandi.

“Investitsiya dasturi va texnik modernizatsiyalash bo'yicha tarmoq dasturlari doirasida 2009-yil mobaynida 690 ta investitsiya loyihasi

⁶⁵ Karimov I.A. Asosiy vazifamiz – taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir – T.: “O'zbekiston”. 2010- yil 43- b

Viloyatlarning yetakchi tarmoqlari va potensial investitsiya takliflari⁶⁶

Viloyatlar	Mavjud yetakchi va ilg'or tarmoqlar	Xorijiy investitsiya kiritilishi mo'ljallangan ustuvor tarmoqlar
Andijon	Qishloq xo'jaligi, avtomobil sanoati, mashinasozlik, to'qimachilik, turizm.	To'qimachilik, Ipakchilik, Kimyo
Buxoro	Neft va gaz, to'qimachilik, qurilish materiallari, turizm.	To'qimachilik, qurilish material.
Farg'ona	Qishloq xo'jaligi, neft-gaz, kimyo (neft kimyosi), to'qimachilik, mashinasozlik, oziq-ovqat, qurilish materiallari, turizm.	To'kimachilik, Ipakchilik, Oziq-ovqat
Jizzax	Qishloq xo'jaligi, kimyo, mashinasozlik	Qurilish material. Oziq-ovqat Kimyo, Energetika
Qoraqalpog'iston	Energetika, neft kimyosi, kimyo, kon-metallurgiya.	To'qimachilik
Xorazm	Qishloq xo'jaligi, yengil, oziq-ovqat, qurilish materiallari, mashinasozlik, turizm.	To'qimachilik, Gilamchilik
Namangan	Qishloq xo'jaligi, yengil, to'qimachilik, mashinasozlik.	To'qimachilik, Ipakchilik, Qurilish materialli, Oziq-ovqat.
Navoiy	Kon-metallurgiya, kimyo, qurilish materiallari, mashinasozlik, to'qimachilik	Kimyo, Qurilish mater, Energetika, To'qimachilik
Samarqand	Qishloq xo'jaligi, xalq iste'molli Tovarlar ishlab chiqarish, to'qimachilik, mashinasozlik, qurilish materiallari.	To'qimachilik, Oziq-ovqat, Kimyo
Sirdaryo	Qishloq xo'jaligi, oziq-ovqat, to'qimachilik, yengil sanoat, turizm	To'qimachilik, Mebel, Farmatsevtika, energetika
Surxondaryo	Qishloq xo'jaligi, neft va gaz, qurilish materiallari, yengil sanoat, oziq-ovqat.	To'qimachilik, Oziq-ovqat, Tog'-kon sanoati
Toshkent shaxri	To'qimachilik, yengil, kimyo, farmatsevtika, qurilish mater, turizm, oziq-ovqat, mashinasozlik	Elektrotexnika, Mashinasozlik, to'qimachilik, Qurilish, Kimyo, farmatsevtika
Toshkent viloyati	Yengil sanoat, rangli metallar, kurilish mater, kimyo, yoqilg'i-energetika	Oziq-ovqat, kimyo, Rangli metallurg, Tog'-kon, energetika, Farmatsevtika
Qashqadaryo	Qishloq xo'jaligi, to'qimachilik, neft-gaz, qurilish mater., mashinasozlik, yengil.	To'qimachilik, Oziq-ovqat, Tog'-kon sanoati

⁶⁶ www.uzinfoinvest.uz sayti ma'lumotlari asosida tayyorlangan.

amalga oshirildi. Ularning 303 tasi muvaffaqiyatli yakunlandi. Respublikamizda jami 22 ta yirik ishlab chiqarish obyekti, jumladan, neft-gaz, kimyo, metallurgiya sanoatida 8 ta, mashinasozlik sanoatida 9 ta va qurilish industriyasida 5 ta obyekt foydalanishga topshirildi⁶⁷.

15.3-jadval

2017-2021-yillarda ishlab chiqarishni modernizatsiyalash, texnik va texnologik yangilash bo'yicha eng muhim loyihalarni amalga oshirish chora-tadbirlari dasturi

Investitsiyalarning yo'nalishi	Loyihalarning umumiy qiymati	O'z mablag'lari	Tiklanish va taraqqiyot jamg'armasi	Tijoart banklari kreditlari
Yangi qurilish	15395	2795	468	12132
Modernizatsiya va tiklash	6419	2922	1051	2446
Boshqa yo'nalishlar	1160	101	-	1059
Jami	22974	5818	1519	1059
Ishlab chiqarish bosqichidagi yangi innovatsiya loyihalari				
Yangi qurilish	9580	2624	942	9014
Modernizatsiya va tiklash	2409	936	182	1292
Boshqa yo'nalishlar	256	-	-	256
Jami	12245	3560	1124	7561

Inqirozga qarshi choralar dasturini amalga oshirish sharoitida iqtisodiyotimizni modernizatsiya qilish, texnik va texnologik yangilash, uning raqobatdoshligini keskin oshirish, eksport salohiyatini yuksaltirishga qaratilgan muhim ustuvor loyihalarni amalga oshirish bo'yicha Dastur ishlab chiqildi. Ushbu dastur doirasida umumiy qiymati 42,5 mlrd. dollardan ziyod bo'lgan qariyb 327 ta investitsiya doiyhasi amalga oshi-

⁶⁷ Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi oqibatlarining oldini oshib va oshirilayotgan ishlar. Barqaror iqtisodiy rivojlanishning istiqboldagi ustuvor yo'nalishlari va 2010-yilgi mikroiqtsodiy ko'rsatkichlarga erishish omillari hamda dolzarb masalalarni //Qoraqalpog'iston Respublikasi Vazirlar kengashi, viloyatlar va Toshkent Sharq hokimliklari rahbarlarining mintaqaviy seminari

riladi. 2009 – 2014-yillarlar amalga oshirish ko‘zda tutilayotgan investitsion loyihalarning 73,5% i yangi qurilish, 23,1% i modernizatsiya va tiklashga, 3,4% i boshqa yo‘nalishlarga sarflanadi.

2017 – 2021-yillarda amalga oshirish ko‘zda tutilayotgan investitsion loyihalarning 50,6% neft va gaz tarmog‘i, 13,7% transport va infrazuzilma, 10,6% energetika sohasi, 7,3% kimyo sanoati, 4,4% i tog‘-kon va metallurgiya sanoati, 2,7% mashinasozlik sohasi, 2,3% i qurilish mollari ishlab chiqarish, 2,1% m yengil sanoat, 1,4% i “Navoiy” erkin industrial iqtisodiy zonasi va 4,9% boshqa tarmoqlar hissasiga to‘g‘ri keladi.

Ushbu holat iqtisodiyotga sarflanayotgan investitsiyalarning asosiy fondlarni zamonaviylashtirishga, tubdan yangilashga sarflash va samaradorligini oshirish imkonini beradi.

Demak, mamlakatimizda tarkibiy o‘zgarishlarni va iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish jarayonlarining davom ettirilishi barqaror va mutanosib iqtisodiy o‘shishni ta‘minlash, milliy iqtisodiyotimiz raqobatbardoshligini oshirish hamda jadal taraqqiyotga erishishning muhim omili hisoblanadi.

Xalqaro moliya institutlari bilan hamkorlikning muntazam ravishda kengaytirib borilishi, uzoq muddatli investitsiyaviy qarzlarning va to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalarning jalb etilishi O‘zbekistondagi Inqirozga qarshi choralar dasturida yetakchi o‘rin tutadi. Quyidagi raqamlar bu to‘g‘rida eng ishonchli ma‘lumotlarni beradi: 2017–2021-yillarda modernizatsiyalash, texnik va texnologik qayta jihozlashga qaratilgan muhim loyihalarni amalga oshirish bo‘yicha ishlab chiqilib, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori bilan 2017–yilning 12-dekabrida tasdiqlangan dastur doirasidagi investitsiyaviy loyihalarni amalga oshirish uchun xalqaro moliyaviy tashkilotlar, ikki tomonlama shartnomalar va yetakchi xorijiy kompaniyalarning umumiy miqdori 22 milliard dollardan ziyod kreditlari va investitsiyalarni jalb yetish ko‘zda tutilgan edi. Hozirgi kunda umumiy qiymati 19 milliard dollardan ortiqroq bo‘lgan 80 dan ziyod loyihalarni investitsiyalash va moliyalash bo‘yicha aniq manbalar belgilanib, xorijiy sheriklar bilan shartnomalar imzolandi.

O‘zbekiston hukumati tomonidan mamlakat va uning hududlari iqtisodiyotini tizimli qayta qurishning muhim omili sifatida chet el investitsiyalarni ushbu jarayonga faol jalb qilishga ustuvor ahamiyat berilmoqda. Iqtisodiy o‘shishga erishish uchun nafaqat investitsiya hajmini ko‘paytirish, balki ular yo‘nalishini va tuzilmasini to‘g‘ri tan-

lash ham muhim ahamiyat kasb etadi. Investitsiyalash uchun shunday ishlab chiqarish turlari va korxonalarini tanlash zarurki, ular tezda o'zini qoplab, yuqori darajada iqtisodiy va texnologik samara bera olsinlar. Bunday holatda investitsiyaning tezda qaytarilishi va qanchalik samaradorligi muhim ahamiyat kasb etadi. Bu investitsion jarayonni jonlantirish uchun turtki berish, keyinchalik esa investitsiyalash uchun afzal tarmoqlar va xo'jalik yuritish subyektlarini tanlashga imkoniyat yaratish mumkin.

O'zbekistonda bozor iqtisodiyotining shakllanishi hududlarda qulay investitsiya muhitini, bir qator makroiqtisodiy omillarini keskin darajada kuchaytirilishini taqozo etadi. Bu sohada ro'y berayotgan jarayonlar voqealarning shiddatli almashinuvi bilan izohlanadi. Hududlarning iqtisodiy o'sishini va qulay investitsion muhitni yaratish va qo'llab-quvvatlash, jadallashtirishda hal qiluvchi rolni ishlab chiqarish investitsiyalari o'ynashi kerak.

Faqat investitsiyalar bazasidagina asosiy kapitalni yangilash hamda shu asosda ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish va sifatini yaxshilash evaziga mahsulotning raqobatbardoshligini oshirish mumkin. Biroq bu hozirgi yuksak darajada integratsiyalashgan xo'jalik sharoitida davlatning muvofiqlashtiruvchi roli obyektiv ravishda ancha salmoqli bo'lib qolmoqda. Shu munosabat bilan investitsiya muhitini yaxshilashda barcha hududlarga olib kelayotgan investorlar faoliyatiga davlatning faol aralashuviga yaqin yillar mobaynidagi makroiqtisodiy siyosatning tarkibiy qiymati va sifatida qarash muhim ahamiyat kasb etadi.

Bu esa strategik maqsad - hududlar iqtisodiy o'sishini ta'minlash uchun amalga oshirilmog'i, bu raqobatbardoshlik va hudud iqtisodiyotining barqaror rivojlanishi mezonlariga javob berishi lozim. Strategik maqsadga erishish qulay investitsion muhitni yaratish asosida ta'minlanishi mumkinki, investitsiya jarayonlarini davlat yo'li bilan makro boshqarib turish bunday rejalab turishning eng muhim yo'nalishlaridan biri bo'lib hisoblanadi.

Hududlardagi investitsion muhitini shakllantirishning hozirgi bosqichi iqtisodiy o'sish yo'higa o'tib olish bilan izohlanadi. Bunday o'sish alohida investitsiya siyosatini ishlab chiqish va amalga oshirishni talab etadiki, u taraqqiy etgan mamlakatlar tajribasiga, investitsiya resurslari va chet el investitsiyalarini jalb qilish sifatida mablag'lardan foydalanishning mavjud imkoniyatlariga tayanishi lozim bo'ladi. Chet el investitsiyalarini jalb etmay turib, hozirgi zamon talablariga javob beradigan ishlab chiqarishning tashkil etilishini ta'minlash mumkin emas.

Hududlar investitsiya jarayonlarini izga solib turishning iqtisodiy asoslarini yaratish, ishlab chiqilgan siyosatni amalga oshirishga imkon tug'diruvchi shart-sharoitni ta'minlash investitsiya siyosatining muhim vazifalaridan biri bo'lib, hududlarda qulay investitsion muhit yaratishga aynan shu yo'l bilan erishish mumkin.

Respublika hududida investitsiya muhit bilan o'zaro bog'langan amalga oshirish jarayoniga qaratilgan subyektlar tarkibiy o'zgartirishlar strategiyasi ma'nosini chuqur anglab olishlari, globallashtirish, iqtisodiyotlarning xalqaro raqobat va o'zaro hamkorligi natijalarini, mamlakat hududlari taraqqiyoti va hududlar korxonalarining xalqaro bozorlarga chiqish istiqbollarini oldindan ko'ra bilishlari kerak. Bularning hammasi investitsion muhitni faol ta'minlashda ishlab chiqish, tanlab olish, amalga oshirish va ularni ichki manbalar hamda tashqaridan jalb qilindigan mablag'lar hisobidan moliyalashtirish istiqbollarini belgilashda asosiy o'rinda turadi.

15.5. Korxonalariga investitsiyalarni jalb qilish, yo'naltirish va boshqarish samaradorligining jahon amaliyoti

So'nggi yillarda kuzatilgan va hali beri davom etib kelayotgan jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi global iqtisodiyotning aksariyat tarmoqlarini qamrab olishi bilan birgalikda investitsiyalar oqimiga ham sezilarli darajada o'z salbiy ta'sirini ko'rsatdi. O'z navbatida investitsiyalar oqimining pasayishi ularni moliyalashtirish manbalarining qisqarishi bilan birga jahon iqtisodiyotidagi beqarorlik va investitsion risklarning birmuncha oshishi bilan izohlanadi.

Jahon miqyosida 2010-yilda to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalarning global oqimi 5 foizdan ko'proqqa oshishiga qaramasdan, inqirozga qadar bo'lgan davrga nisbatan uning miqdori 15 foizga past bo'lgan. Ayniqsa, global investitsiyalarning eng yuqori miqdori kuzatilgan 2007- yilga nisbatan 37 foizga pastroqni tashkil etgan. 2011-yilda esa uning miqdori 17 foizga o'sib, 1500 mlrd. AQSH dollaridan oshdi. Bu ko'rsatkich global to'g'ridan-to'g'ri investitsiyalar oqimi inqirozgacha bo'lgan davr darajasiga chiqqanligidan dalolat beradi. BMTning savdo va rivojlanish masalalari konferensiyasining (UNCTAD) baholashiga ko'ra, 2012-yilda to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalarning o'sishi saqlab qolinib, qariyb 1,6 trln. AQSH dollari-ni tashkil etadi.

Investitsion oqimlarning o'sishini chegaralashi mumkin bo'lgan asosiy omillar sifatida quyidagilar ilgari surilmoqda: jahon iqtisodiyotidagi susayish va iqtisodiy o'sish sur'atlarining qisqarishi riski, Yevropa mintaqasidagi qarzdorlik va budjet taqchilligi muammolari, yevro kursi taqdirining noaniqligi va moliya bozorlaridagi risklarning ortishi.

Investitsiyalarni jalb etish va ulardan samarali foydalanishda rivojlangan sanoatlashgan mamlakatlarda investitsiya siyosatini amalga oshirishda quyidagi uchta yo'nalishga alohida e'tibor bilan qaraladi:

- import o'rnini bosish strategiyasini rivojlantirish;
- tayanch tarmoqlar va eksport salohiyatining mustahkamlash;
- ilmtalab sohalar va innovatsion ishlanmalarni rivojlantirish.

Ayniqsa, e'tiborli jihat Koreya Respublikasining investitsiya strategiyasida namoyon bo'ladi. Ushbu mamlakat xorijiy investitsiyalardan samarali foydalanishda shunday siyosat olib borganki, bunda Janubiy Koreyaga boshqa rivojlangan mamlakatlardan, xususan AQSH va Yaponiyadan investitsiyalar jalb qilishda ulardagi samarali menejment uslublari va ishlab chiqarish texnologiyasini o'ziga tatbiq qilishga intilgan.

Malayziyaning investitsiya siyosatida esa ustuvor jihat investitsiyalarni qayta ishlash sanoatiga yo'naltirish bo'lib hisoblanadi⁶⁸. Ushbu mamlakatda investitsiyalarni ilmtalab va yuqori texnologiyalarga asoslangan ishlab chiqarish sohaslariga, jumladan, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, nanotexnologiyalar, yuqori malakali xizmatlar kabi sohalarga yo'naltirilmoqda. Xususi sektorning o'zida investitsiyalarning yillik o'rtacha o'sishi 11-12 foizni tashkil etmoqda. Ularning umumiy investitsiyalar hajmidagi salmog'i 50 foizdan ortiq bo'lib, so'nggi besh yil mobaynida xususi investitsiyalarning umumiy miqdori 95 milliard AQSH dollaridan oshib ketgan.

Malayziyada Sanoatni rivojlantirishning bosh rejasiga asosan investitsiyalar sohasida quyidagi vazifalar belgilab olingan:

- investitsiyalarni jalb etish orqali yuqori qo'shimcha qiymatga ega bo'lgan mahsulot ishlab chiqarishni jadallashtirish va ilg'or texnologik tarmoqlarni rivojlantirish;

- sanoatning ustuvor tarmoqlari rivojlanishiga ko'maklashish;
- sanoatga ilg'or texnologiyalarni, jumladan, biotexnologiyalar, nanotexnologiyalar, simsiz uzatish texnologiyalari, mikroelektromexanik tizimlari, lazer texnologiyalarini tatbiq etishni yanada kengaytirish;

- sanoatning o'sishida mehnat unumdorligi omilining rolini oshirish;

- milliy sanoatning xalqaro mehnat taqsimoti tizimiga integratsiyalashuvini chuqurlashtirish;

- ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlanmalarini yanada rivojlantirish va ularni sanoatga tatbiq etishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash;

- iqtisodiy salohiyat va raqobatdoshlikni mustahkamlash maqsadida strategik hamkorlik va markazlashuvni rag'batlantirish.

Shu bilan birga, Malayziyada investitsion jozibadorlikni oshirish maqsadida turli soliq imtiyozlari joriy qilingan bo'lib, bunda investitsiya natijasida olingan foydaning faqat 30 foizi dastlabki 5 yil davomida soliqqa tortiladi. Ayniqsa, hududlarning rivojlanishini qo'llab-quvvatlash yo'nalishida nisbatan yaxshi rivojlanmagan shtatlarda faoliyat ko'rsatuvchi investorlar foyda solig'idan dastlabki 5 yil davomida to'liq ozod qilinadi.

Yaponiyada ham investitsiya siyosatining ustuvor yo'nalishi yuksak texnologiyalarga asoslangan va resurs tejovchi ishlab chiqarishni rag'batlantirishga qaratilgan. Umuman olganda, Yaponiyaning rivojlanishi aynan ilmtalab sohalarning rivojlantirilishi hamda samarali ishlab chiqarish texnikalarining tatbiq etilishiga tayanadi.

Yaponiyaning dastlabki rivojlanish davri tajribasi shuni ko'rsatdiki, nafaqat yangilik yaratish uchun kapital zarur, balki kapitaldan foydalanish uchun ham yangilik zarur bo'ladi. Ushbu ikkala yo'nalish bir-biri bilan uzviy bog'liq va o'zaro bir-birini to'ldirib turadi.

Bu holat shunday izohlanadi, ya'ni yangilik yaratish uchun muayyan kapital zarur bo'lsa, mavjud kapitaldan samarali foydalanish uchun yangilik kiritilishi taqozo qilinadi.

Taraqqiy etgan mamlakatlar iqtisodiyotidagi yana bir ahamiyatli jihat investitsiya jarayonida yirik transmilliy kompaniyalarning faol ishtiroki, moliya bozorining yuqori rivojlanganligi, xususan, qimmatli qog'ozlar muomalasining keng tarqalganligi, turli jamg'armalarning investitsiya faoliyatiga jalb qilish mexanizmining yuqori darajada tarkib topganligi bilan ajralib turadi.

Rivojlangan mamlakatlar investitsiya faoliyatida boy tajriba to'plangan bo'lib, undan O'zbekiston amaliyotida foydalanish investitsiyalash amaliyotini takomillashtirish va investitsiyalarning samaradorligini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlarni ishlab chiqish imkonini beradi.

⁶⁸ http://www.ved.gov.ru/articlessayti/ma'lumotlariga_tayamilgan.

Bu borada bir qator rivojlangan mamlakatlarda investitsiya me'yoring nisbatan yuqori va barqaror darajasiga erishilganligining guvohi bo'lamiz.

Chet el mamlakatlaridagi investitsiya siyosatining asosiy yo'nalishlari mamlakatimizga tatbiq qilish muayyan ijobiy natijalarni bermasdan qolmaydi. Ayniqsa, Yaponiyaning investitsiya siyosatining tajribasi o'zining ahamiyatligi bilan ajralib turadi. Bu borada mamlakatimizda ham investitsiya siyosatining muhim ustuvorliklaridan biri aynan xorijiy investitsiyalarni jalb qilishda uzoq muddatli loyihalar asosida ilg'or texnika va texnologiyalar kiritishga qaratilgan. Zero, Prezidentimiz alohida ta'kidlab o'tganlardek, "O'zbekiston o'zining mustaqil taraqqiyoti davrida qisqa muddatli spekulativ kreditlardan voz kechib, chet el investitsiyalarini uzoq muddatli va imtiyozli foiz stavkalari bo'yicha jalb etish tamoyiliga doimo amal qilib kelmoqda."⁶⁹

Shu bilan birga, investitsiyalardan samarali foydalanishda bir qator rivojlangan mamlakatlar tajribasi bilan tanishganda, investitsiyalar asosan ilg'or texnologiyalarni joriy etish, innovatsion loyihalarni moliyalashtirish, resurs tejoychi va ekologik talofati kam bo'lgan, mehnat unumdorligini oshirishga xizmat qiluvchi sohalarga yo'naltirilayotganining guvohi bo'lamiz.

15.6. Korxonalariga xorijiy investitsiyalarni jalb qilish va boshqarishning zamonaviy usullari

O'zbekistonda xorijiy investitsiyali korxonalarning bir maromda faoliyat yuritishi va investorlarning huquqlari himoya qilinishi uchun me'yoriy hujjatlar qabul qilingan. Jumladan, 1998-yil 30-aprelda qabul qilingan "Chet el investitsiyalari to'g'risida"gi, "Chet ellik investorlar huquqlarining kafolatlari va ularni ximoya qilish choralari to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi qonunlari xamda Soliq kodeksi chet el sarmoyalarini amalga oshirishning huquqiy asoslari va tartibini belgilab beradi. Sir emaski, o'z mablag'ini biror mamlakat iqtisodiyotiga kiritmoqchi bo'lgan chet ellik sarmoyador birinchi navbatda o'zi uchun yaratilgan imtiyoz va engilliklarni bilishni istaydi. Shu o'rinda "Chet el investitsiyalari to'g'risida"gi qonunga muvofiq chet ellik investorlar o'z ishlab chiqarish extiyohlari uchun, shuningdek, chet ellik investorlarning

⁶⁹ Karimov I.A. "Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari // T. O'zbekiston, 2009, 9-bet.

va chet ellik investorlar bilan tuzilgan mexnat shartnomalariga muvofiq O'zbekiston Respublikasida turgan chet davlatlar fuqarolarining shaxsiy ehtiyojlari uchun olib kiriladigan mol-mulkdan boj to'lovi olinmasligini aytish mumkin.

“Chet ellik investorlar huquqlarining kafolatlari va ularni himoya qilish choralari to'g'risida”gi qonunning 3-moddasida “Agar O'zbekiston Respublikasining keyingi qonun hujjatlari investitsiyalash shart-sharoitlarini yomonlashtirsa, unda chet ellik investorlarga nisbatan investitsiyalash sanasida amal qilgan qonun hujjatlari investitsiyalash paytidan boshlab o'n yil mobaynida qo'llaniladi. Chet ellik investor o'z xohishiga ko'ra yangi qonun hujjatlarining investitsiyalash shart-sharoitlarini yaxshilaydigan qoidalarini qo'llash huquqiga egadir”,⁷⁰ deyiladi. Demak, me'yoriy hujjatlar yurtimizga kirib kelayotgan xorijiy investorlarni xar tomonlama qo'llab-quvvatlash, unga muqobil sharoitlarni yaratish nuqtayi nazaridan ishlab chiqilganini aloxida ta'kidlamoq lozim.

“Shu borada faqat otgan yilning O'zida umumiy qiymati 1 milliard 600 million dollardan ortiq bo'lgan kapital qo'yilmalar o'zlashtirilib, 205 ta yirik investitsion loyiha qurib bitkazildi”.⁷¹

Prezidentimizning mamlakat iqtisodiyoti rivoji uchun o'ta muxim bo'lgan “To'g'ridan-to'g'ri xususiy xorijiy investitsiyalarni jalb etishni rag'batlantirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida”gi PF-3594-son Farmoni ishlab chiqarish sohalariga to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyani jalb etish, yurtimizning eksport salohiyatini yanada yuksaltirishda muxim dasturilamal bo'lib xizmat qilish bilan bir qatorda, iqtisodiyotni erkinlashtirish borasida qo'yilgan yana bir muxim qadamdir.

Xorijiy investitsiyalarni to'g'ridan to'g'ri jalb etishga doir ushbu Farmon mamlakatda investitsiya muhitini yanada yaxshilash, korxonalarni modernizatsiya qilish, texnik jihatdan qayta jihozlash va rekonstruksiya qilish, ortiqcha ishchi kuchi bo'lgan mintaqalarda yangi ish joylarini yaratish dasturini amalga oshirishga hamda xorijiy investorlar uchun ishonchli huquqiy himoya va kafolatlarni ta'minlash maqsadlariga qaratilgan. Shu o'rinda Farmonda xorijlik ishbilarmonlarni soliq bilan rag'batlantirishga ham alohida e'tibor qaratilgan. Jumladan,

⁷⁰ O'zbekiston Respublikasining “Chet ellik investorlar kafolatlari va ularni himoya qilish choralari to'g'risida”gi Qonuni, T. : O'zbekiston.

⁷¹ “Bosh maqsadimiz – keng ko'lamli islohotlar va modernizatsiya yo'lini qat'iyat bilan davom ettirish”. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning 2012 yil mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari hamda 2013-yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga ag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. // Xalq so'zi. 2013-yil 19-yanvar.

unga muvofiq 2005-yilning 1-iyulidan boshlab, to'g'ridan to'g'ri xususiy xorijiy investitsiyalarni jalb etadigan iqtisodiyot tarmoqlari korxonalari asosiy faoliyat turlari bo'yicha, jumladan daromad (foyda) solig'i, mol-mulk solig'i, ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish va hududlarni obodonlashtirish solig'i, mikrofirma va kichik korxonalar uchun yagona soliq to'lovi yoki yagona soliq hamda Respublika yo'l jamg'ar-masiga ajratmalar to'lashdan ozod qilindi. Bunda xorijiy investitsiyalar hajmi 300 ming AQSH dollaridan 3 million AQSH dollarigacha bo'lganda 3 yil muddatga, 3 milliondan ortiq AQSH dollaridan 10 million AQSH dollarigacha 5 yil muddatga, 10 million AQSH dollaridan ortiq bo'lganda 7 yil muddatga yuqorida ko'rsatilgan soliqlar bo'yicha imtiyozlardan foydalanadi.

Rivojlangan mamlakatlar orasida chet el investitsiyalarini o'z milliy iqtisodiyotiga jalb etishning raqobat shakli yildan yilga kuchayib bormoqda. Shu bois, chet ellik investorlarga yaratilgan qulaylik qaysi davlatda ustun darajada bo'lsa, ya'ni foyda olish ehtimoli kattaroq bo'lsa, tabiiyki, ularning aynan o'sha davlat iqtisodiyotiga sarmoya kiritishga qiziqishi ortadi. Bu esa, bozor iqtisodiyotining nisbiy samaradorlik qonuniga mos keluvchi yechim hisoblanadi, ya'ni qayerda samara (foyda) olish imkoniyati nisbatan yuqori bo'lsa, tadbirkorlar o'sha yerdagi bozorga ko'proq intiladi. Shuningdek, bugun O'zbekiston bozor iqtisodiyotiga o'tayotgan davlatlar ichida eng yuqori investitsiya muhiti yaratgan mamlakatlardan biriga aylandi. Bu, shubhasiz, iqtisodiyotimizga to'g'ridan to'g'ri jalb etilayotgan xorijiy investitsiyalar oqimini yanada kuchaytiradi. Farmonning yana bir ahamiyatli tomoni shundaki, u xususiy investitsiyalarni jalb etishga qaratilgan. Farmonda xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalarni har tomonlama qulay, ortiqcha ishchi kuchiga ega bo'lgan bir qator viloyatlarning qishloq aholi punktlarida joylashtirilishining belgilanishi mamlakatimizda bandlik masalalarini ijobiy hal etishga qaratilgan. Huquqiy kafolatlarning aniqlik oddiyligi sarmoyadorlarning investitsiya kiritish haqida qaror qabul qilishini tezlashtirish bilan birga, ularga mavjud xatarlarni ham bahslash imkoniyatini yaratadi. Davlatimiz iqtisodiy siyosati ko'proq to'g'ridan to'g'ri investitsiyalarni jalb etishga va uni rag'batlantirishga qaratilganligi bois, turli shakldagi investitsiyalar oqimi yildan yilga oshib bormoqda. O'z navbatida, respublika mintaqalaridagi boy mineral xomashyo resurslari, yetarli miqdordagi malakali ishchi kuchlari, sog'lom atrof- muhit, siyosiy, ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlik kabi omillar shubhasiz, xorijiy investitsiyalar oqimining yanada ko'payishiga,

respublika mintaqalarida faoliyat yuritadigan korxonalar rivojiga xizmat qiladi.

Ishlab chiqarish qurilish uchun mo'ljallangan jami investitsiyalarning qariyb to'rt dan uch qismini Yangi ishlab chiqarish korxonalarini barpo etish va modernizatsiya qilish uchun yunaltirishga to'g'ri kel-moqda”⁷² deb ta'kidlaydilar Prezidentimiz I.A. Karimov.

Investitsiyalardan foydalanish samaradorligini oshirish bo'yicha quyidagi chora – tadbirlarni qayd etish mumkin:

-aholi bo'sh pul mablag'larini investitsion jarayonlarga jalb qilish maqsadida qimmatli qog'ozlar bozorini yanada rivojlantirish, turli qimmatli qog'ozlarni muomalaga chiqarish;

-investitsion loyihalarning sifatini oshirish maqsadida doimiy ravishda investitsion loyihalar ko'rgazmasini tashkil qilish.

-iqtisodiyotimizda TTXlardan oqilona va samarali foydalanish bo'yicha quyidagi takliflarni berish mumkin:

-investitsiyalarning hududiy bir yoqlamalik xususiyatini oldini olish maqsadida, viloyatlarni rivojlanganlik darajasi bo'yicha uch guruhga bo'lib, sust rivojlangan regionlarga investorlar uchun ko'proq manfaatdorlik, moyillik rag'batlarini yaratish.

Investitsiya muhitini yaxshilasida quyidagi chora – tadbirlarni amalga oshirish maqsadga muvofiqdir:

1. Xorijiy investitsiyalarni jalb qilish va tartibga solishda qonun va me'yoriy hujjatlarni takomillashtirish.

2. Mamlakatdagi va korxonalar darajasidagi kadrlar salohiyatini oshirish.

3. Ichki bozorda o'z faoliyatini olib borayotgan milliy korxonalarni aniq axborot bilan ta'minlanishini yaxshilash.

4. Yashirin iqtisodiyot ulushini kamaytirish va faoliyat yuritayotgan xo'jalik subyektlarni legallashtirish.

5. Mamlakatdagi rivojlanish darajasi pastroq bo'lgan mintaqalarga moliyaviy mablag'lar ajratish.

6. O'zbekiston Respublikasida Investitsion loyihalarni baholash maqsadida investitsion agentliklarni tashkil etish.

Bugungi kunda eksportni rivojlantirish bu investitsion faoliyatni rag'batlantirishga yo'naltirilgan davlatning umumiy iqtisodiy siyosatining ajralmas bir qismidir.

⁷² “Bosh maqsadimiz – keng ko'lamli islohotlar va modernizatsiya yo'lini qat'iyat bilan davom ettirish”. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning 2012 yil mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari hamda 2013-yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga ag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. // Xalq so'zi. 2013-yil 19- yanvar.

Asosiy tayanch tushunchalar

Investitsiya iqlimi, investitsion faoliyat, moliyaviy investitsiyalar, real investitsiyalar, investitsiya multiplikatori, xorijiy investitsiyalar, ichki investitsiyalar, iqtisodiy globallashuv, xususiy investitsiya, davlat investitsiyalari, qarz siyosati, kapital eksporti, kapital importi, investitsiya dasturi, investitsiya loyihasi.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Investitsiya va investitsion faoliyat tushunchalarini izohlang.
2. Investitsiyalar qanday turlarga bo'linadi?
3. O'zbekiston Respublikasi investitsion faoliyat qonunchiligini qanday me'yoriy-huquqiy hujjatlar tashkil etadi?
4. Investitsion siyosatni amalga oshirishning qanday shakllari mavjud?
5. Investitsion loyiba samaradorligini baholash usullari.
6. Investitsiyalarning rentabellik koeffitsiyenti qanday aniqlanadi?

XVI bob. KORXONALARNI STRATEGIK RIVOJLANISHIDA INNOVATSION FAOLIYATNI RIVOJLANTIRISH

Mazkur bobda, korxonalarni strategik rivojlanishida innovatsion faoliyatni rivojlantirish, korxonada innovatsiya faoliyatini amalga oshirish turlari va zaruriyati, korxonalarning innovatsion faoliyat samaradorligini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash yo'nalishlari, korxonalarda innovatsiyalarni qo'llashning xorij tajribasi, innovatsiya jarayonlarini amalga oshirishning zamonaviy strategiyalari bilan bog'liq jarayonlar tadqiq etilgan.

16.1. Korxonada innovatsiya faoliyatini qo'llash zarurligi va innovatsiya turlari.

16.2. Korxonalarning innovatsion faoliyat samaradorligini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash yo'nalishlari.

16.3. Diversifikatsiya sharoitida korxonalarda innovatsiyalarni qo'llashning xorij tajribasi.

16.4. Korxonalarda innovatsiya jarayonlarini amalga oshirishning zamonaviy strategiyalari

16.1. Korxonada innovatsiya faoliyatini qo'llash zarurligi va innovatsiya turlari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonada innovatsiyani qo'llash muhim ahamiyat kasb etadi. Innovatsion muhitni shakllantirish doimiy ravishda mahsulotni yangilash, ishlab chiqarish fondlarini yangi texnika asosida yangilash, umumjamiyatni rivojlantirish imkoniyatini yaratish holatlariga sharoit barpo etadi. Innovatsiya iborasi inglizcha "innovation" so'zidan olinib yangi ilmiy texnik yutuqni ifodalab, yangi mahsulotni amalda qo'llanilish jarayoniga aytiladi. Ilmiy adabiyotlarda ushbu jarayonni tashkilotdagi muhitga muvofiqlashtirish, uning samarasini oshirish va respublikamizdagi sotsial-iqtisodiy imkoniyatlardan to'liq foydalanishga ta'siri ko'rib o'tilgan¹. Asosiy e'tiborni bo'lajak

¹ Raximova D. Xudoyberdiyev Z., Eshonxo'jayev D. Menejment. –T.: Akademiya, 2003. 94-95 betlar

menejerlarni yuqori raqobat sharoitida eng oqilona variantlarni tanlash, foydalilik darajasini ta'minlash va korxonalar faoliyatini jadallashtirish masalalariga qaratilgan. Ilmiy izlanishning hozirgi davrda bizning respublikamizda iqtisodiyot rivojlanish holati va barcha tarmoqlardagi strukturaviy o'zgarishlarga mos ravishda olib borilishi iqtisodiyotda bo'layotgan o'zgarishlarni muvofiqlashtirishga olib kelmoqda. Ayniqsa ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohalarida yangilik kiritish jarayoni bo'yicha ko'p muammolar paydo bo'lmoqda va ularni o'z vaqtida hal etish, kerakli kadr, moddiy texnika bazasi, tashkiliy va uslubiy tadbirlarni talab etadi. Bugungi kunda milliy iqtisodiyot tarkibida "...faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarni... texnik va texnologik qayta jihozlash hamda zamonaviy, yuksak texnologiyalarga asoslangan yangi ishlab chiqarishni tashkil etishni tezlashtirish borasida faol investitsiya siyosati yuritishga alohida e'tibor qaratildi"².

Bozor iqtisodiyotida turli xil mulk shaklida faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarining muammolari innovatsion jarayonlarni qo'llashda yuzaga kelishi mumkin. Korxonalar o'z faoliyatlarida innovatsiyalarni qo'llashdagi muammolarni hal etishga yo'naltirishda, ma'lum holatlarda qiyin sharoitga tushib qolish ehtimoli ko'p uchraydi. Chunki innovatsiyalarni qo'llash har qanday korxonada amalga oshirib bo'lmaydi. Shuning uchun innovatsiyalarni amalga oshirish ayrim korxonalar faoliyatidagina kuzatish mumkin. Masalan, korxonalar yangilik joriy etish jarayonida, xorijdan investitsiyalar jalb etish va raqobatdosh mahsulot chiqarish borasida hal etilmagan masalalar va vazifalarga duchor bo'lib, ularni yechimini topishga intiladilar. Biroq shunday korxonalar borki, ularda eski texnika va texnologiyasini yangilanish jarayoni sust olib borilmoqda, mahsulot sifati va ekologiya talablari dunyo standartlariga mos kelmasligini ko'rish mumkin. Bunday korxonalarda innovatsiyani qo'llashda jiddiy muammolar yuzaga keladiki, ularni bartaraf etish uchun katta mablag'lar talab etiladi. Korxonalarda innovatsiyalarni qo'liash orqali yangicha raqobatga asoslanish mumkin. Boshqacha aytganda raqobatlashuv tendensiyalarida o'zgarishlar yuzaga keladi. Mukammal raqobat jamiyat uchun juda kuchli stimuly bo'lib, ishlab chiqarish harajatlarini minimumlashtirishga va ish haqini uning me'yoriy unumdorligiga maksimal yaqinlashtiradi. Innovatsiyalarni qo'llashdan olingan foyda esa korxonalar faolligini yanada oshirishga olib keladi. Bu foydani Y. Shumpeter (1883-1950) statik foyda deb atadi³.

² Karimov I.A. 2012- yil vatanimiz taraqqiyotini yangi bosqichga ko'taradigan yil bo'ladi. -T.: O'zbekiston, 2012. 11 bet.

³ Шумпетер Ю. Теория экономики. - М.: Прогресс, 1982. 122 стр.

Bunda iqtisodiy samaradorlik ishlab chiqarishni yangi darajaga olib chiqishga qodir emas. Yangi daraja innovatsiya bilan bog'liq, u esa ortiqcha xarajatni talab qiladi. Novatorlik raqobatning yangi tipini shakllantiradi. Bu holat yangi tovar, yangi texnologiya, umuman biror xil yangilikka, ustunlikka ega bo'lganda sodir bo'ladi. Novator boshqa korxonalar yashashiga halaqit bera boshlaydi. Chunki novatorlik asosida faoliyat ko'rsatayotgan raqib boshqalardan sakrab-sakrab oldinga ketib qoladi va o'z sohasida monopolistga aylanishi mumkin. Buni Shumpeter "yaratuvchi buzg'unlik" deb aytgan. Korxonada innovatsiya jarayonlarini amalga oshirishda quyidagi bosqichlar sodir bo'ladi:

Bosqich 1. Yuzaga kelgan g'oyalarni tizimlash: Bu bosqichda yangi g'oyalarni amalda qo'llash va imkoniyatlari aniqlanadi. Bunda bir necha muqobilliklar yuzaga kelishi tabiiy. Ulardan eng maqbul varianti tanlanadi. Yangi mahsulotning korxonada imidjiga va rivojlanish strategiyasiga muvofiq kelishi aniqlanadi. Shu tarzda bo'lajak buyum patentini belgilashga o'tiladi.

Bosqich 2. Aniqlangan g'oyalarni tanlash va yangi mahsulot g'oyalarni ishlab chiqarish zarurligi. Bunda quyidagilarga e'tibor beriladi: – bozorda texnologik o'zgarishlar haqida axborot to'plash; – mahsulotni ishlab chiqarish va o'zlashtirish munosabatlarida firmaning salohiyatli imkoniyatlari haqida axborot to'plash; – tavakkalchilik darajasi va me'yorlarini belgilash.

Bosqich 3. Yangi mahsulotning iqtisodiy samaradorligini tahlil etish, marketing dasturlarini ishlab chiqish: Marketing yangi mahsulotni yuzaga kelishi uchun yordam beradigan soha hisoblanadi. Bu bosqichda e'tibor qaratiladigan jihatlar quyidagicha:

- g'oya aniq loyiha ko'rinishiga o'tganda mahsulotning texnik jihatdan ishlab ko'rish;

- mahsulotning texnik-iqtisodiy tavsifini aniqlash, uning iste'mol xususiyatlarini va sifatini baholash;

- savdo hajmi va bozorning potensial (yashirin) talabini baholash;

- yangi mahsulotni yaratish va o'zlashtirishdagi harajatlarni (investitsiyalarni) aniqlash;

- yangi mahsulot ishlab chiqarish uchun zarur resurslarning mavjudligi: mashina va texnologik inshootlar, xomashyo va materiallar, personal kadrlar, moliyaviy manbaalar;

- yangi mahsulot ishlab chiqarish muddatlari va u bilan bozorga kirish;

– yangi mahsulot ishlab chiqarish rentabelligi (foydaliligi)ni baholash va tahlil etish, mahsulot bo'yicha marketing dasturlarini ishlab chiqarish.

Bosqich 4. Yangi mahsulot yaratish: Ko'rinib turibdiki, yangi mahsulotni yaratish bosqichigacha 3 ta bosqich amalga oshiriladi. Bu ham korxonada innovatsiyani qo'llashdagi qiyinchiliklarning naqadar murakkabligini ko'rsatib turibdi. Yangi mahsulot yaratish bosqichida quyidagilar amalga oshiriladi: – korxonada bo'limlari bo'yicha majburiyatlarni taqsimlash bilan yangi mahsulotni rivojlantirishning aniq dasturini ishlab chiqish; – namuna yaratish va texnik tadqiqot o'tkazish (ekologik tozaligini, xavfsizligini va hokazolarni tekshirish); – tovarning nomlanishini, uning tovar belgisini, rasmiylashtirishni, o'ramini (upakovkasini) va markirovkasini belgilash. Shuni alohida qayd etish kerakki, 4-bosqichning o'zida yangicha yondashuvlarni amalga oshirish taqozo etiladi.

Bosqich 5. Bozorda test o'tkazish:

– cheklangan bozorda uch oy mobaynida narx va boshqa tijorat muhirlari (narxlardan chegirmalar taqdim etish, kreditlar va boshqalar) bo'yicha o'tkazish;

– tarqatishning (sotishning) maqbul kanallarini tanlash;

– reklama uslublari va vositalarini tanlash;

– texnik xizmat ko'rsatishni tashkil etish.

Bosqich 6. Mahsulotni sotish bo'yicha marketing dasturi asosida yangi buyumni ishlab chiqarishga joriy etish haqida qaror qabul qilish (ommaviy, ko'p nushada): Bu bosqichda mahsulot yaratish jarayoni boshlanib, ishlab chiqarish amalga oshiriladi. Bu bosqichda asosiy bajariladigan ishlar:

– yangilikni tijoriy asoslash: savdo hajmi, mahsulot rentabelligi, talab va ehtiyojlarni qondirish darajasi, sotish uslubi va kanallari;

– tovarlarni sotishda tajribaning mavjudligi: bozordagi mashhurlik, va korxonada shuhrati, xaridor va iste'molchilar bilan turg'un aloqalar;

– korxonaning ishlab chiqarish imkoniyatlari: mavjud quvvatlardan foydalanish, resurslar va malakali kadrlar bilan ta'minlanganlik;

– moliyaviy imkoniyatlar: ommaviy ishlab chiqarishda investitsiyalarning umumiy yig'indisi va savdo, moliyaviy manbalar, hisobot davrida kutilishi mumkin bo'lgan (foydalilik yoki zarar ko'rish) natijalar;

– me'yoriy ko'rsatkichlarga - standartlarga davlat me'yorlariga muvofiq-lashtirish;

– yangiliklarni patent himoyasini ta'minlash. Agar yuqoridagi bosqichlar puxta amalga oshirilsa, har qanday korxonada innovatsiyani joriy etganda bozorga shiddat bilan kirib boradi va maksimal foyda olishga kirishadi. Shunday muhit yuzaga kelishi mumkinki, bunda monopoliya mavqega ega bo'lish ham tabiiy.

Tarixan monopolistik birlashmalarning paydo bo'lishi XIX asrning oxiri – XX asr boshlarida boshlangan. Bu davrda yirik texnik o'zgarishlar sodir bo'ldi, birmunchi navbatda metallurgiya, mashinasozlik, ximiya sanoati rivojlana boshladi. Elektroenergiyani ko'plab ishlatish boshlandi. «XIX asrning oxirida, eng rivojlangan mamlakatlarda sanoatning yetakchi tarmoqlarida tarmoq ishlab chiqaradigan tovarning anchagina qismini o'z nazoratida ushlagan yirik korxonalar paydo bo'ldi. Bularni monopoliya (grekcha – mono - bir, yagona va polio – sotuvchi, egallik qiluvchi) deb atay boshladilar»⁴. Bunday birlashmalarining maqsadi o'zlarining ustunlik holatlaridan foydalanib bozorda o'zlariga ma'qul baholarni (monopoliya yuqori va monopoliya past bahoni) belgilab maksimal yuqori foyda olish bo'lgan. Fikrlarimizni davom ettirib qayd etish mumkinki, tadqiqotchilar innovatsiyalarning tor ta'riflari bilan chegaralanmasdan, uning uchta asosiy turini ajratib ko'rsatadilar: mahsulotlar, texnika-texnologiya va tashkiliy boshqaruv. Mahsulotlar innovatsiyasi eng keng tarqalgan bo'lib, juda ko'p korxonalarda mavjud. Bunda bir korxonadan boshqa korxonaga o'tish xarakteri farqlanadi. Ayrim korxonalar uchun an'anaviy profilga kiruvchi mahsulotlar assortimentini almashtirish yoki mahsulotlar sonini sezilarli darajada oshirish, boshqalar uchun - iste'mol talablarini inobatga olgan holda, an'anaviy mahsulotning iste'mol sifatini oshirishdir. Ba'zan yangi mahsulot ishlab chiqarish texnologik o'zgarishlarni, eski asbob-uskunalarda amalga oshiriladi, ba'zida esa, yangi mahsulot ishlab chiqarish korxonaning yangi texnik-texnologik jihatidan jihozlash bilan amalga oshiriladi. Texnologik innovatsiyalarning yetakchi motivi bo'lib, bozor talabini qondiruvchi yangi mahsulotlar ishlab chiqarish hisoblanadi. Shuning bilan birga, innovatsiyalarni yuzaga chiqaruvchi sabablar turlichadir: texnologiya jarayonining takomillashuvi, resurslarni iqtisod qilish, ekologik talablar, zamonaviy texnologik qarorlarning etishinasligi va boshqalar.

Ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning sifatini oshirish, tannarxini tushirish va xillarini kengaytirish orqali uning raqobatbardoshligini oshirish, texnologik yangiliklarni joriy qilishning asosiy maqsadi hisob-

⁴ Шумпетер Ю. Теория экономики. –М.: Progress, 1982. 84 стр.

lanadi. Shuni ham ta'kidlash lozimki, keyingi paytlarda korxonalarda uskunalarni almashtirish, asosan raqobatga qarshi vosita emas, balki ularning ma'naviy eskirishi tufayli amalga oshirilmoqda. Tashkiliy-boshqaruv innovatsiyalar ko'proq, firmaning barcha darajalarida kunduzgi bo'limlarni, bo'linma va xizmatlarni tashkil etish orqali tavsiflanadi. Masalan, marketing bo'limlari, yangi yo'nalishlar va mahsulotni sotishning kunduzgi usullarini yaratish. Bunda ishlab chiqarish va personalim boshqarish usullarini takomillashtirish va samarasini oshirish bo'yicha innovatsiya chora-tadbirlarini ko'rish mumkin.

16.2. Korxonalarining innovatsion faoliyat samaradorligini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash yo'nalishlari

Innovatsiya subyektlari faoliyati samaradorligini aniqlash iqtisodiyotni diversifikatsiya jarayonlarida juda zarur. Ilmiy ishlab chiqarish korxonalari yangi texnologiyani tatbiq etgan holda yangi, sifatli mahsulot ishlab chiqaradigan korxonalar asosini tashkil qiladi.

Iqtisodiy islohotlarning muvaffaqiyatli amalga oshishi esa, ko'p jihatdan ushbu korxonalar faoliyatini muayyan baholanishini ta'minlaydigan uslubiy va metodologik moslamalar qo'llanilishiga bog'liq. Shu munosabat bilan, ishlab chiqarish korxonalarining moliya-xo'jalik, innovatsiya va investitsiya faoliyatini tahlil qilish va baholash, bundan to'g'ri va foydali xulosalar chiqarish, muammoning yechimini topish to'g'risidagi masalalar rivojlangan mamlakatlar, xususan, bozor iqtisodiyotiga o'tayotgan mamlakatlar uchun muhim ahamiyatga ega. Korxonalarining moliyaviy faoliyati tahlili uchun maxsus standart koeffitsiyentlar ishlatiladi. Buning uchun shu sohaning kuchli mutaxassisi bo'lish shart emas, eng muhimi, bu ma'lumotlardan to'g'ri va samarali foydalanishni bilish zarur. Moliyaviy ko'rsatkichlar va ularning nisbatini ishlatish (koeffitsiyentlar) uslubi yaxshi natijalar berishi mumkin. Koeffitsiyentlar tizimi korxonaning moliyaviy holati va ishlab chiqarish faoliyati natijalaridagi o'zgarishlarni ko'rsatadi, ularning o'zgarish tarkibini va noaniqliklar, tavakkalchiliklar keltirib chiqaradigan salbiy omillarni ko'ra bilishga yordam beradi.

Korxonaning faoliyati va uni tahlili juda ko'p subyektlar: kreditorlar, davlat boshqaruv organlari va raqobatdagi firma mutaxassislari uchun zarur. Ammo ular o'z maqsadlaridan kelib chiqib, faoliyatni baholashda har xil nuqtayi nazardan yondashdilar. Ularni ko'proq

korxonaning nafaqat moliyaviy ko'rsatkichlari, balki uning moddiy-lashmagan, intellektual mulklari, ilmiy salohiyati, innovatsion va investitsion aktivligi ko'rsatkichlari ham qiziqtiradi. Xo'jalik yurituvchi subyektlar faoliyatini baholashga yo'naltirilgan usullari ularning mulk va faoliyat yuritish shakli hamda boshqa shunga o'xshash omillariga qarab har xil bo'ladi. Quyida aksiyadorlik jamiyati faoliyatini baholashni ko'rib chiqamiz. Korxonada aksiyadorlari uchun asosiy narsa bu, kompaniyaning foyda bilan faoliyat ko'rsatishidir. Ularni yana foydaning qanday bo'linishi, uning qaysi qismi investitsiyalanayapti, qaysi qismi dividend holda to'lanayapti va hokazolar ham qiziqtiradi.

Korxonaning ikkita ko'rsatkichi - aksiyalangan kapital va oddiy aksiyaga ko'chirilgan toza foydasi, mulkdorlar investitsiyasining umuman foydaliligini ko'rsatadi. Uchinchi ko'rsatkich - bitta aksiyaga beriladigan foyda, hisobot davridagi investitsiya har bir bo'lagining foydani olishdagi ishtirokini ko'rsatadi. Toza aksiyalangan kapitalning foyda normasi koeffitsiyentlarni tahlil qilishda eng ko'p ishlatiladigan ko'rsatkich hisoblanadi. Foydaning yil davomida hosil bo'lishini hisobga olib, bu ko'rsatkichni yilning oxiridagisi emas, balki uning o'rtacha qiymati ko'proq ishlatiladi. Oddiy aksiyalarga nisbatan foyda me'yori asosan fondlar bozori tahlilchilari uchungina zarur, chunki bu korxonaning "sog'lomligi"ni ko'rsatadigan ko'rsatkich hisoblanadi.

Korxonada rahbarlari va aksiyadorlar uchun eng muhimi, bitta aksiyaga kelayotgan foyda ho'lib, shu sababli ham korxonada faoliyatini strategik rejalashtirishda, maqsad va vazifalarni belgilashda ushbu ko'rsatkich asos qilib olinadi. Buning ustiga, shu ko'rsatkichlar asosida mutaxassis-tahlilchilar kelajak faoliyatni rejalashtiradilar, solishtiradilar va korxonaning "kuchayayotgan" lik yoki "kuchsizlanayotgan" lik omillarini aniqlaydilar. Bozor ko'rsatkichi qilib quyidagi ikkita koeffitsiyent, ya'ni: bitta aksiya foydasini aksiyaning narxiga nisbati va aksiyalarning bozor narxini uning balans narxiga nisbati olingan.

Birinchi koeffitsiyent korxonada faoliyati natijalarini, kelajagini bozor tomondan qanday baholanganligini ko'rsatadi, shu asosda ko'proq bozorda sotiladi. Koeffitsiyent faoliyat tarmog'i va kompaniyaning turiga qarab o'zgaradi.

Ikkinchi koeffitsiyent esa, kompaniyaning to'liq faoliyat natijalarini berolmasligini hisobga olib, faqat solishtirish uchungina ishlatiladi, xolos. Korxonalar faoliyatining kreditorlar, ssuda beruvchi firmalar tomonidan baholanishi ham muhim ahamiyatga ega. Kreditor yoki ssuda beruvchi muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatayotgan korxonani mablag' bilan

ta'minlab, o'z maqsadlariga erishishga intiladi. Shuning uchun kreditor uzoq yillarga qarz berayotganda korxonaga faoliyatida kutilishi mumkin bo'lgan to'siqlarni, tavakkalchiliklarni diqqat bilan tahlil qiladi. Bunday baholash kreditorini qanchalik himoyalanganligini va korxonani qarz kapitaliga qanchalik bog'liq ekanligini aniqlashga imkon beradi.

Yuqoridagi me'yoriy koeffitsiyentlar tizimi korxonaga rahbariyatining ishlab chiqarishga ta'sir qiladigan qarorlariga asos bo'ladigan tahlillar uchun ishlatiladi. Moliyaviy hisobot korxonaga faoliyatini baholashdagi asosiy hujjat hisoblanadi. Odatda, tajribali auditorlar o'z ishini faqat moliyaviy hisobotni o'rganisidan boshlaydi, ularning korxonaning ilmiy-texnik salohiyati yoki intellektual mulklari qiziqitmaydi. Tahlillardan shu narsa ko'rinib turibdiki, bozor sharoitida korxonalarining yaxshi faoliyat ko'rsatishining asosiy omili innovatsiya bo'lsa ham, tahlil jarayonlarida e'tibor faqat quyidagilar bilan bog'liq bo'lgan ko'rsatkichlargagina qaratilmoqda:

- moliyaviy koeffitsiyentlar to'plami;
- moliyaviy ko'rsatkichlar;
- korxonaning o'z kapitalidan foydasi;
- oddiy aksiyalarga nisbatan foydasi;
- bitta aksiyaga to'g'ri keladigan foyda;
- aksiyalarning bozor va balansli qiymatlari nisbati;
- o'z-o'zini qoplash koeffitsiyenti.

Shu munosabat bilan hozirgi kuchli raqobat sharoitida ilmiy ishlab chiqarish korxonalarini faoliyatini, ayniqsa, innovatsiya faoliyatini tahlil qilishning yangi, samarali usullarini ishlab chiqish va joriy etish muhim hisoblanadi. Diversifikatsiya sharoitida korxonada innovatsion faoliyatning davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi juda muhim ahamiyatga ega.

Ilmiy faoliyat davlat siyosatining an'anaviy yo'nalishi bo'lib hisoblanadi. Gap shundaki, maqsadi foyda olish bo'lgan ilmiy g'oyalarni bevosita to'g'ridan to'g'ri xo'jalik faoliyatiga qo'llash mumkin emas. Shu sababli korxonaga va kompaniyalar tadqiqotlarni moliyaviy ta'minlashda ehtiyotkor bo'ladilar, vaholanki, ularning natijalaridan manfaatdordirlar.

Hozirgi zamon sharoitida biznesni innovatsion jarayonning muhim resurslaridan biri bo'lgan — ilmiy g'oyalar va bilimlar bilan ta'minlash funksiyasini o'z tarkibiga oladi. Xuddi shuning uchun ham yetakchi davlatlarning rasmiy hujjatlarida ilmiy-texnik taraqqiyot yagona zanjir sifatida ko'riladi: ilmiy g'oyalar va ishlab chiqilgan ishlanmalar -

innovatsion biznesni keng ko‘lamli rivojlanishini ta‘minlaydi. MDHning boshqa davlatlari kabi bozor iqtisodiyoti bilan bog‘liq bo‘lgan islohotlarni amalga oshirayotgan O‘zbekistonimiz uchun ham ilm va texnika doirasini davlat tomonidan boshqarishning oqilona shakllarini ishlab chiqish muhim ahamiyatga egadir. Chunki ITT iqtisodiy o‘shining asosiy manbasi bo‘lib hisoblanadi. Jahonning yetakchi davlatlari ilmiy va innovatsion siyosatining maqsadlari bo‘lib quyidagilar hisoblanadi:

- mamlakat iqtisodiyotining o‘shida ilm va texnika ulushini oshirish;

- moddiy ishlab chiqarishda progressiv o‘zgarishlarni ta‘minlash;

- jahon bozorida milliy mahsulotimizning raqobatbardoshligini oshirish;

- mamlakat xavfsizligi va mudofaa qobiliyatini mustahkamlash;

- ekologik muhitni yaxshilash;

- mavjud ilmiy maktablarni saqlash va rivojlantirish.

Davlat o‘z siyosatining maqsadlarini aniqlash bilan bir vaqtda prinsiplar va bu siyosatni amalga oshirish mexanizmini ham ishlab chiqadi. Bu prinsiplar mamlakatda shakllangan xo‘jalik tizimi va davlat institutlarining iqtisodiy faoliyatiga ta‘sirining chuqurligiga bog‘liqdir.

Ilmiy va innovatsion faoliyatda davlat siyosatining asosiy prinsiplariga quyidagilar kiradi:

- ilmiy va ilmiy-texnik ijodning erkinligi;

- intellektual mulkning huquqiy hisoblanishi;

- ilmiy, ilmiy-texnik faoliyat va ta‘lim integratsiyasi;

- ilm va texnika sohasida raqobatni quvvatlash;

- ilmiy rivojlanishning ustuvor yo‘nalishlarida resurslarni konsentratsiyalash;

- ilmiy, ilmiy-texnik va innovatsion faoliyatda ishbilarmonlikni rag‘batlantirish Jahon amaliyotida qo‘llab-quvvatlash darajasi va shakllari bo‘yicha quyidagi ko‘rinishlar mavjud bo‘ladi:

- faol aralashgan davlat strategiyasi;

- nomarkazlashgan;

- aralash.

Respublikamizda xorijiy sarmoyalarni jalb etish tadbirlarini amalga oshirishda quyidagi tamoyillarga asoslanadi:

Birinchidan, tashqi iqtisodiy faoliyatni yanada erkinlashtirish sohasida aniq maqsadni ko‘zlab siyosat yurgizish.

Ikkinchidan, respublika iqtisodiyotiga bevosita kapital mablag'ni jalb etishni ta'minlaydigan huquqiy, ijtimoiy-iqtisodiy va boshqa shart-sharoitlarni tobora takomillashtirish.

Uchinchidan, respublikaga jahon darajasidagi texnologiyani yetkazib berayotgan, xalq xo'jaligining zamonaviy tarkibini vujudga keltirishda ko'maklashayotgan xorijiy sarmoyadorlarga nisbatan eshiklarni ochib qo'yish siyosatini izchillik bilan o'tkazish.

To'rtinchidan, mablag'larni respublika mustaqilligini ta'minlaydigan va raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan eng muhim ustuvor yo'nalishlarda jamlash. Respublikada xorijiy imtiyozlarning keng tizimini vujudga keltirgan xorijiy sarmoyadorlar uchun imtiyozli soliq joriy etilgan. Amaldagi imtiyozlar va rag'batlantirish omillari tizimida:

- ishlab chiqarish hajmida tovarlar (ishlar, xizmatlar) eksporti kamida 30 foizni tashkil etadigan korxonalar, mulkchilik shakllaridan qat'i nazar, foyda solig'ini amalidagi stavkalardan ikki barobar kamroq to'lash huquqini berish;

- Respublika davlat investitsiya dasturiga kiritilgan loyihalar bo'yicha soliqlar to'lashdan besh yil muddatga ozod etish;

- xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar daromadining ishlab chiqarishni kengaytirishga va texnologiyani yangilashga sarflanadigan qismidan soliq olmaslik;

- o'zi ishlab chiqargan mahsulotni ruxsatnomasiz bemaol chetga olib ketish;

- O'zbekiston hududida qo'shma korxonalarining va faqat xorijiy sarmoya bilan ishlaydigan korxonalarining ustav fondiga hissa qo'shish uchun mol-mulkn chetdan boj to'lovlarsiz olib kirish;

- jismoniy va yuridik shaxslarning, jumladan, ajnabiylarning davlat mulkini xususiyashtirish jarayonida, shu jumladan, ko'chmas mulkning keng miqyosda sotilishida bemaol ishtirok etishlarini ta'minlash;

- investitsiya loyihalarini amalga oshirish uchun yer uchastkalaridan foydalanish va ularni tasarruf etish huquqini tanlov asosida sotib olish ko'zda tutilgan. O'zbekiston investitsiyalarni o'zaro himoya qilish to'g'risida Germaniya, Turkiya, Misr, Indoneziya, Malayziya, Pokiston, Finlandiya, Koreya, AQSH, Fransiya kabi 20 taga yaqin davlatlar bilan bitimlar imzoladi.

16.3. Diversifikatsiya sharoitida korxonalarda innovatsiyalarni qo'llashning xorij tajribasi

Hozirgi paytda jahon hamjamiyatining rivojlangan mamlakatlarida an'anaviy ilmiy texnika taraqqiyotida innovatsion, ilmiy texnologik tartibga jadal o'tish jarayoni ro'y bermoqda. Ayniqsa diversifikatsiya sharoitida bunday jarayon ko'lami yanada kengayib borishi tabiiy. Innovatsion tartibning avvalgisidan farqi shundaki, fanning shakllanishi va davlat tomonidan moliyalashtirish tizimidan texnologik va ilmiy innovatsiyalar barcha turlarini davlat tomonidan rag'batlantirishga o'tish kuzatilmoqda. Hozirda AQSHda va xususan, G'arbiy Yevropada eng avvalo Fransiya, Germaniyada fan-texnika siyosatining innovatsion siyosatga aylanishi ro'y bermoqda. Uning asosiy vazifasi – ilmiy va texnologik innovatsiyalar, eng avvalo, kichik va o'rta korxonalar uchun, shuningdek, o'rta va qisqa muddatli dasturlar sohasida tezkor diversifikatsiya uchun eng qulay sharoitlar yaratishdir. Fanni moliyalash bo'yicha AQSH jahonda yetakchi o'rinlardan birini egallaydi. Yangiliklarni joriy etish jarayonlari juda tez amalga oshirilib ularning raqobat-chilari ham topiladi. Ko'plab rivojlangan mamlakatlarda diversifikatsiya sharoitida ilmiy tadqiqot ishlari va muhandislik tadqiqotlari (ITIMT)ni moliyalashdagi davlatning roli ancha faol bo'lib, faqat davlat tashkilotlari tomonidagina amalga oshirilmaydi. Buning uchun xususiy korxonalar ham o'z hissalarini qo'shib boradilar. Hozirgi vaqtda AQSHda federal hukumat ulushi (moliyalash manbai sifatida) barcha xarajatlar salmog'ining 50 foizini tashkil etadi. Bu ko'rsatkich Buyuk Britaniya, Shvetsiya va Germaniyada 40 foiz atrofida, Fransiyada 57 foiz, Yaponiyada 28 foizga to'g'ri keladi. Ilmiy tadqiqot ishlari va muhandislik tadqiqotlari (ITIMT) sohasining davlat tomonidan bunday e'tibor bilan qo'llab-quvvatlanishi qonuniy bo'lib, bir qator dalillar bilan izohlanadi. Diversifikatsiya sharoitida ilmiy tadqiqot konstruktorlik ishlari davlat tomonidan turli shakllarda qo'llab-quvvatlanishi mumkin, jumladan:

– ilmiy tadqiqotlar uchun bevosita budget mablag'larini ajratish (davlat tashkilotlari orqali moliyalash, shartnomalar tuzish, subsidiyalar ajratish). Ayni holatda davlat yirik xarajatlar talab qilinadigan va ko'plab tavakkalchilikka ega bo'lgan fanning yetakchi yo'nalishlaridagi ko'p kapitalli tadqiqotlarni moliyalashni o'z bo'yniga oladi;

– ilmiy tadqiqotlarni (ITIMT) bilvosita moliyalashning turli usullari: xususiy kompaniyalar, innovatsiya jarayonini rag'batlantirish,

shuningdek, ular investitsiyasini yangi asbob-uskunalar olish uchun kengaytirish maqsadlarida soliq va amortizatsiya imtiyozlaridan foydalanish. Davlat ayni vaqtda kichik tadqiqot biznesi uchun shart-sharoit yaratishga ko'maklashadi, davlat tomonidan fan-texnika taraqqiyotini bevosita moliyalash xususida to'laroq to'xtab o'tamiz. Rivojlangan davlatlarda innovatsiyalarni analda qo'llash uchun subsidiyalar (grantlar) beriladi, subsidiyalarning o'ziga xosligini quyidagicha belgilash mumkin:

– ular kichik ijrochilarning asosiy ish joyida oylik ish haqidan va unga bog'liq bo'lmagan holda beriladi;

– subsidiyalar qaytarib berilmaydi;

– subsidiya olgan olim yoki ilmiy jamoa, olgan mablag'larni mustaqil sarflaydi. AQSH davlat innovatsiya siyosatining obyektini – bu asosan xususiy biznesdir. Davlatning bu boradagi siyosati mavjud ilmiy-texnik yutuqlardan xo'jalikda foydalanishga, ilmiy-texnik majmuada ichki aloqalarni mustahkamlashga qaratilgan. Davlat innovatsiya siyosatining usul va vositalari ancha keng. Bunga u yoki bu ma'noda biznesning innovatsion faolligini rag'batlantiruvchi turli xil davlat tadbirlari kiradi. Amerikalik mutaxassislarining ta'kidlashicha, eng samarali tashkiliy shakllardan biri universitet – sanoat va tadqiqot markazlari sanaladi. Davlat ishtirokida tashkil etiladigan bunday markazlar doirasida juda keng ko'lamdagi ilmiy-texnik masalalarni hal etish imkoni mavjud. Sanoat korxonalarini va universitetlarning hamkorlikdagi tadqiqotlariga oid yirik dasturlar davlatning maqsadli ilmiy jihatdan ishtirokchilar faoliyatining boshqa korporatsiya mexanizmini nazarda tutadi.

O'zbekistonda AQSH davlat innovatsiya siyosatining ma'lum bir tomonini qo'llash mumkinki, bunda davlat moliyaviy mablag'larining umumlashishini va sanoat moddiy texnika bazasini malakali oliy o'quv yurtlari kadrlari bilan ta'minlashi rag'batlantirilishi lozim. Uzoq istiqbolga mo'ljallangan tavakkal ilmiy texnika loyihalariga mablag' ajratishga sanoat korxonalarini qiziqtirish uchun davlat dastlabki xarajatlarni o'z bo'yniga olib qolmasdan, ishtirokchi firmalarga kashfiyot va ixtirolardan foydalanishda bepul litsenziyalar ham berishi kerak bo'ladi.

AQSHdagi eng yirik kompaniyalarda ishlab chiqarish hajmi ko'pincha eng inaqbul me'yordan oshadi, aynan shu narsa ilmiy texnika sohasi rivojlanishida monopoliyani to'xtatadi, kichik firmalar faoliyatining muvaffaqiyati ham shunda. O'zbekistonda yirik firmalar ko'makchisi sifatida ishlaydigan kichik firmalarni tashkil etish uchun

shartsharoitlar mavjud, ularni amaldagi holatini faollashtirish zarur. Ma'lumki, Yaponiya ham innovatsiyalarni juda keng qo'llaydigan davlatlar qatoriga kiradi. Yaponiyada innovatsiya siyosatini amalga oshirishning o'zgacha mexanizmi mavjud, ya'ni Yaponiya hukumati-ning dasturiy hujjatlarida bayon etilgan ilmiy texnika yangiliklari yaratilishida strategik tadqiqotlar etakchilari, yo'lboshchilari guruhi o'qitilishini ta'minlashga qaratilgan. Ayni paytda, innovatsiya siyosatini qayta ko'rish zaruriyatidan kelib chiqqan holda, shu mamlakatning boshqalardan afzal bo'lgan o'z texnika va texnologiyasini ishlab chiqish hamda tatbiq etish patent, litsenziya savdosiga nisbatan talabchanlikni oshirish orqali rag'batlantiriladi. Yaponiyada ishlab chiqilgan mazkur siyosat amalga oshirilishining o'ziga xos tomoni shundaki, kompaniyalarning loyihalarga (ko'pincha davlat tomonidan moliyalanadigan) jalb etish mexanizmi yaxshi ishlaydi. Davlatning bu jarayondagi roli xususiy sektorda, jamoa, sanoat, ilmiy tadqiqotlarni rag'batlantirishda ko'rinadi. U birinchi galda yirik korporatsiyalar bilan hamkorlik qilishga intiladi. Yaponiya tajribasi shuni ko'rsatadiki, demak, O'zbekistonda shakllanayotgan innovatsiya sohasi jiddiy texnologiyalarni amalga oshirish assotsiativ shaklda ilmiy tekshirish tashkilotlari va korxonalari imkoniyatlarini vaqtinchalik yoki doimiy tarzda birlashtirishni talab etadi. Albatta, bunda bosh loyihani amalga oshirish uchun davlat buyurtma berish orqali ko'maklashmog'i kerak. Sanoati rivojlangan ilg'or mamlakatlar innovatsiya siyosatining zamonaviy davlat strategiyasiga xos bo'lgan bir qator umumiy xususiyatlarini sanab o'tish mumkin:

- ilmiy tadqiqotlarning davlat tomonidan moliyalanishi;
- soliq va amortizatsiya siyosatiga mos holda rivojlangan kontrakt tizimi yordamida biznesga ilmiy tadqiqotlar uchun ta'sir o'tkazish;
- universitetlar va davlat ilmiy markazlarida umummilliy ahamiyatga ega ilmiy tadqiqotlarni o'tkazish;
- ta'lim tizimini moliyalash va tashkiliy takomillashtirish, ayniqsa, yuqori malakali kadrlar tayyorlash; – ilmiy-texnik ma'lumotlarni tarqatish tizimini yanada rivojlantirish. Yuqorida sanab o'tilgan sanoati rivojlangan mamlakatlardagi davlat innovatsiya sohasi strategiyasining umumiy tomonlarini u yoki bu darajada O'zbekiston sharoitida qo'llash mumkin. Bu o'rinda albatta, ilgari to'plangan tajriba, an'ana va hukumatning mavjud imkoniyatlarini hisobga olish kerak bo'ladi. Fransiyada ilmiy-texnikani rivojlantirish afzalliklarini ishlab chiqish vazifalari uch yo'nalishda olib boriladi. Birinchi darajadagi ishlar, asosan, ilmiy tadqiqotlar ilmiy markaz (CNRS1) tomonidan amalga oshiriladi. Mazkur

markaz ilmiy tadqiqotlarni, jumladan, ijtimoiy va inson haqidagi fanlar bo'yicha tadqiqotlarni moliyalash borasidagi milliy agentlik sanaladi, u asosan, fundamental tadqiqotlarni qo'llab-quvvatlaydi.

Ilmiy-texnika va innovatsiya rivojlanishining ustunliklarini bashorat qilish hamda belgilash bo'yicha ishlar esa, Fransiyadagi yirik xususiy sanoat va davlat korxonalari tomonidan amalga oshiriladi. Bu borada bir qator muammolar mavjud bo'lsa-da, Fransiya yirik bashorat qilish loyihalarini amalga oshirish bo'yicha katta tajribaga ega. Xususan, atom va molekular fizika, qattiq jismlar fizikasi rivojlanishi bo'yicha bashoratlar qilingan.

Italiyada moliyalash va texnik imkoniyatlar muammolari mavjud tarmoqlarga oid korporatsiya va kichik innovatsiya firmalari o'rtasida mustahkam aloqa mavjud. Daniyada esa, "tarmoqlar sxemasi" (chizmasi) deb ataluvchi kichik innovatsiya firmalarining tarmog'i mavjud bo'lib, ularning innovatsiyalari Angliya, Ispaniya va AQSHga eksport qillnadi. Shvetsiya va Norvegiyada ishchilarning biznesda ishtirokiga ko'maklashishda boy tajriba to'plangan. Buyuk Britaniya xususiy kapitalni jalb etish chora-tadbirlarini qo'llaydi. Niderlandiya va Belgiyada texnologik reytingni yaratish uchun muntazam tarzda ishlovchi banklar va innovatsiya markazlari tarmoqlari tashkil etilgan. Innovatsion jarayonlarni doimiy tadqiq etish uchun Yevropa hamjamiyati 1983-yilda innovatsiyalar va texnologiyalarni uzatishga ko'maklashishning strategik dasturini yaratdi. Bu Yevropada innovatsion jarayonlar samaradorligini belglovchi omillarni davriy tadqiq etishni boshlab berdi. Ushbu dasturni amalga oshirish natijasida to'plangan ma'lumotlar innovatsiya to'g'risidagi "yashil kitob", deb nomlanuvchi maeruzaning yozilishiga sabab bo'ldi. Unda innovatsiya jarayonlarini rag'batlantirishning mavjud imkoniyatlari taklif etilgan.

MDH mamlakatlaridagi iqtisodiy islohotlarga texnik jihatdan ko'maklashish bo'yicha TESIS dasturi birinchi galda o'z oldiga xususiylashtirishning bozor shakllari, moliya, tadbirkorlikni rivojlantirish, tadbirkorlik infratuzilmasini yaratish sohaslaridan Yevropa Nou-Xau tajribalarini o'zlashtirishga qaratilgan. Ko'rinib turibdiki, u asosan boshqaruv, axborot va moliya sohasidagi loyihalarni moliyalashga qaratilgan.

16.4. Korxonalarda innovatsiya jarayonlarini amalga oshirishning zamonaviy strategiyalari

O‘zbekistondagi amalga oshirilgan iqtisodiy islohotlar natijasida ishlab chiqarish korxonalarining real mulk egalari vujudga kelmoqda, biroq korxonalarda innovatsiya jarayonlarini tadqiq etish yoki tadqiq etilganlardan keng ko‘lamda foydalanishni yo‘lga qo‘yish zaruriyatidir. Respublikamizda barcha sanoat tarmoqlarini raqobatbardoshligini va eksport potensialini kuchaytirishda innovatsiyalardan foydalanishni rivojlantirish zaruriyatligini hisobga olgan holda bu masalalarning yechimini topishda mazkur jarayonni amalga oshirishning zamonaviy tashkiliy-iqtisodiy va boshqaruv mexanizmlarini shakllantirish o‘ta muhim o‘rinni egallaydi. Jumladan, sanoat korxonalarida investitsiya-innovatsiya bo‘limlarini tashkil etish hamda uni faoliyatini rivojlantirish uchun barcha qulayliklarni yaratish katta iqtisodiy samara beradi. Bu bo‘limning faoliyatini rivojlantirishda quyidagi qulayliklarning yaratilishi zarurligini taqozo etadi:

- korxonalarda yuqori malakali ilmiy-texnik kadrlarni, ya‘ni mutaxassislikka doir yangiliklarni yarata olish, uni o‘zlashtirish va amalga oshirish qobiliyatlariga ega mutaxassislarni tanlov asosida jalb etish;
- jalb etilgan kadrlarga ularni qoniqtiradigan darajada moddiy va ijtimoiy shart-sharoitlar yaratish;
- jismoniy yoki yuridik shaxslar, oliy o‘quv yurtlari, ilmiy tekshirish institutlari, xalqaro tashkilotlar bilan innovatsiyalarni rivojlantirishda hamkorlikni yo‘lga qo‘yishni kuchaytirishni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash.

Ushbu amalga oshiriladigan faoliyat respublikamizning iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishda katta ahamiyatga ega bo‘lgan ishlab chiqarish korxonalari faoliyatlarining quyidagi iqtisodiy mexanizmlarini ishga soladi:

- korxonalaridagi mavjud texnologiyalarni yuqori modernizatsiya qilish uchun qulay imkoniyatlar yaratiladi;
- real sektorlardagi investitsiya oqimlari samarali o‘zlashtiriladi;
- ishlab chiqarish korxonalari yuqori darajada iqtisodiy rivojlanadi;
- sanoat korxonalarining ishlab chiqarish faoliyati natijasida tabiiy muhitga ko‘rsatayotgan zararning oldi olinadi yoxud kamaytiriladi;
- mamlakatimizdagi sanoat tarmoqlarining import ulushini kamaytirish barobarida eksport ulushini ko‘paytiradi. Jumladan, korxo-

naning muvaffaqiyati va raqobatbardoshligining kafolati uning faoliyatini samarali innovatsion strategik yo'nalishlarda olib borish hisoblanadi.

Innovatsion faoliyat bo'yicha optimal strategiyani tanlash ushbu faoliyatni samarali boshqaruvining tarkibiy qismi bo'lib, ishlab chiqarishda ko'zlangan daromad ulushini ko'paytiradi.

Innovatsiya strategiyasini samaraligini tanlash tadqiqotlarni olib borish, yangi mahsulotlarni yaratish kabi faoliyat turlari bilan bevosita bog'liqdir. Ushbu strategiya asosida strategik rejalashtirish, avvalo, resurslarni oqilona taqsimlash va undan samarali foydalanish, ya'ni korxonalar resurslarini tashkil etuvchi moliyaviy mablag'lar, ishchi kuchlar va texnologiyalardan samarali foydalanishni rejalashtirishdan iborat. Bundan tashqari, korxonalar yangi tarmoqlarni barpo etishda inqirozga yuz tutgan korxonalarni sotib olish orqali samarali "portfeliga" ega bo'ladi yoxud iste'molga yaroqsiz mahsulotlarni qayta ishlash orqali yangi iste'molchilarni jalb etadi, hattoki yangi bozorlarni egallash imkoniyati yaratiladi. Shuningdek, innovatsiya strategiyasi asosi bo'yicha korxonalar faoliyatini tashqi muhitdagi har qanday o'zgarishlarga moslashuvchan rejalarni tuzish va amalga oshirishni yo'lga qo'yish zarur. Bunda rejada ishlab chiqilgan chora-tadbirlarni amalga oshirish natijasida ish o'rinlarini yaratish, iste'molga zarur bo'lgan mahsulot hajmini ko'paytirish, aholini daromadini oshirish va korxonaning iqtisodiy salohiyati yuksaladi.

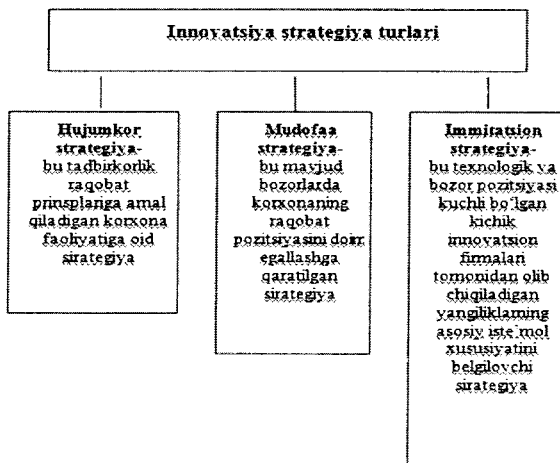
Innovatsion strategiya nazariy va empirik (amaliy) tadqiqotlar olib borishning muhim yo'nalishi bo'lib, uni amalga oshirishda qabul qilgan qarorlar yangiliklardan foydalanish darajasi bo'yicha strategik va moliyaviy samaradorligi o'sib boradi. Shuning uchun rahbariyat yangiliklarni qabul qilishiga ijobiy munosabatda bo'lsa, uni joriy etish ehtimoli yuqori bo'ladi va belgilangan strategik maqsadga erishiladi.

Strategik maqsadga erishishda avval maqsad aniq va to'g'ri ifodalanishi, tashqi omillarning (mavjud imkoniyatlar, xavf-xatar, raqobatchilarning kuchli va zaif tomonlari) tahlillarini aniq olib borish, shundan so'ng innovatsiya strategiyasini tanlash zarur. Hozirgi vaqtda zamonaviy innovatsiya strategiyalardan, ya'ni yuqori samaraga ega bo'lgan hujumkor, mudofaa, imitatsion (o'xshash) strategiyalardan foydalanish korxonalar uchun zarurdir.

Hujumkor strategiyada tadbirkor innovatsion mahsulotlarni birinчилardan bo'lib o'zlashtiradi va bozorga olib chiqadi. Shu orqali tadbirkor o'z faoliyatining raqobatbardoshligini oshiradi va o'zi uchun ko'p daromad olishiga imkoniyat yaratadi. Chunki hujumkor strategiya

asosida mahsulotlarni o‘zlashtirilishida uning raqobatchisi bo‘lmaydi. Bu yo‘nalishlarda faoliyat ko‘rsatayotgan tadbirkorlar yangicha yondashuvlar asosida ommalashmagan ishlab chiqarish bilan ko‘proq shug‘ullanadilar. Bu esa ularni birinchilar qatorida bo‘lishni ta‘minlaydigan muhitni keltirib chiqaradi.

Hujumkor strategiya asosida boshqa ishlab chiqaruvchilarga jiddiy ta‘sir ko‘rsatish mumkin. Shuning uchun innovatsiyalarni korxonada qo‘llashdan avval SWOT tahlillarini o‘tkazib borish yo‘lga qo‘yiladi. Mudofaa strategiyasida ilmiy-tadqiqot va konstruktorlik ishlarini amalga oshirishdagi bosh vazifasi “xarajat-natija” nisbatlarini jadallashtirish hisoblanadi, ya‘ni olib boriladigan innovatsion faoliyatning natijalarini iste‘molchilari avvaldan ma‘lum bo‘lishi kerak. Bunday strategiyalar raqobatchilar bilan hisoblashib yoki ularning ham xatti-harakatlarini inobatga olib amalga oshiriladi. Biroq, barcha faoliyatlar korxonaga manfaatiga bo‘ysundirilgan bo‘ladi. Immitatsion strategiyadan yangiliklardan foydalanish bo‘yicha faol bo‘lgan korxonalar tomonidan qo‘llaniladi. Bunday strategiya texnologik va bozor pozitsiyasi kuchli bo‘lgan kichik innovatsiya firmalari tomonidan olib chiqilgan yangiliklarning asosiy iste‘mol xususiyatini belgilaydi. Iste‘molga qarab yangiliklarni amalga oshirib borish yo‘lga qo‘yiladi. Strategik turlarni korxonaga o‘z faoliyatidagi maqsad turini, iqtisodiy potensialini va mollyaviy mablag‘larini, tashqi omillarni to‘liq qilingan tahlillari asosida tanlash zarur.



16.1-rasm. Korxonaga faoliyatida innovatsiyalarni amalga oshirishdagi zamonaviy strategiyalar

Strategiyani to'g'ri va oqilona tanlash korxonaning iqtisodiy samaradorligini oshiradi, shu bilan birga eksport potensialini ko'taradi va raqobatbardoshligini mustahkamlaydi. Bizning mamlakatda bugungi kunda korxonalarda innovatsiyalarni qo'llash darajasini oshirish talab etiladi. Buning uchun davlat siyosatida innovatsiyalarni joriy etishga yo'naltirilgan chora-tadbirlar ustuvorlik qilmoqda. Buning uchun uning motivatsiyasi yaxshi yo'lga qo'yilmoqda. Eng muhimi mamlakatimizda huquqiy, iqtisodiy va tashkiliy baza tobora takomillashib bormoqda. Shuning uchun korxonalarda innovatsion faoliyat motivatsiyasiga jiddiy e'tibor berilmoqda. Ammo ba'zi korxonalarda hamon innovatsion faoliyat motivatsiyasining muammolari haqida so'z yuritish mumkin. aniqrog'i ayrim korxonalarni innovatsiyalarni qo'llash jarayonlari juda sust. O'zbekiston iqtisodiyotining oldida juda muhim strategik masallardan biri – bu korxonalarda innovatsiyalarni qo'llashdagi salohiyatni oshirish turibdi. Bu masala texnologik krizisdan chiqish va ishlab chiqarishning past industrial texnologik usulining shakllanishining tugunli yo'nalishlarida uzilishlar paydo bo'lishdan saqlaydi.

Asosiy tayanch tushunchalar

Texnologik innovatsiyalar, innovatsion faoliyat samaradorligi, aksiyalangan kapital, aksiya bozori, ilmiy-texnik ijod, fan-texnika siyosati, subsidiya, tadbirkorlik infratuzilmasi, innovatsiyalar portfeli, immitatsion strategiya, bozor pozitsiyasi.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Innovatsiyalarning mohiyati va turlari.
2. Innovatsion jarayonlarni amalga oshirish shart-sharoitlari va omillari.
3. Korxonalarda innovatsion jarayonlarni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash shakllari va yo‘nalishlari.
4. Korxonada innovatsion faoliyatini moliyalashtirish yo‘llari.
5. Ilmiy tadqiqotlarni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashga yo‘naltirilgan davlat dasturlari.

XVII bob. KORXONALARNING STRATEGIK RIVOJLANISHIDA MARKETING FAOLIYATI

Mazkur bobda korxonalarda zamonaviy talablarga javob beruvchi, raqobatbardosh va import o'rnini bosuvchi mahsulotlarni ishlab chiqarish hajmini oshirish, asossiz import hajmini qisqartirish, eksportbop mahsulotlarni ishlab chiqarish, yangi ish joylarini yaratish kabi maqsadlarni namoyon etadi. Bu masalani hal etishda har bir korxonada marketing asosida o'zini faoliyatini amalga oshirmog'i lozim. Shunday ekan, milliy korxonalarda marketing tamoyillarini qo'llash asosida korxonada strategiyasini ishlab chiqish iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida muhim ahamiyatga ega bo'lib, bu masala biz uchun o'z dolzarbligini yo'qotmaydi. Yuqorida ko'tarilgan masalalar mazkur bobda o'z ifodasini topgan.

17.1. Korxonalarda marketing faoliyatini boshqarish tizimining nazariy asoslari

17.2. Marketing boshqarish tizimining tarkibiy qismlari va funksional vazifalari

17.3. Marketing faoliyatini boshqarishni rivojlantirish iqtisodiyot tarmoqlarining yuksalish omilidir

17.4. Ishlab chiqarish korxonalari boshqaruv tizimida marketing bo'limi faoliyatini rivojlantirish yo'llari

17.5. Marketing tadqiqotlari asosida korxonada tovar siyosatini ishlab chiqish

17.1. Korxonalarda marketing faoliyatini boshqarish tizimining nazariy asoslari

Marketingni boshqarish – marketing faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan barcha moddiy, moliyaviy, me'yoriy va boshqa resurslarning majmui bo'lib, uni amalga oshirish jarayonida barcha xodimlar faoliyatini bir maqsadga yo'naltirish, uyushtirish va muvofiq-

lashtirishdan iboratdir.⁷³ Bunda iqtisodiy, texnikaviy va boshqa qonunlardan ongli ravishda foydalaniladi. Bu faoliyat marketologlardan nihoyatda katta bilim, shijoat va tuganmas mehnat talab qiluvchi murakkab tizimdir.

Amerika marketing assotsiatsiyasi tomonidan ma'qullangan ta'rifga ko'ra marketing-menejment quyidagicha ta'riflanadi: marketing-menejment – g'oyalar, mahsulotlarning bahosi, siljitish va taqsimot siyosatlarini rejalashtirish va amalga oshirish jarayonidir.

Ushbu ta'rifga ko'ra marketingni boshqarish jarayon bo'lib, o'z ichiga tahlil, rejalashtirish, tatbiq etish va nazoratni oladi hamda ayir-boshlash tushunchasiga asoslanadi. Asosiy vazifa ushbu jarayonda ishtirok etadigan barcha tomonlarning qoniqish hissiyotiga erishishdir.

Marketingni boshqarish har qanday bozorda amalga oshirilishi mumkin. Ishlab chiqarish va oziq-ovqat tovarlarini sotuvi bilan, xarid bo'yicha menejer esa xomashyo bozori bilan munosabatda bo'ladi. Ularning vazifasiga vazifalarni qo'yish va ushbu bozorlarda qoniqarli natijalarga erishish uchun strategiyani aniqlashdan iboratdir. Lekin ular bozorning faol subyektlari sifatida qaralmaydi. Marketingni boshqarish iste'mol bozoridagi shaxsiy ishbilarmonlik munosabatlari bilan o'xshash.

Iste'mol bozorida marketing sotish bo'yicha menejerlar, sotish bo'limi xodimlari, reklama va siljitish bo'yicha menejerlar, tahlilchilar, mijozlar bilan ishlovchi menejerlar, tovarlarni ishlab chiqarish va sotish bo'yicha menejerlar, savdo markasi menejerlari, marketing bo'yicha kompaniya vitse-prezidenti tomonidan amalga oshiriladi. Ularning har biri oldiga vazifa qo'yilgan va javobgarlik darajasi aniqlangan, ko'pchilik xodimlarning mansab vazifalari reklama va marketing tadqiqotlari singari maxsus marketing resurslarini boshqarishni o'z ichiga oladi va aksincha mahsulotni ishlab chiqarish va sotish bo'yicha menejerlar va marketing bo'yicha vitse-prezidentlar esa dasturlarni boshqarishadi. Ularning vazifasi transaksiyalar (ikki yoki undan ortiq tomonlar o'rtasidagi qimmatdorliklar bilan ayirboshlash)ning ko'zda tutilgan hajmiy va daromadli darajasiga erishish uchun dasturlarni tahlil qilish, rejalashtirish va amalga oshirishdan iboratdir.

Marketingni boshqarish talabning darajasi, vaqtinchalik chegaralari va tuzilmasiga ta'sir etish vazifasini yechishga qaratilgan bo'lib, bunda tashkilot qo'yilgan maqsadga erishish lozim. Mohiyatiga ko'ra, marketingni boshqarish talabni boshqarish bo'lib, u marketing tadqiqotlari,

⁷³ Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент - СПб: Питер Ком, 2010, -96 стр.

rejalashtirish, rejalarni amalga oshirish va nazorat orqali amalga oshirildi. Marketing rejalashtirish bilan shug'ullanar ekan, bozorning faol subyektlari ya'ni kompaniyalar maqsadli bozorlar, markani pozitsiyalashtirish, ishlab chiqarishni rivojlantirish, baho siyosati, taqsimot kanallari, jismoniy taqsimot, kommunikatsiyalar va tovarni bozorda siljitish kabi masalalar bo'yicha qarorlar qabul qilishlari lozim.

Marketingni boshqarish doimo o'zgaruvchan bozor holati sharoitlarida tovarlar bo'yicha ishlab chiqilgan dasturning bajarilishini borishi ustidan doimo kuzatish va tuzatish kiritilgan qarorlar qabul qilishni ko'zda tutadi.

Marketingni boshqarish tizimining tarkibiy qismlari: maqsad tamoyillari, vazifalari, tashkiliy tuzilishi, usullari, boshqarishning texnika va texnologiyasi, kadrlar va boshqalardan iborat. Marketingni boshqarishning maqsadi tizimning to'g'ri va murakkabligi darajasiga qarab o'zgaradi. Uning tashkiliy tuzilishini mezoni va maqsadi deganda marketingning tarkibiy tuzilishining dinamik barqarorligi, evolyutsiya o'zgarishlari va tashqi muhit bilan o'zaro ta'siri tushuniladi. Bu maqsad marketing faoliyat ko'rsatayotgan sohalarda belgilangan darajadagi foyda olishga yo'naltirilgan barcha faoliyatni boshqarishdir.

Ishlab chiqaruvchilarning maqsadga qaratilgan xulqi hammadan avval muammolarni qamrab oluvchi boshqaruv vazifalarida, hamda bu muammolarni hal qilishga yo'naltirilgan tadbirlarni rejalashtirish, tashkil qilish, o'tkazish va nazorat qilishda o'z aksini topadi. Shuning uchun korxonada marketing faoliyati uchun quyidagi masalalar katta ahamiyatga ega:

Birinchidan, axborotlarni yig'ish va ishlab chiqish:

- tashqi muhit haqidagi ma'lumotlar;
- ishlab chiqarish, moliya va boshqa xarakterdagi ichki cheklashlar haqidagi ma'lumotlar;
- atrof-muhitning turli xil sharoitlarida turli xil asboblarning ta'siri haqidagi ma'lumotlar;

- bozorga ta'sir qilish va xaridorlarda afzaldik yaratishning mavjud imkoniyatlari haqidagi ma'lumotlar. Bu axborotlar maqsadli guruhni belgilash uchun zarur. "Bozorni segmentlash" nomini olgan bu jarayonning borishida statistik uslublar yordamida xaridorlarning geografik, biologik, ijtimoiy-demografik va ruhiy alomatlarini tadqiq qilinadi.

Ikkinchidan, marketing uskunalaridan foydalanish masalalari muhimdir. Bozor to'g'risidagi haqiqatni bilish tovarni yaratish va qulay sharoitlarda rejalashtirilgan miqdordagi tovarni sotishga erishish uchun

uni sotish vaqtini tanlashga imkon beradi. Buning uchun sotuvchi ixtiyorida mahsulotning quyidagi muammolari bo'ladi:

- mahsulot bilan ishlash birinchi navbatda uning xususiyatlarini;
- mahsulot sifati;
- marka nomini tanlashlarni belgilash yoki o'zgartirishga yo'naltirilgan. Bundan tashqari, bu yerga yana sanoatda ishlab chiqarish dasturi va savdoda navlarni butlash, yangi mahsulotni rivojlantirish, mijozlarga texnik va savdo xizmatlarini ko'rsatish kiradi;
- narxlarning belgilanishi va o'zgarishi, narxlarning darajalanish imkoniyatlari, chegirmalar berishni o'z ichiga oluvchi narx-navo siyosati;
- taqsimlash-sotish tizimini yaratish, sotish narxlarini tanlash, sotish uslublarini qo'llash, yetkazib berishga tayyorgarlik haqidagi qarorni ishlab chiqish, korxonaning ko'lami va joylashishini qamrab oladi;
- kommunikatsiya o'z ichiga reklama turlari elementlari, sotishni qo'llab-quvvatlashni oladi, ya'ni u xabardor qilingan va faollashtirilgan bo'lajak xaridorlarga ularning taklifning foydaliligiga ishonitirishga va xarid qilishga undashga yo'naltirilgandir.

Marketingni boshqarish marketing faoliyatini tashkil qilish masalalarini o'z ichiga oladi. Shunisi shubhasizki, korxonalar faqat barcha xizmatlar marketing predmetini tan olgandagina, izchil bozor siyosatini amalga oshira olmaydi. Mezonlar sifatida vazifalar, mahsulotlar, mijozlar guruhlari, hududiy sohalar qabul qilinishi mumkin. Mezonlarga muvofiq har turdagi tashkiliy tuzilmalar ko'riladi.

Marketingni boshqarishning maqsadli bozorlardagi ayirboshlashning ma'lum natijalariga ongli ravishda erishishga urinish sifatida qarash mumkin. Ma'lumki marketingni asosida puxta o'ylangan samarali va ijtimoiy – mas'uliy faoliyat falsafasi yotadi.

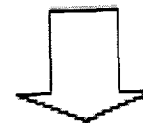
Bunda tashkilotlar, iste'molchilar, jamiyat manfaatlarini musharakligi masalasi muhimdir. Korxonalar yoki tashkilotlar marketing asosi sifatida raqobatlashuvchi 5 ta kontsepsiyani olish mumkin:

- Ishlab chiqarishga yo'naltirilgan kontsepsiya;
- Mahsulotga yo'naltirilgan kontsepsiya;
- Sotishga yo'naltirilgan kontsepsiya;
- Marketingga yo'naltirilgan kontsepsiya;
- Ijtimoiy mas'uliy marketing kontsepsiyasi.

Ishlab chiqarishga yo'naltirilgan kontsepsiya – bu kontsepsiya eski biznes nazariyalaridan bo'lib, uning mohiyati quyidagicha: iste'mol-

chilar arzon va xarid qilish mumkin bo'lgan tovarlarni xarid qilishga moyil hisoblanadi.

Marketingni boshqarish – marketingning faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan barcha moddiy, moliyaviy, me'yoriy va boshqa resurslarning majmuy bo'lib, uni amalga oshirish jarayonida barcha xodimlar faoliyatini bir maqsadga yo'naltirish, uyushtirish va muvofiqlashtirishdan iboratdir.



Marketing boshqaruvi besh tondashuvlari asosida amalga oshiriladi:

- Ishlab chiqarishni takomillashtirish;
- Tovarlarni takomillashtirish;
- Tijorat xarakatlarini intensifikatsiyasi;
- Yuqorida ko'rsatilgan yondashuvlar yig'indisini o'z ichiga olgan marketing strategiyasi sifatida;
- Ijtimoiy- marketing.

17.1-rasm. Marketing boshqarishning mazmuni⁷⁴

⁷⁴ Kotler Ф. Маркетинг и менеджмент - СПб: Питер Ком, 2010.

Ishlab chiqarishga yo'naltirilgan tashkilot menejerlarining asosiy vazifasi mahsulot ishlab chiqarishning yuqori samaradorligiga erishish va uning optimal taqsimlashni amalga oshirishdir.

Ushbu kontsepsiya 2 ta holatga asoslanadi:

1-holatda mahsulotga bo'lgan talab taklifdan yuqori bo'ladi. Bunday holatlarda xaridorlar mahsulotlarni sotib olishga qiziqishadi, sifatiga esa e'tibor berishmaydi. Ishlab chiqaruvchilar esa ishlab chiqarishni kengaytirish usullarini qidirishadi;

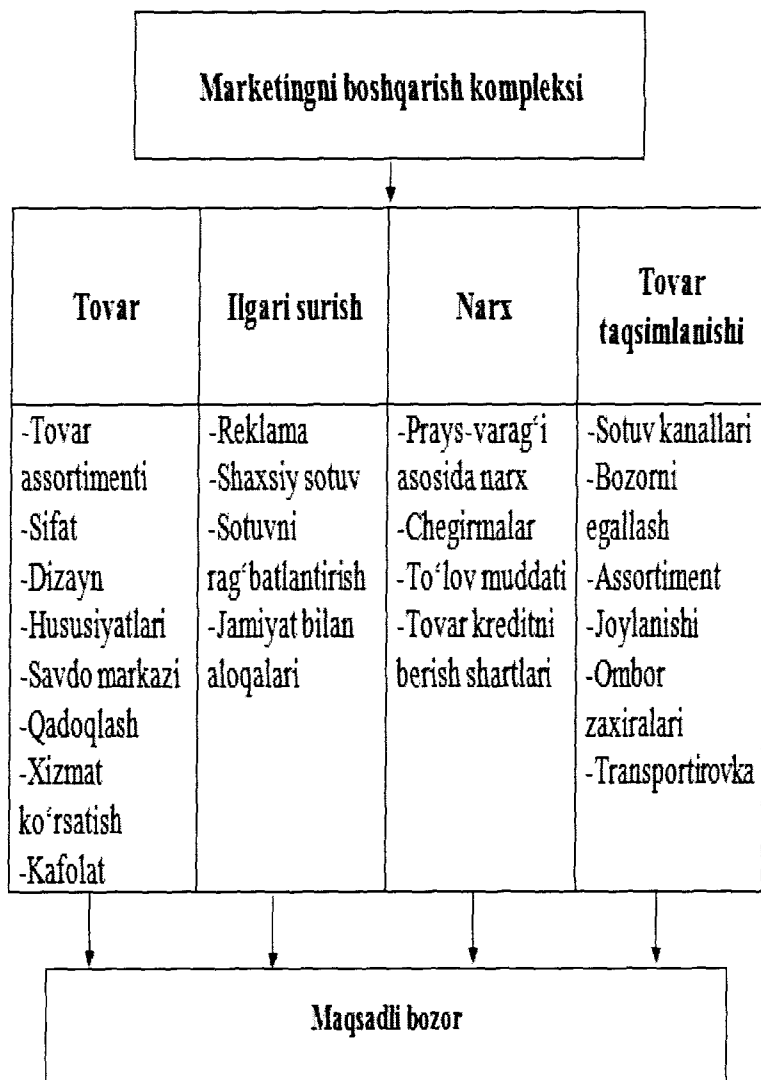
2-holatda esa mahsulot bahosi yuqori va bozorni kengaytirish uchun bahoni tushirish zarur bo'ladi.

Mahsulotga yo'naltirilgan kontsepsiya. Ko'pchilik kompaniya ushbu kontsepsiyaga e'tibor berishadi. Ushbu kontsepsiyaga ko'ra xaridorlar yuqori sifatli va yaxshi ekspluatatsion xossalarga ega bo'lgan tovarlarga moyilligini bildirishadi. Menejerlar esa o'z kuchlarini yuqori sifatli mahsulotlarni ishlab chiqarish va ularni takomillashtirishga qaratadilar.

Marketing kontsepsiyasi biznes falsafasi bo'lib, oldingi 3 ta kontsepsiyani o'ziga mujassamlashtiradi. Bu kontsepsiyaning asosiy holatlari 50-yilning o'rtalarida shakllandi. Marketing kontsepsiyasi xaridorlarning didlari va ehtiyojlarini aniqlash, maqsadli bozorlarni aniqlash va xaridorlarni raqobatchilarga ko'ra samarali usullar bilan qondirishdan iboratdir. Sotish kontsepsiyasining asosiyda sotuvchi talablari tursa, marketing kontsepsiyasida esa xaridor talablari turadi. Sotish kontsepsiyasida sotuvchi tovarlarni pulga aylantirish bilan mashg'ul bo'ladi, marketing kontsepsiyasida esa haridorlarning ehtiyojlarini qondirish asosiy vazifa hisoblanadi. Marketing kontsepsiyasida kompaniyalar maqsadli bozor yoki bozorlarni puxta tanlab olishlari zamm.

Kompaniya barcha bo'limlarining faoliyati xaridor manfaatlarini qondirishga qaratilganda integratsiyalashgan marketing tizimi shakllanadi. Integratsiyalashgan marketing 2 darajali tizim hisoblanadi. 1-darajasi turli xil marketing funksiyalarini bajaruvchi xizmatlar hisoblanadi (sotish xizmati, reklama, ishlab chiqarishni boshqarish, mahsulotni sotish, marketing tadqiqotlari). Bu barcha funksiyalar bir biri bilan bog'langan bo'lishi kerak va ularning bajarilishi muvofiqlashtirilgan bo'lishi kerak. 2-darajasi kompaniyadagi barcha bo'limlarning ishini muvofiqlashtirishdir. Barcha bo'limlarning boshqaruv ishini rag'batlantirish maqsadida ichki va tashqi marketingga katta e'tibor beradi. Tashqi marketing kompaniyada ishlaydigan kishilarga qaratilgan bo'ladi. Ichki marketing esa ishchilarni yollash, o'qitish, xaridorlarga

xizmat ko'rsatish darajasini yuksaltirish bo'yicha kompaniya xodimlarini rag'batlantirishdan iboratdir.



17.2-rasm. Marketing kompleksini tarkibiy elementlari⁷⁵

⁷⁵ Кершген Х. Маркетинг: основы профессионального успеха: Учебник для вузов: Пер. влажный –М.: ИНФРА –М., 2000. -134 стр.

Ijtimoiy mas'uliy marketing kontsepsiyasi maqsadli bozor manfaatlari va ehtiyojlarini aniqlashni tashkil etish va xaridorlarni raqobatchilarga qaraganda samarali usullar bilan qondirish va bunda xaridorlarning raqobatchilarga qaraganda samarali usullar bilan qondirish va bunda xaridorlarning turmush darajasini saqlab qolish va mustahkamlash hamda butun jamiyatni ham saqlab qolish va mustahkamlashdan iboratdir.

Marketingni boshqarishning uslubiy asoslari bu - F.Kotler fikricha, marketingni boshqarish jarayoni quyidagilardan tashkil topgan:

- bozor imkoniyatlarining tahlili;
- maqsadli bozorni tanlash;
- marketing kompleksini ishlab chiqish;
- marketing chora-tadbirlarini hayotga tatbiq etish.

Bozor imkoniyatlari tahlilida marketing tadqiqotlari marketing axboroti, marketing muhiti, bozori tuzilishi, ulgurji va chakana savdo tahlili olib boriladi. Maqsadli bozor tanlashda esa: talab hajmini o'lchovchi, bozorni segmentlash jarayonlari ko'rib o'tiladi. Talab hajmini o'lchovi va uning bashorati ko'p darajali xarakterga ega. Marketing tadqiqotlari jarayoni o'z ichiga bir qator operatsiyalarni oladi. Masalan, ikkilamchi axborot korxonada tekshirilishi zarur bo'lgan muammo yoki masalani belgilab olguniga qadar o'rganilmaydi, birlamchi axborot esa ikkilamchi simchiklab o'rganib chiqilmaguniga qadar yig'ilmaydi.

Birlamchi ma'lumotlar har doim kerak emas, ko'p hollarda muammoni ularsiz ham hal etish mumkin. Marketing kompleksini ishlab chiqarish, tovarga narx o'rnatish, tovarlarni tarqatish usullari va sotishni rag'batlantirish, ishlab chiqarishning kommunikativ siyosati ustida ishlar olib boriladi.

Korxonalarda marketingni tatbiq etishning vatanimiz va xorij tajribasi shuni ko'rsatadiki, marketingni tashkil qilish bu maxsus ajratilgan bo'lim bo'lmay, unga topshirilgan belgilangan vazifalarni, odatda korxonada hozirgi vaqtgacha bajarmaganlar yoki qisqacha bajargan kiradi. Marketing xizmatlarini tashkil etish turli xil tartibda amalga oshirilishi mumkin.

Ammo shuni ta'kidlash kerakki, bunday xizmat, qoidaga ko'ra, bosqichma-bosqich korxonaning turli xil bo'linmalariga tarqatib yuborilgan marketingning barcha asosiy vazifalari birlashtirilib shakllantiriladi.

Marketingni boshqarishning asosiy funksiyalari

Marketingning funksiyalari	Faoliyat turi
<p>Bozorni kompleks tadqiq qilish</p>	<p>Bozorning asosiy ko'rsatkichlarini aniqlash. Bozorning rivojlanish istiqbollari. Iste'molchilarni o'rganish, iste'molchilarning tovarga munosabati, xarid qilish sabablari, xarid qilish usullari. Raqobat-chllar pozitsiyalarining va faoliyat amaliyotining tahlili. Bozorni segmentlash. "Muvofaqiyat xal qiluvchi omillar"ni aniqlash.</p>
<p>Tovar assortimentini rejalashtirish</p>	<p>Ishlab chiqarishning assortiment tarkibini ishlab chiqish. Tovarining rivojlanish an'analari. Tovarining iste'mol va texnik ko'rsatkichlari o'rtasida o'zaro aloqani o'rnatish, yangilik kiritish siyosati. Tovar raqobatbardoshligini baholash. Baho siyosati.</p>
<p>Talabni shakllantirish va sotishni rag'batlantirish</p>	<p>Aloqalar o'rnatishni rivojlantirish. Reklama. Sotishda ishlovchilarni ixtisoslashtirish. Korxonada imidjini shakllantirish.</p>
<p>Savdo-sotiq faoliyatini rejalashtirish va tashkil etish</p>	<p>Sotish va tovar harakati kanallarini tanlash. Tovar aylanishi, assortiment pozitsiyalari bo'yicha rejalashtirish. Mahsulot sotishni optimal sharoitlarini aniqlash. Sotishni prognozlash.</p>

Shuning bilan bir vaqtda korxonaning marketing xizmati birga emas, balki bir necha bo'limlar bilan ko'rsatilishi mumkin.

17.2-jadval

Marketingni boshqarishda marketing xizmati bo'limlari faoliyatining asosiy turlari⁷⁶

Bo'limlar	Faoliyat turi
Bozorni tadqiq qilish bo'limi	Bozorning asosiy ko'rsatkichlarini aniqlash. Bozorning rivojlanish istiqbolini prognozlash. Iste'molchilarni o'rganish. "Muvaffaqiyatning asosiy omillari"ni aniqlash. Raqobatchilar faoliyatini tahlil qilish.
Mahsulot assortimenti rejalashtirish bo'limi	Ishlab chiqarishning assortiment tarkibini ishlab chiqish. Tovarining iste'mol va texnik ko'rsatkichlari o'rtasida o'zaro bog'liqlikni o'rnatish.
Sotuv bo'limi	Sotish va tovar harakati kanallarini tanlash. Mahsulot assortimenti bo'yicha tovar aylanishini rejalashtirish. Mahsulotni realizatsiya qilishning optimal sharoitlarini aniqlash. Sotishni prognozlash.
Firma do'konlari	Xaridorlar talabini o'rganish. Xaridorlarni rag'batlantirish. Sotish kanallari ishlovchilarini rag'batlantirish. Korxonada obro'e'tiborini shakllantirish.

Reklama byurosi	Mahsulotni reklama qilish. Korxonada obro'e'tiborini shakllantirish. Axborot almashuvchanlikni rivojlantirish.
------------------------	--

Bunday holatda barcha marketing vazifalarini aniq muvofiqlashtirish kerak. Marketingning hozirgi vazifalari quyidagichadir: bozorni kompleks o'rganish: tovar navlarini rejalashtirish; talabni shakllantirish va sotishni rag'batlantirish; savdo-sotiq faoliyatini rejalashtirish va tashkil qilish. Korxonalarda marketing xizmatini yaratishda bosqichma-bosqich yondoshish maqsadga muvofiq. Vazifalarning har biriga faoliyatning ixtisoslashtirilgan turi kiradi, ular quyidagi 2-jadvalda keltirilgan.

O'zbekiston Respublikasi korxonalari, assotsiatsiyalari faoliyatining marketing xizmatlari bo'yicha tahlili shuni ko'rsatadiki, bajarilayotgan vazifalarning asosiy qismi tijorat xizmatlari bo'linmalari zimmasiga yuklatilgan. Shu sababli marketing xizmatini tijorat bloki asosida tashkil qilish maqsadga muvofiqdir.

Marketing xizmat bo'limlari faoliyatining asosiy turlari quyidagi 2-jadvalda keltirilgan:

Bunday tuzilma bozor tuzilmalariga ephillik bilan javob berishi va yangi tovarlarni tatbiq etishga ko'maklashadi, shu munosabati bilan marketingning ko'pgina vazifalarini bajarish bitta bo'linmaga joylashadi, u boshqa xizmatlar harakatini muvofiqlashtiradi va korxonada marketing strategiyasi va taktikasini ishlab chiqish uchun bog'lovchi segment hisoblanadi.

Marketingning murakkab masalalaridan biri nazorat-marketing sohasida holatlar va jarayonlarni doimiy, muntazam, uzluksiz tekshirish va baholashdir. O'z mohiyatiga ko'ra nazorat me'yorlarni va haqiqiy holatni taqqoslashni bildiradi. Muhit sharoitlarining tez o'zgarishi, bozor vaziyatlariga tez e'tibor berish zarurligi marketing nazoratini muhim ahamiyat kasb etishiga olib keldi.

Marketing nazoratining asosiy maqsadlari quyidagilardan iboratdir:

- maqsadlarga erishish darajasini belgilash;
- yaxshilanish imkoniyatini aniqlash;
- korxonada moslashuvchanligini talab qilingan atrof-muhit o'zgarishlariga qanchalik mos kelishini aniqlash.

Mamlakatimiz korxonalari, assotsiatsiyalarida marketing xizmatlarini tashkil qilish marketingga tayangan boshqaruv tizimini yaratishga

⁷⁶ Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент - СПб: Питер Ком, 2010 - 45 стр.

imkon beradi.

Marketing faoliyatining nazorati mahsulotlarni sotish ustidan nazorat qilish, sotish imkoniyatlarini tahlil qilish, tadbirkorlik faoliyatining foydaliligini nazorat qilish, marketing xarajatlarini tahlil qilish, texnik va strategik nazorat va marketing taftishini nazarda tutadi.

Marketingning nazorati va taftishining asosiy vazifasi korxonalar assotsiatsiyalarning ishlab chiqarish, sotish va ilmiy-texnik faoliyati samaradorligini oshirishdan iboratdir.

Qoidaga ko'ra, marketing faoliyatining nazorati quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- sotishni amalga oshirish va uni imkoniyatlari ustidan nazorat;
- foydalilikning nazorati va marketing xarajatlari tahlili;
- strategik nazorat va marketingni taftish etish.

Sotish faoliyatini nazorat qilish haqiqiy sotish va ular tendensiyalarini rejalashtirilgan ko'rsatkichlari bilan taqqoslashda hisobga olish yo'li bilan amalga oshiriladi.

Foydalilikni nazorat qilish va marketing xarajatlarini tahlil qilish alohida tovarlar, ularning assortiment guruhlari, bozor segmentlari, hududlari, savdo kanallari, reklama vositalari, savdo xodimlari va boshqalar bo'yicha amalga oshiriladi.

Marketingning strategik nazorati va tahlili korxonada ishlab chiqarish, sotish va ilmiy-texnik faoliyati rivojlanishining asosiy qiyinchiliklari va istiqbolini aniqlash maqsadida asosiy vazifalar, strategiyalar, marketing tashkilotlari baholarini belgilaydi.

Marketingning taftishi, qoidaga ko'ra, o'z ichiga marketingning makro va mikro muhiti marketing xizmatlarini faoliyat yuritish samaradorligining tahlilini, hamda marketing siyosati: tovar, narx, reklama va xodimlarni o'z ichiga oladi.

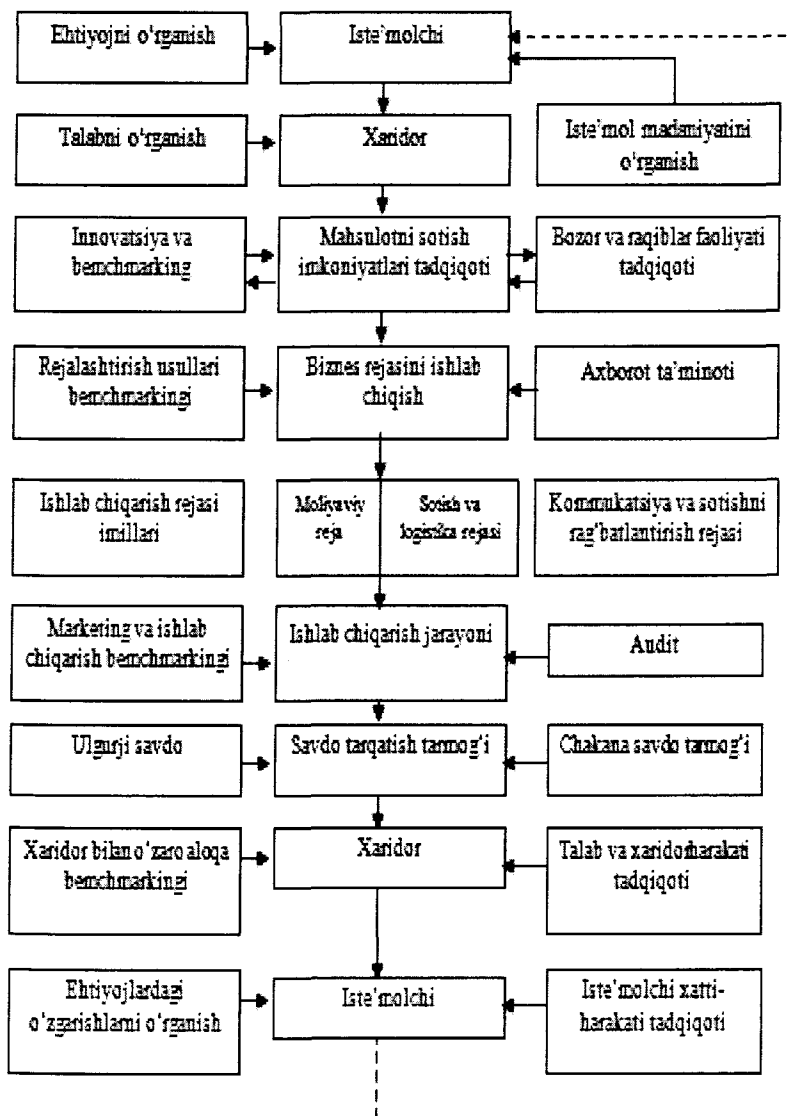
Nazoratni tashkil qilish korxonaning kattaligi, xodimlarning malakasi, nazorat vazifalarining murakkabligiga bog'liq bo'ladi.

Korxonada marketingning tashkil qilinishi o'sishi bilan uning ixtisoslashuviga va marketing nazoratining alohida birligini yaratishga ehtiyoj ortib boradi.

17.2. Marketing boshqarish tizimining tarkibiy qismlari va funksional vazifalari

Hozirgi zamon bozorida har qanday tadbirkorlik muvaffaqiyati

iste'molchi bilan doimiy, ishonchli va samarali hamkorlikning mavjudligi hamda uning huquq va obro'sini uzluksiz himoyasiga bog'liq bo'lib qolmoqda. Shuning uchun marketing, firmani bozorda ko'zlagan maqsadiga erishish yo'lidagi doimiy tashabbuskorlik, tashkilotchilik, rejalashtirish, joriy hamda strategik boshqarish jarayoni deb qaralmoqda.



17.3-rasm. Marketingni boshqarish jarayoni⁷⁷.

Marketing jarayoni, – G.L.Bagiyev va boshqalar⁷⁸ fikricha, – ehtiyojni o‘rganish, mahsulot (xizmat)ni xaridorlar va bozor imkoniyatlari darajasida ishlab chiqarish, taqsimlash, sotish bilan bog‘liq bo‘lgan harakatlar va bosqichlar majmuasidan iborat.

Marketing jarayoni quyidagi amaliy bosqichlarni o‘z ichiga oladi: g‘oyani aniqlash (shakllantirish), yo‘nalishni muhokama qilish, maqsadni belgilash, bazis tahlil, korxonaga ko‘rsatkichlarini aniqlash, bozor ko‘rsatkichlarini hisoblash, hisob-kitoblar (axborot) tahlili, sotish bo‘yicha maslahatlar, bozorni tanlash, moliyalashtirishni ta‘minlash, sotish tamoyilini ishlab chiqish, reklamani rejalashtirish, sotishni rag‘batlantirishni rejalashtirish, mahsulot taqsimotini rejalashtirish, xomashyo va butlovchi materiallar ta‘minotini yo‘lga qo‘yish, kadrlarni tanlash va o‘qitish, mahsulotlarni shakllantirish, xizmatlarni shakllantirish, ishlab chiqarishni tashkil etish, sotish va bozorni testdan o‘tkazish, fors-mojor holatlarini ko‘zda tutish, natijalarni nazorat qilish, mujassamlash.

Marketing jarayoni, iste‘molchi ehtiyojlarini o‘rganishdan boshlanib, uning tovar sotib olishi, talabini qondirish bilan birga, iste‘molchilar istaklari va xohishlari tarkibidagi bo‘ljak o‘zgarishlarning tadqiqoti bilan yakunlanadi. Shu bilan birga, talabning miqdoriy o‘zgarishlarini belgilovchi iste‘mol madaniyati ham o‘rganib boriladi.

Tovarni sotib olgan xaridor doimo uni shaxsiy iste‘moll uchungina emas, balki boshqalarga yetkazib berishini ham nazarda tutishi lozim.

Xaridorlar, iste‘molchilar va ekspertlar fikr-mulohazalari jamlanib, tahlil qilingandan keyin tovarning o‘ramasi, dizayni, bahosi, uning harakati va sotish masalalari bo‘yicha qaror qabul qilinadi. Agarda mahsulot barcha talablarga javob berishiga ishonch hosil bo‘lsa, keyingi bosqichda uni ishlab chiqarish beznes rejasini tuziladi. Beznes reja asosiy hujjat bo‘lib, unda kim, nimani, qachon, qayerda, qanday texnologiya bilan, qancha miqdorda ishlab chiqaradi va firma bozorda ko‘zlagan maqsadiga qanday erishadi degan savollarga javob yoziladi. Beznes rejani asosiy bo‘limlari quyidagilar. Mahsulotni ishlab chiqarish omilari va ularni mo‘ljallangan ishlab chiqarish hajmi hamda uning tarkibiy (turlari) muvofiqlashtirilgan reja. Moliyaviy ta‘minot rejasida, xarajatlar tarkibi va olinadigan foyda hajmi, mahsulot tannarxi hisobi asosida

⁷⁷ Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент - СПб: Питер Ком, 2010. 123 стр.

⁷⁸ Г.Л. Багийев и др. Маркетинг, Строительство, 2d e. М., «Экономика». 2001, 34 стр.

tasdiqlanishi lozim. Mahsulotni sotish va logistika (tovar harakati)ni tashkil etish rejasida ulgurji va chakana savdo orqali qancha miqdorda sotiladi, qaysi transport vositasi ishlatiladi, tovarni yetkazib berish vaqti va miqdori, ortiqcha mahsulotni saqlash omborlari ko'rsatiladi. Kommunikatsiya va sotishni rag'batlantirish rejasida firma (korxon)ning reklamaga, uning vositalaridan foydalanish, xaridorlar, hamkorlar va raqobatchilar bilan ishlashda, qaysi usullarni ishlatish imkoniyatlari ko'rsatiladi.

Biznes rejani ilmiy-amaliy jihatdan asoslanganligi va real bozor sharoitiga muvofiqligi korxonaning ishlab chiqarish rejalarini muntazam bajarilishini ta'minlaydi. Biznes rejadagi barcha ko'rsatkichlarning bajarilishini boshqarish va muvofiqlashtirib borish jarayonida audit (taflish)ning ahamiyati katta. Chunki korxonaning raqobatchilari strategiyasida va bozordagi konyunkturada yangiliklar sezilganda biznes reja ko'rsatkichlariga ham o'zgartirishlar kiritilib boriladi. Korxonaning marketing faoliyati va uning rejasidagi o'zgarishlarga ko'proq raqobatchilarning samaraliroq xatti-harakati ishlab chiqarishda, xaridorlarni jalb etishda yoki boshqa sohada yangilikni joriy qilib katta foydaga erishishlariga sabab bo'ladi. Mazkur jarayon ya'ni "zo'ridan-zo'ri" chiqsa uning yangi strategiyasini o'zlashtirib olish yoki yangirog'ini yaratish uchun kurash zamonaviy bozorda "Benchmarking" deb atalmoqda.

Raqobatli bozor sharoitida barcha bozor subyektlari orasida doimiy ro'y berayotgan "zo'ridan zo'riga" marketing strategiyasini egallash va undan ham o'tib ketish, ya'ni benchmarking, marketing jarayonining asosiy harakatlantiruvchi omili (kuch) hisoblanadi.

Benchmarking korxonaning (firma) marketing faoliyatining funksiyasi bo'lib, doimo hamkorlar va raqobatchilar texnologiyasini, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishni tashkil etish, sotish tajribasini o'rganib borish, ularni yaxshi tomonlarini tahlil qilish ustunliklari sabablarini aniqlash va zo'r strategiyasini o'ziga joriy etishni ko'zlaydi. Qisqacha qilib aytganda, korxonaning (firma) bozorida "zo'ridan-zo'riga" tamoyili asosida faoliyat ko'rsatishi – benchmarkingni bildiradi. Tovarlarning ulgurji yoki chakana savdo tarmoqlariga chiqarilishi va sotilishi eng muhim bosqich bo'lib, mahsulot haqiqiy xaridorini topishi, ommaga ma'qul kelishi, taklif etilgan narx siyosati, kommunikatsiya tadbirlari qanchalik to'g'ri aniqlanganligi o'z bahosini topadi. Faqat ulgurji va chakana savdoda tovar o'zining oxirgi iste'molchisini topadi, tadbirkor (biznesmen) g'oyalari va amaliy xatti-harakatlari nechog'lik to'g'ri

ekanligi, sarf-xarajatlarini qoplab, koʻzlagan foydaga erishishi va yanada oʻz faoliyatini davom ettirishi mumkinligiga ishonch hosil qiladi. Shuning uchun ulgurji va chakana savdo tarmoqlari hamda korxonaning ishlab chiqarish jarayoni bilan uzluksiz aloqa oʻrnatilishi, xaridorlar fikri, talab va ehtiyojlaridagi oʻzgarishlar oʻrganilib, tahlil qilib borilishi zarur. Shu bilan birga sotuvchilarni, xaridorlarni ragʻbatlantirish tizimi doimo ishlab turishi lozim. Marketing jarayonida sotishdan keyingi davr ikki bosqichni: xaridor va isteʼmolchilar bilan ishlashni koʻzda tutadi. Xaridorlarni oʻrganish, talabni va ular harakatini tadqiq qilish hamda benchmarking asosida isteʼmolchilar bilan kelajakda oʻzaro aloqani oʻrnatilishini taʼminlaydi. Isteʼmolchilarni oʻrganish, bozorda ular harakatini tadqiq qilish, tovarga va firmaga boʻlgan munosabatlarini tahlil qilib, kelajakda ular faoliyatlariidagi hamda ehtiyojlaridagi oʻzgarishlarni aniqlab olishga imkon yaratadi.

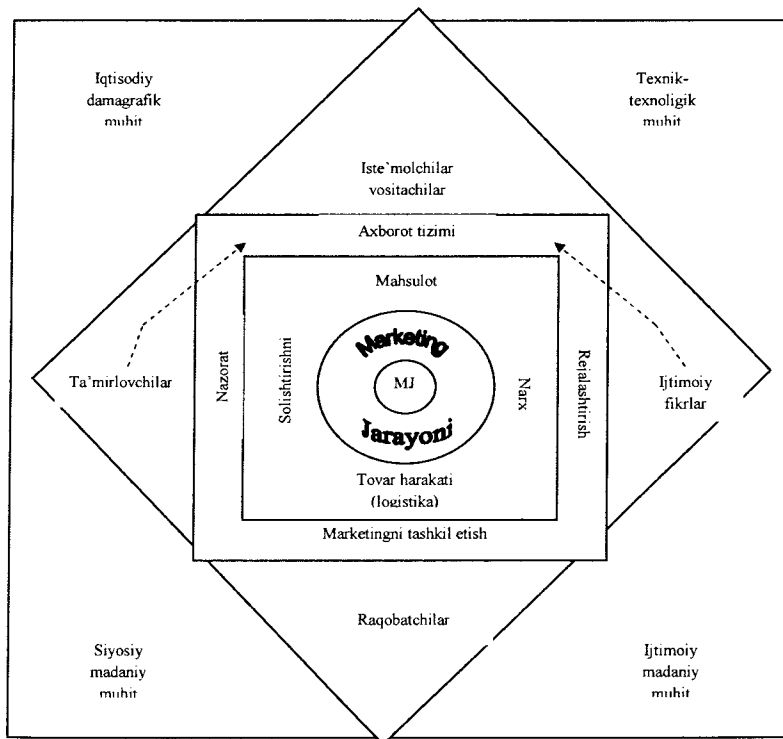
Yuqorida koʻrilgan marketing jarayoni umumiy boʻlib, korxonaga (firma) faoliyatiga qarab aniqlashtirilishi va moslashtirilishi mumkin. Ammo mazkur jarayonni har bir menejer, biznesmen va tadbirkor bilishi lozim.

Marketing tizimi – F.Kotler⁷⁹ fikricha, korxonaga bilan uning hamkorlari va tovar (xizmat)lari sotiladigan bozordagi subyektlarini oʻzaro bogʻlab turuvchi eng muhim munosabatlari va axborot oqimlari kompleksi (majmui)ni ifodalaydi. Marketing tizimiga taʼminotchilar, vositachilar, sotuvchilar, isteʼmolchilar, raqobatchilar va korxonaga faoliyatiga bogʻliq boʻlgan boshqa bozor subyektlari kiradi. Marketing tizimi korxonaning bozordagi faoliyat strategiyasiga qarab shakllanadi va undagi oʻzgarishlar asosida yangilanaveradi. Marketing tizimining shakllanishiga va oʻzgarishiga asosiy sabab bozor konyunkturasi hisoblanadi.

Marketing tizimi korxonaga tashqi muhitini ifodalovchi omillar taʼsirida shakllanadi va faoliyat yuritadi. Uning muvaffaqiyatli faoliyati ijtimoiy-iqtisodiy, demografik, texnik-texnologik, siyosiy-huquqiy va madaniy muhitlar korxonaga bozor faoliyatiga nechogʻliq muvofiqligiga koʻp jihatdan bogʻliq boʻladi. Shu bilan birga marketing tizimiga korxonaning raqobatchilari sezilarli taʼsir koʻrsatib, koʻpincha ularning bozor strategiyalari oʻzgarishi bilan tizimda yangi yoʻnalish boshlanishiga olib keladi. Korxonaning taʼminotchilari xomashyo, butlovchi

⁷⁹ Kotler Ф. Управление маркетингом. Экспресс курс. 2д изд пер. с англ. порт назначения красный. С.Г. Божок. S-Pb b Питер, 2005, 99 стр.

qismlar, yonilg'i, energiya yetkazuvchilar yoki boshqa hamkorlar faoliyati ham o'ta muhim o'rinni egallaydi. Savdo, logistik, moliyaviy xizmat ko'rsatish ishlari bilan shug'ullanadilar. (17.2.2-rasm).



17.4-rasm. Korxonaning marketing jarayoni va unga ta'sir etuvchi omillar⁸⁰

Chunki korxonaga bozorini doimiy nazorat qiluvchi, raqobatchilar xatti-harakatini kuzatib turuvchi, tadqiqotlar o'tkazish bilan shug'ullanuvchi maxsus firmalar xizmatidan foydalanishi uning bozorda ko'zlagan maqsadiga erishishida asosiy vosita bo'ladi.

Vositachilar – firma yoki jismoniy shaxslar bo'lib, korxonaga mahsulotini ishlab chiqarishdan toki uning oxirgi iste'molchisigacha yetkazib beruvchi. Ana shu firmalar axborotlari orqali, korxonaga imji to'g'risidagi ijtimoiy fikrlar qanday shakllanayotgani to'g'risida xulosalar qilib, Pablik Rileyshnz – jamoatchilik bilan ishlash bo'yicha

⁸⁰ <http://www.cer.uz>

marketing tadbirlari ishlab chiqiladi.

Iste'molchilar – korxonalar tovar (xizmat)ini to'g'ridan to'g'ri sotib oluvchi firma yoki jismoniy shaxslar marketing tizimining asosiy bo'g'ini (qismi) hisoblanadi. Bozorda iste'molchi – „podsho“ degan qoida bilan ishlagan korxonalar o'zining tovar (xizmati)ga bo'lgan xaridorlarni ko'paytiraveradi, aslo adashmaydi. Shuning uchun marketing tizimida, iste'molchining bozordagi faoliyatiga, u bilan ikki tomonlama muloqot olib borishga va uning yangi-yangi ehtiyojlarini shakllanishi va haqiqiy talabga aylanishi jarayonlarini kuzatib borish hamda uni vaqtida qondirishga erishish bosh masala bo'lishi shart.

Marketing talablari (prinsiplari) – deganda, uning mazmunini belgilovchi holatlar va asosiy qoidalar tushuntiradi. Marketing mohiyati yuqorida qayd etilganidek, firma imkoniyatlarini bozor talablari bilan muvofiqlashtirish hamda faqat iste'molchi va uning talabiga mos tovar (xizmat)lar ishlab chiqarishga yo'naltirishdan iborat. Marketing mohiyatiga muvofiq uning quyidagi talablari shakllangan:

– Aynan iste'molchiga kerak bo'lgan tovar (xizmat)ni ishlab chiqarish tavsiya etiladi. Shuning uchun ishlab chiqarishni bozordagi iste'molchilar ehtiyojini va talabini o'rgangandan keyin boshlash kerak.

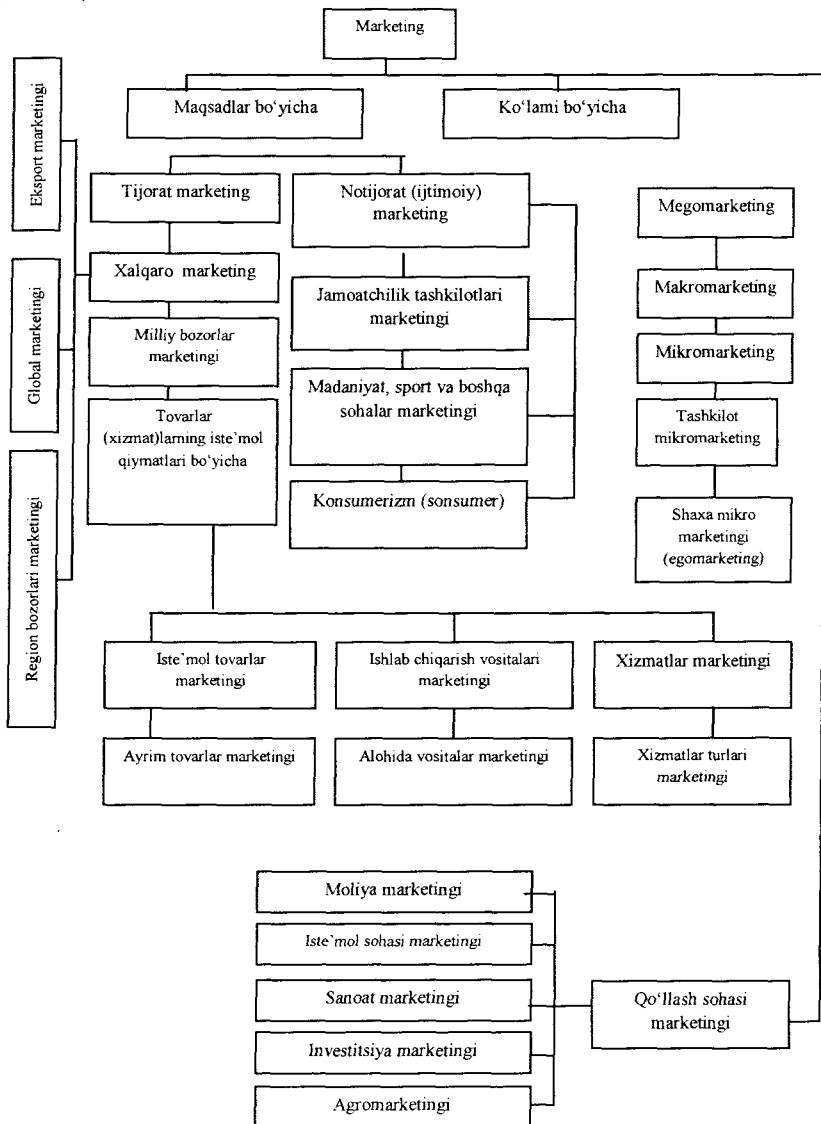
– Bozorga kirishdan oldin firma o'z oldiga aniq maqsadni, ya'ni foyda olishni (qachon, qancha) ko'zlashi shart.

– Marketing vosita (elementlari)ning ayrimlaridan emas, balki ularning ko'pchiligidan foydalanib, bozorni kengroq va chuqurroq egalashga harakat qilish. Bozorning barcha shart-sharoitlariga, qoidalari va qonunlariga tezroq moslashishi. Tanlangan bozorda uzoq muddat ichida faoliyat ko'rsatishini rejalashtirish. Firmaning ishchi, mutaxassis va menejerlari tanlangan bozorda uning imiji, obro'-e'tiborini saqlab turish va yanada ko'tarish maqsadida „bir tanu – bir jon“ bo'lib xizmat qilishlari, tashabbuskorlik ko'rsatishlari talab etiladi. Marketing turlari bizning fikrimizcha, marketing turlari – eng avvalo, maqsadlari, ko'lamlari va qo'llanish sohalari bo'yicha guruhlanadi

Avvalo, jahon bozoriga har bir mamlakat o'z marketing strategiyasi bilan kirish uchun tanlangan mamlakatining umummadaniy va iqtisodiy muhitlarini chuqur tahlil qilishi zarur.

Shu bilan birga xalqaro marketing: firmaning tashkiliy ishlarini jahon standartlari darajasida, mahsulotni rejalashtirish, sotish, harakatini tashkil etish va narxlashtirishga o'ziga xos talablar qo'yadi. Xalqaro marketing strategiyasi eksport, import va qo'shma korxonalar tashkil etishga alohida-alohida yondashishni taqozo etadi. Xalqaro marketing

jahon bozoriga chiqish imkoniyatlarini, tashqi muhitni, aniq hozorni tanlash va unga kirish usullarini aniqlash, marketing rejasini tuzish, raqobatchilar faoliyatini tadqiq qilish va boshqalarni o'z ichiga oladi. (5-rasm).



*17.5-rasm. Marketing turlari*⁸¹.

To'g'ri marketing – Interaktiv marketing tizimi bo'lib, iste'molchining istagini uyg'otish, uning buyurtmasini olish uchun bir yoki bir necha media reklama vositalaridan foydalanadi. To'g'ri marketingni iste'molchidan to'g'ri buyurtma olish marketingi ham deyiladi. To'g'ri marketing xaridorlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni o'rnatish va saqlab qolishga imkon beradi. To'g'ri marketing – kataloglar, pochta orqali to'g'ri jo'natish va telemarketlardan foydalanib savdo qilishni bildiradi.

Tashkilot marketingi – alohida aniq tashkilotlarga tegishli bo'lgan vaziyatni qo'llab-quvvatlash yoki o'zgartirish, shuningdek, kerakli muhit tashkil qilish maqsadida qo'llaniladigan amaliy faoliyat.

Ayrim shaxslar marketingi – ayrim shaxslarga nisbatan mavjud vaziyatni qo'llab-quvvatlash yoki o'zgartirish maqsadida qo'llaniladigan amaliy faoliyat.

Demarketing – bozorda ayrim tovarlarga talabning haddan tashqari o'sishi natijasida korxonaning ishlab chiqarish imkoniyatiga nisbatan qo'llaniladigan chora-tadbirlar yig'indisidan iborat.

17.3. Marketing faoliyatini boshqarishni rivojlantirish iqtisodiyot tarmoqlarining yuksalish omilidir

Iqtisodiyot tarmoqlarini diversifikatsiyalash, ishlab chiqarishni rivojlantirgan holda eksport hajmini oshirishda zamonaviy korxonalar faoliyatini ustuvor rivojlanishini ta'minlash hamda bu sohada marketing faoliyatini takomillashtirish o'z yechimini kutayotgan masalalardan biri hisoblanadi. Avvalambor, tarmoq korxonalari faoliyatida birinchi navbatda “marketing” tushunchasini keng targ'ib qilish va uning nazariy ahamiyatini yanada oshirish orqali korxonalar faoliyatida o'z bozorini kengroq o'rganishiga muhim zamin yaratadi. Biroq, bugungi kunda mamlakatimizdagi yirik iqtisodiyot tarmoqlarida faoliyat yuritayotgan korxonalar qatorida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining ham roli ortib bormoqda. Shu jihatdan olib qaraganda barcha turdagi korxonalarning asosiy vazifalaridan biri bu - marketing tushunchasini to'liq anglab yetishlari va amalda qo'llashlari muhim ahamiyat kasb etadi.

⁸¹ Jalolov J va boshqalar. Marketing o'quv qo'llanma. 2005-yil, 85-bet.

Korxonalar faoliyati rivojlanishida doimiy tarzda marketing faoliyatini samarali tashkil etish va ishlab chiqarish yoki xizmatlar ko'rsatishda tatbiq etish maqsadga muvofiqdir. Bu borada mashhur marketing olim F.Kotlarning "marketing - bu iste'molchilarning muammolarini tushunib yetishni tartiblashtirilgan va maqsadga yo'naltirilgan jarayoni hamda bozor faoliyatini boshqarish"⁸² degan ta'rifi katta ahamiyatga ega.

Biroq, iqtisodchi olim F.Kotlarning fikrini hisobga olgan holda xulosa qiladigan bo'lsak, xo'jalik yurituvchi subyektlar faoliyatida marketingning asosini marketing tadqiqotlari tashkil etadi, deb aytish mumkin. Ammo, hozirgi kunda ko'plab korxonalar o'z faoliyatida marketing tadqiqotlarini bozor va iste'molchilar haqida axborot yig'ish va uni tahlil qilishdan tashqari, ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish jarayonidagi muammolarni ham o'rganishlari va uning echimini imkon doirasida topishga qaratishlari lozim. Iqtisodiyotni modernizatsiyalash va diversifikatsiyalash sharoitida "marketing tadqiqoti" tushunchasiga zamonaviy yondashgan holda "marketing tadqiqotlari - bu har qanday korxonaning bozorni o'rganish asosida mahsulot ishlab chiqarish va sotish faoliyatini boshqarish" deb ta'riflashimiz maqsadga muvofiq.

Bugungi kunga kelib, korxonalarda marketing faoliyatini joriy qilishdan ko'zlangan asosiy maqsad kichik va yirik biznes rivojining yangi hamda zamonaviy shaklga keltirishga, iste'molchilarning xulq-atvori, didi, raqobatchilar va bozor kon'yunkturasi o'rganishga qaratilgan amaliy izlanishlarning asosiy yo'nalishlaridan biridir.

Keskin raqobat sharoitida korxonalarda marketing faoliyatini takomillashtirish o'z faoliyatini ustuvor deb bilgan hamda raqobatbardosh korxonalar oldida turgan muammolarni hal etishga mo'ljallangan jarayon bo'lib, u quyidagilardan iborat:

Birinchidan, har qanday korxonada faoliyati davomida turli muammolarning yuzaga kelishi va ular borasida axborot to'plashni rejalashtirish va tashkil etishni tartibga solinmaganligi yoki bu borada to'liq marketing ishlarining takomillashmaganligi;

Ikkinchidan, korxonada faoliyatidagi muammolar yechimini topishda marketing faoliyati asosida kerakli axborotni to'plash borasidagi izlanishlarning shakllanmaganligi;

Uchinchidan, korxonada faoliyatidagi muammolar bo'yicha axborot tahlili va olingan natijalar to'g'risida tayyorlangan hisobotni o'z vaqtida taqdim etishga bo'lgan e'tiborning susayganligi;

⁸² Багнев Г.Л., Тарасевич В.М., АНН Х. «Маркетинг» - 3-е издание: Питер, 2005, 55 стр.

To'rtinchidan, marketing tizimi natijalari bo'yicha qabul qilingan qarorlarni tayyorlashda marketologlarni jalb qilinmasligi yoki ular fikrini e'tiborga olinmasligi⁸³.

Dunyo miqyosida rivojlanish yo'lidan borayotgan davlatlarning asosiy yutuqlaridan biri sifatida yuqori darajada marketing tadqiqotlarini tashkil etgani va uning har bir jarayonda samarali foydalanayotgani kutilmagan daromadga erishishiga sabab bo'lmoqda. Yuqoridagilarni hisobga olib, rivojlangan mamlakatlar va xalqaro tajribalardan ma'lum bo'ldiki, marketing tadqiqotlarining amaliy turlarini ikkita shartli guruhga bo'lib o'rganish mumkin:

1. Muammoni o'rganib va uning mohiyatini tushunib, maqsadga yetishga qaratilgan marketing tadqiqotlari;

2. Muammoni hal qilishga qaratilgan marketing tadqiqotlari.

Marketing tadqiqotlari o'zining texnikasiga ko'ra to'rtta "miqdoriy tahlil va bashoratlash", "sinovdan o'tkazish", "tajriba sinov ishlab chiqarish va test", "tekshirib ko'rish va nazorat" guruhlariga bo'linib, har bir guruh bir nechta usulni qamrab olishi mumkin. Ushbu guruhlar tarkibiga kiruvchi usullar aniq bir vazifani hal qilishga moslashgan bo'ladi. Marketing tadqiqotlaridagi miqdoriy tahlil va bashoratlash guruhida asosan quyidagi uchta tadqiqot usulidan keng foydalaniladi:

- birinchi tadqiqot usuli sifatida segmentlash tadqiqoti mavjud bo'lib, bu usul potensial xaridorlarning demografik va psixologik xatti-harakatiga oid ma'lumotlarni o'rganishdan iborat, bu esa, har tomonlama xaridor uchun foydali hisoblanadi;

- ikkinchi usul asosan, talabni aniqlash usuli bo'lib, bu usul joriy talab darajasidan kelib chiqib kutilayotgan sotuv hajmini o'rganadi, bu esa, korxonada faoliyati davomida mahsulot ishlab chiqarishni davom ettirish, bozor talabiga moslashish yoki mahsulotning ma'lum bir turini ishlab chiqarishdan olib tashlashni bildiradi;

- uchinchi usul aynan, raqobatbardoshlik darajasini oshirishga qaratilgan bo'lib, bunda mahsulotning bozordagi vaziyatni tahlil qilish hisoblanadi. Bu usul asosan, maqsadli bozorni shakllantirishda ishlab chiqarish korxonasining mahsulotini raqobatchilarga nisbatan qanday qabul qilinishini o'rganadi⁸⁴.

Xalqaro tajribalardan ma'lumki, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishda brendga erishish o'z-o'zidan bo'lmaydi, bunda mahsulotning jahon mamlakatlari tan olgan sifat menejmenti tizimiga javob be-

⁸³ Jo'raeva V., Birja Ekspert. 2012-yil. № 9. 15-bet

⁸⁴ Jo'raeva V., Birja Ekspert. 2012-yil. № 9. 16-bet.

rishi 150 talablariga javob bera olgan mahsulot yuqorida ko'rsatilgan ko'rsatkichga erisha oladi.

Ishlab chiqarish bilan shug'ullanayotgan korxonalar uchun maksimal darajada ko'p foyda olishning asosiy sharti bo'lib, ishlab chiqarish jarayonini iste'molchilar va raqobatchilar faoliyatiga moslashtirish hisoblanadi. Raqobat sharoitida har qanday korxonaning ishlab chiqarish va sotish faoliyati marketing tadqiqotidan boshlanishi kerak, degan fikrni keltirib chiqaradi. Ushbu tavsifning isboti sifatida marketing tadqiqotlarining zamonaviy usullari bugungi kunda G'arb davlatlarida ham keng tarqalgan bo'lib, ular o'ziga xos maqsad va vazifalarga ega hamda muammoga kompleks yondashish imkonini beradi. Ayniqsa, mahsulotni testdan o'tkazish va bu borada marketing tadqiqotlari texnikasi qiyin kechmoqda va bu holatni tahlil qilish o'ziga xos murakkab usullardan biridir. Har qanday ishlab chiqaruvchi yoki xizmat ko'rsatuvchi bu kabi muammolarni o'rganishga kompleks, ya'ni har tomonlama yondashishi va to'g'ri yechim topish imkonini bermaydi.

O'zbekiston respublikasi iqtisodiyot tarmoqlari rivojida o'tkazilayotgan marketing tadqiqotlarini takomillashtirishda asosan, yetakchi tarmoqlarda ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarni testdan o'tkazish masalalari hali-hanuz o'z yechimini topmaganligini inobatga olgan holda mahsulotlarni testdan o'tkazish texnikasining sodda usullarini ishlab chiqish, holatni tahlil qilish uslubiyotini takomillashtirishdan iborat. Bunda asosan, iste'molchi tanloviga e'tibor berish bilan cheklanishdan voz kechgan holda raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishga o'tish talab etiladi. Bugungi kunda, iqtisodiyot tarmoqlarida yaratilayotgan mahsulotlarni iste'molchi talabiga moslashtirish, mahsulotlar bozorida keskin raqobatni hisobga olgan holda takomillashtirish muhim ahamiyat kasb etadi. Hozirda esa, aholiga xizmat ko'rsatish madamiyati rivojlanib borayotgani, iste'molchilarning daromad va xohish istaklarining yildan yilga o'zgarib borayotgani, ushbu bozorda yanada istiqbolli marketing tadqiqotlari kontsepsiyasini yaratishni talab etadi. Bu esa, bevosita ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobatni kuchayishiga, xalqaro sifat standartlariga javob beruvchi mahsulotlar ishlab chiqarishga erishish imkoniyatlarini kengaytirishga, aholini sifatli va tannarxi arzon mahsulotga bo'lgan talabini yanada chuqurroq o'rganish, tovar assortimentini ko'paytirishga olib keladi.

17.4. Ishlab chiqarish korxonalari boshqaruv tizimida marketing

bo'limi faoliyatini rivojlantirish yo'llari

Marketing faoliyatini tashkil etish deganda, uning vazifalarini bajaruvchi tarkibiy bo'limlarni shakllantirish va ularning o'zaro mas'uliyatlarini hamda munosabatlarini ifodalovchi tizimni yaratish tushuniladi. Bunday tizim oddiy korxonadan boshlab, bozorning barcha subyektlari, davlat, nodavlat, tijorat, notijorat tashkilotlari, tuman, shahar, viloyat va respublika miqyosidagi marketing xizmatlarini o'z ichiga oladi. Marketing faoliyati va uning maxsuslashishi, korxonaning umumiy faoliyatidagi mehnat taqsimoti shakllanishini anglatib, uning boshqaruv tizimidagi o'zaro mantiqiy munosabatlar darajasi yuksalishi orqali bozordagi maqsadiga erishishiga asosiy vosita bo'ladi.

Korxonaning umumiy faoliyati, asosan, uning bozordagi muvaffaqiyatiga bog'liqligi nazarda tutilsa, marketing xizmati vazifasi va funksiyalarini yuqori darajada bajarilishiga erishish talab etiladi. Korxonada boshqaruvning marketing bo'limi bajaradigan funksiyalarini boshqa barcha vazifalaridan eng katta farqi shundaki, uning marketing faoliyati ishlab chiqargan tovar xaridor va iste'molchilar orasida doimiy aloqani shakllantirishga qaratilgan. Shuning uchun ham marketing faoliyatini tashkil etish va undan samarali foydalanish, har qanday firma yoki tadbirkorning bosh maqsadi bo'lishi kerak.

Marketingni tashkil etishda ikki jihat muhim: maqsadlar va marketing xizmati maqomi e'tiborga olinadi.

Maqsadni tanlash. Ko'pgina rahbarlar hozirgi paytda o'z korxonalarining asosiy maqsadi sifatida eng yuqori foyda olishni ko'rsatadilar. Lekin bu tanlov unchalik maqbul emas. Aytaylik, agar korxonada uzoq kelajakni ko'zlab ish yuritayotgan bo'lsa (marketing faoliyati aynan xuddi shunday hisoblanadi), bu holda u anchagina mablag'ni asosiy sarmoyaga, ishlab chiqarish tayyorgarligiga va kadrlar malakasini oshirishga sarflashi kerak. Bu tadbirlarning hammasi ishlab chiqarish xarajatlarini ko'paytiradi va foydaning kamayishiga olib keladi. Katta foyda olish haqida ham, yaqin kelajakda foydani ko'paytirish haqida ham hamisha gapiravermaslik kerak. Masalan, agar korxonada yangi bozorga kirib bormoqchi bo'lsa, avvalida hech qanday foyda olmasligi, aksincha, ko'pincha hatto zarariga ishlashi mumkin. Bundan tashqari, ko'pgina mamlakatlarda qabul qilingan foydaga qarab soliqning ortib borishi korxonaga rejalab qo'yilganidan ortiqcha foyda olish maqbul emasligini isbotlaydi. Yaponiyadagi mashhur "Masusita Den-ki" firmasining asoschisi Konosuke Masusitaning fikricha, faqat unchalik

yuqori ham emas, unchalik kam ham emas, balki oqilona miqdorda foyda olgandagina korxonada o'z faoliyatini kengaytirishi mumkin.

Marketingni tashkil etishga kirishgan korxonaning maqsadlari qanday bo'lishi kerak? Marketingning tan olingan peshqadamlari bo'lmish yaponlar tajribasidan kelib chiqadigan bo'lsak, asosiy maqsadlar (afzalligi tartibiga qarab) quyidagilardan iborat:

– sotish hajmi;

– o'sish sur'atlari (sotuv yoki foyda hajmi);

– bozordagi hissasi;

– rejalangan foyda, bu foydaning hajmi, foydaning sotuv hajmiga nisbati, barcha sarmoyadagi foyda me'vori, foydaning hissadorlar sarmoyasiga nisbati va boshqalarda aks etishi mumkin;

– sarmoyaning tarkibi, ya'ni faollarning umumiy summasiga yordam shaklidagi sarmoyaning nisbati (bu Yaponiyada taxminan 20 %ga teng).

Bu ro'yxatni boshqa turlicha maqsadlar bilan ham to'ldirish mumkin. Masalan, mahsulot sifatini oshirish, xarajatlarni kamaytirish va shu kabilar.

Maqsadlarni ishlab chiqishda ular korxonada xodimlarining niyatlarini aks ettirishi zarurligiga alohida e'tibor berish kerak. Aks holda ishlovchilarning ishlab chiqarish jarayonidan "ichki uzilishi" ro'y beradi. Har bir yapon ishchisi o'zi ishlayotgan firmaning vazifalarini osongina aytib bera oladi, chunki bu vazifalarning bajarilishidan u nihoyatda manfaatdor.

Shuni anglash muhimki, korxonada marketingning chinakamiga joriy qilinishi uchun unda tegishli xizmatni tuzishning o'zi yetarli emas. Gap – ana shu xizmatga qanday maqom berilganida.

Marketing bo'limi diqqat markaziga mahsulotning pirovard iste'molchilari bilan bog'liq barcha muammolar tushadi, bu paytda boshqa bo'linmalar o'z e'tiborini turli juz'iy vazifalarga qaratgan bo'ladi. Shuning uchun ham marketing bo'limi butun faoliyatni muvofiqlashtirib turishini tan olish mutlaqo tabiiydir. U ishlab chiqarish jarayonida yetakchi bo'lishi uchun uning maqomini boshqa bo'linmalar ichida eng yuqori qilib belgilash lozim. Korxonaning aniq marketing mo'ljalining garovi ham ana shunda!

Marketing bo'limining tashkiliy tuzilishi har bir korxonada faoliyatiga uning ishlab chiqarishi (xizmat ko'rsatish) hamda bozorining hajmiga mos kelishi kerak. Marketing vazifalari va funksiyalarini quyidagicha guruhlash tavsiya etiladi. X. Meffertning ta'kidlashicha, marketing

xizmati bajaradigan vazifalar quyidagilardan iborat:

1. Korxonona tovari (xizmati)ga bo'lgan talabni boshqarish, ya'ni bozordagi faoliyati bilan bog'liq vazifalar.

2. Korxonona yoki firmani o'zining faoliyati bilan bog'liq vazifalar.

3. Atrof-muhit va jamoatchilik bilan bog'liq vazifalar.

A.N. Romanov⁸⁵ boshchiligida tayyorlangan darslikda, marketing funksiyalari 4 guruhga bo'lingan:

Analitik funksiyalari:

1. Bozorni o'rganish.

2. Iste'molchilarni o'rganish.

3. Firma tarkibini o'rganish.

4. Tovar va uning tarkibini o'rganish.

5. Korxonaning ichki muhitini o'rganish.

Marketingni tashkil etish jarayonida uning vazifalari va funksiyalarini bajaruvchi bo'lim faoliyatini korxonaning boshqa bo'limlari ishi bilan muvofiqlashtirib borish ham muhim ahamiyatga ega. Eng avvalo, marketing va moliya bo'limlari ishini yaqinlashtirish, marketologlar korxonona budjeti, tovarlar bo'yicha xarajatlar, tannarx soliqlar va foyda, uning taqsimoti masalalarini yaxshi bilishi bilan birga, marketing budjetini ham o'zlari ishlab chiqishlari va uning bajarilishini nazorat qilishlari shart. Marketologlar va korxonona yuristlari o'rtasida ham qonunlar, nizomlar, shartnomalar bajarilishini va tovarni sotish bilan bog'liq tartib-qoidalarga rioya etish kabi holatlarda o'zaro hamkorlik qilish tavsiya etiladi. Shunga o'xshash, marketing bo'limi korxonaning barcha tarkibiy tuzilmalari bilan o'z rejalari va ishlarini muvofiqlashtirgan holda faoliyat ko'rsatishlari talab etiladi.

17.5. Marketing tadqiqotlari asosida korxonona tovar siyosatini ishlab chiqish

Korxonona marketing faoliyatini shakllantirish, uning bozor strategiyasi va taktikasini ishlab chiqishning ilmiy asosi marketing tadqiqotlari natijasida yaratiladi. Marketing tadqiqotlarining maqsadi – ishlab chiqaruvchi, xizmat ko'rsatuvchi, vositachi va sotuvchi faoliyatlarini bozor va undagi iste'molchilar talahiga muvofiqlashtirish tamoyili, uslubi va vositalarini aniqlashdan iborat. Umuman olib qaraganda, marketing tadqiqotlari biznesmen – tadbirkorning bozorga kirish xavf-

⁸⁵ Романов и др. Маркетинг. М. Единство, 1996. 49 стр.

xatarini kamaytirib, unda samarali faoliyatlarini ta'minlovchi dasturilamal ishlab chiqish uchun o'tkaziladi. Marketing tadqiqotlari mazmuni bo'yicha jahon ilmiy adabiyotida juda xilma-xil yondashuvlar mavjud: bozor tadqiqoti, sotishni tadqiq etish, iste'molchilar didistaklari tadqiqoti, imkoniyatlar tadqiqoti, marketing razvedkasi, ijtimoiy tadqiqotlar, hamkorlar va raqiblar korxonasida ilg'or tajribani tadqiq etish – benchmarking (Benchmarking) va boshqalar. Amerika Marketing Assotsiatsiyasi sotishni tadqiq etish “Marketing Research” deb qabul qilib, axborotlarni topish, to'plash, qayta ishlash va muvofiqlashtirish tizimi bo'lib, tovarlar va xizmatlar marketingining barcha muammolari bilan bog'liq deb ta'rif bergan.

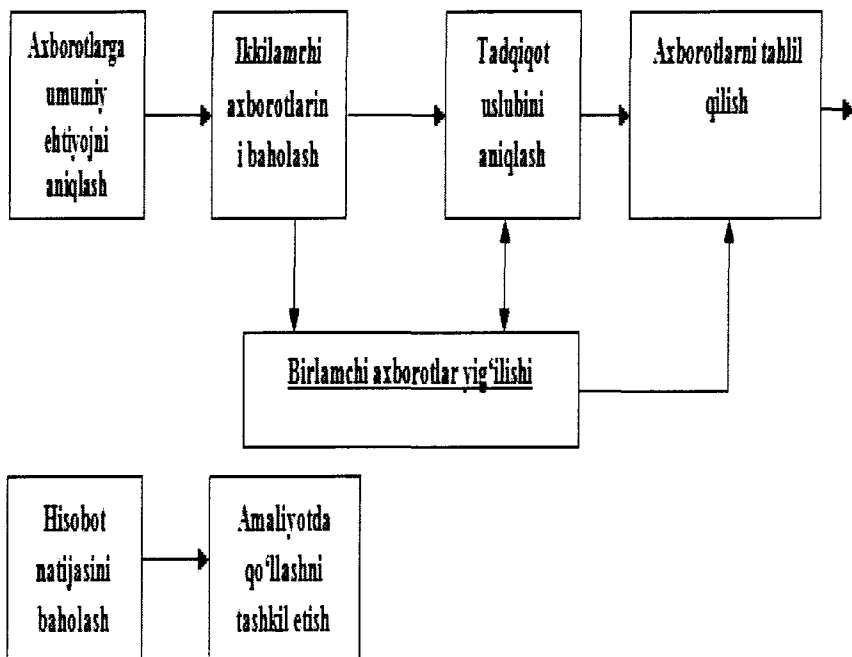
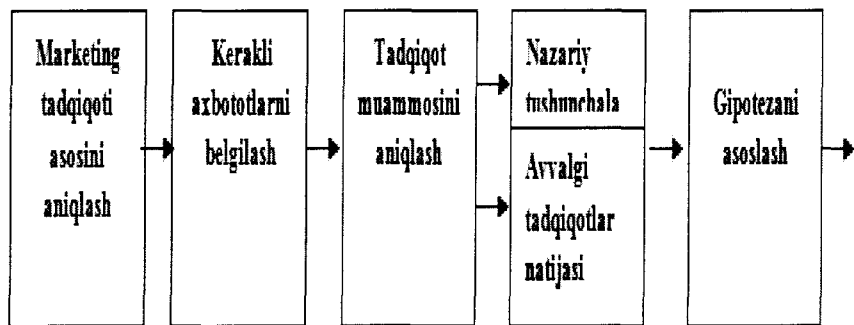
X. Meffert “Marketing tadqiqotlari”, “Sotishni tadqiq etish” va “bozor tadqiqoti” tushunchalari orasida farqlar borligini ta'kidlash bilan birga, ular mohiyati o'xshash degan xulosani beradi. Shu bilan birga marketing tadqiqotlari ahamiyatini oshirish uchun ularning mazmuni axborotlashtirilgan kuchaytirgich bo'lib, korxonalar rahbariyatini, ayniqsa, marketing–menejmentni har xil muammolar yechimini topishda qo'llab-quvvatlaydi degan fikr beradi va unga qaralmoqda. Shunday qilib, marketing tadqiqotlari tushunchasi hozirgi zamonda keng ma'noli bo'lib, sotish bozorining tadqiqoti, firmaning ichki muhiti tadqiqoti, marketing vositalarining samarali tadqiqoti, ishlab chiqarish kuchlari (ishchi kuchi, xomashyo va materiallar, pul bozori, kapital bozori) bozori tadqiqotlari, tashqi muhit tadqiqotlari, benchmarking asosidagi tadqiqot va marketing razvedkasini o'tkazishdan iborat⁸⁶.

Marketing tadqiqotlarining yo'nalishi va chuqurligi firmaning faoliyati xususiyatiga, ishlab chiqarilayotgan mahsuloti yoki xizmatlari turiga, mahsulotni diversifikatsiya darajasiga, kapitali va daromadi hajmiga bog'liq. Bundan tashqari, marketing tadqiqotlari o'tkazish doirasi, firmaning maqsadi va strategiyasi, faoliyatiga yangi yo'nalish berish, bozorga yangi tovar (xizmat)ni taklif etish tizimiga o'zgartirishlar kiritishiga ko'pchilik olimlar qo'shiladi.

Ammo shveysar olimi N.R. Wehrli ijtimoiy tadqiqotlar tushunchasini kiritib, ularga bozor tadqiqotlari, sotish tadqiqotlari va atrof-muhit tadqiqotlari kiradi degan fikrni olg'a suradi. N. S. Weis “Did va istaklar (motiv) tadqiqoti” degan tushunchani kiritib, bozorning miqdoriy va sifat ko'rsatkichlarini tadqiq qilinishi mumkinligini asoslaydi. Bozorning miqdor ko'rsatkichlarini tadqiq etishdan maqsad, uning baholashda faqat son ko'rsatkichlari tahlil qilinadi. Sifat ko'rsatkichlari tadqiqoti

⁸⁶ Soliyev A. Buzrukxonov S. Marketing. T.: “IQTISOD MOLIYA” 2010. 68 b.

esa, bozordagi xaridorlar did-istaklarini baholashni maqsad qiladi. Shu munosabat bilan bozordagi iste'molchilar fikrini va xatti harakatini tadqiq etishda psixologiya va sotsiologiya fanlari uslublaridan foydalanish tavsiya etiladi.



17.6-rasm. Marketingni boshqarishda tadqiqotlari jarayoni⁸⁷

G.L.Bagiyev va boshqalar:⁸⁸ “Zamonaviy marketing tadqiqotlari tadbirkorlik tizimidagi axborotni topish, to‘plash, qayta ishlash va joriy hamda strategik qarorlar qabul qilish jarayoni”, – deb ta’rif berganlar. Marketing tadqiqotlarining klassik tushunchasi endi tashqi omillarni – hamkorlar va raqiblarning eng zo‘r strategiyalari firma faoliyatiga qanchalik ta’sir qilishi hamda o‘zining falsafasi va funksiyasi bilan bo‘yitilganini Yaponiya, Amerika, G‘arbiy Yevropa va Skandinaviya mamlakatlari tajribasida tasdiqlanadi. Marketing tadqiqotlarining bunday yangi funksiyasi benchmarking deb atalmoqda.

Benchmarking – tadbirkorlik faoliyatining uzoq muddatli strategik istiqbolini eng zo‘r hamkorlar va raqobatchilarning soha, sohalararo, milliy hamda jahon miqyosidagi tajribalarini tadqiq etish, zo‘ridan zo‘rini topib olish va strategiyasini o‘ziga joriy etish jarayoni bilan ham aniqlanadi.

Marketing tadqiqotlari maxsus ilmiy tekshirish konsalting firmalari, agentliklari yoki firmaning o‘z marketing bo‘limi tomonidan tashkil etilishi mumkin.

Marketing xizmati o‘z faoliyatini tashkil etishda ikki guruh omillarga asoslanishi talab etiladi. Firma bozor faoliyatini tashkil etishda, eng avvalo, uning rahbariyati tomonidan boshqara olinadigan. Nazorat qilinishi mumkin bo‘lgan omillarga e’tiborni qaratish zarur.

Masalan, hozir faoliyat ko‘rsatayotgan birqancha maxsus ilmiy-tekshirish yo‘nalishidagi “Markaz” yoki “Konsalting firmalar” quyidagi mavzularda marketing tadqiqotlari o‘tkazishga buyurtma olmoqdalar:

- tovarga bo‘lgan talabning hajmi va tarkibini baholash (region yoki davlat miqyosida);
- o‘rganilayotgan bozor bo‘limida aniq taklifga baho berish, uning hajmi, tarkibi va bahosi haqida axborot tayyorlash;
- iste’molchilar xohishlari tahlili, ular xulq-atvoriga kuchli ta’sir etuvchi omillarni aniqlash;
- maqsadli iste’molchi “Portretini” va axborot olish manbalarini aniqlash.
- reklamani testdan o‘tkazish;
- reklama tadbirlari samaradorligini tahlil qilish;
- tashabbusli marketing tadqiqotlarini o‘tkazish va analitik hisobot-

⁸⁷ Soliyev A. Buzrukxonov S. Marketing. T.: “IQTISOD MOLLYA” 2010. 77-bet.

⁸⁸ Г. Л. Багиев и др. Маркетинг, Строительство, 2д е. М., “Экономика”, 2001, 83 стр.

lar tayyorlash;

- matbuotdagi reklama va axborot monitoringini olib borish;
- reklama vositalaridan foydalanuvchilarni aniqlash;
- "Media-rejalashtirish" programmasi va hoshqalar.

Marketing tadqiqotlari o'tkazishning keyingi asosiy bosqichi – izlanishning uslubini aniqlashdan iborat. Hozirgi rivojlangan bozor sharoitida dala tadqiqotlarining quyidagi usullari qo'llanilmoqda:

Marketing tadqiqotlarining quyidagi eng zamonaviy usullaridan foydalanish katta samara bermoqda:

- ekonometrik modellashtirish;
- marketingni rejalashtirish modellari;
- laboratoriya testlarini o'tkazish;
- ma'lumotlarni qayta ishlash va tablilini kompyuter dasturlariga o'tkazish;
- ekspertlar orqali baholash va boshqalar.

So'rov usullari bir martalik va takrorlanuvchan bo'lishi mumkin. Takrorlanuvchan so'rov usuli panel hisoblanadi.

17.3 –jadval.

Marketing tadqiqotlarini boshqarish⁸⁹

Usullari	Tavsifi
So'rov, intervyu	Shaxsiy suhbat, telefon orqali, yozma ravishda, guruhl intervyu va hokazo.
Kuzatuv	Responent ishtirokida, usiz dala kuzatuv, laboratoriya yoki birdaniga apparat yoki kuzatuvchi orqali.

Boshqa shakllari	Eksperiment, panel, savdo paneli, bozorni testdan o'tkazish.
------------------	--

Marketing tadqiqotini o'tkazish jarayonida dasturni shakllantirish alohida o'rinni egallaydi. Tadqiqot dasturi, eng avvalo, uning obyekti va undan ham eng maqbul qismini tanlash ilmiy yondashishni aniqlashni hamda ishchi hujjatlarini ishlab chiqishni o'z ichiga oladi. Tadqiqot obyekti – umumiy doirasini tashkil etadi yoki barcha iste'molchilar guruhidan iborat. Izlanishlar ularning bir bo'lagini, butun iste'molchilar xususiyatlari va xulq-atvorini ifodalovchi qismini tanlab olinadi. Tadqiqot obyekti katta-kichikligiga qarab, yoppasiga – obyektini to'la hajmda yoki tanlab olingan qismida izlanish o'tkazilishi mumkin.

Xulosa qilib shuni aytishimiz mumkinki, korxonalar marketing tadqiqotlari jarayoni natijasida iste'molchilar talabini aniqlab, o'rganib avvalo to'liq ma'lumotlar bazasiga ega bo'ladilar, bu holat kelgusida reja tuzishlariga yordam beradi, korxonalar tovar siyosatini ishlab chiqishni yanada rivojlantirishga harakat qiladilar.

Asosiy tayanch tushunchalar

Marketing faoliyati, marketing boshqaruv tizimi, mahsulot sifati, marketing kontsepsiyasi, marketing kompleksi, maqsadli bozor, tovar assortimenti, reklama byurosi, to'g'ri marketing, tashkilot marketingi, marketing tadqiqotlari, reklama testi, reklama vositalari.

⁸⁹ Soliyev A. Buzrukxonov S. Marketing. T.: "IQTISOD-MOLIYA" 2010. 77-bet

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Marketing tushunchasi, uning maqsada va vazifalari.
2. Marketing xizmati bo'limlarining faoliyat yo'nalishlari.
3. Marketing faoliyatini tashkil etish o'zida qanday maqsadlarni aks ettiradi?
4. Marketing faoliyatining tarkibiy qismlari.
5. Korxonada marketing faoliyatini tashkil etish va boshqarish jarayoniga ta'sir ko'rsatuvchi omillar.
6. Korxonada tovar siyosatini shakllantirishda marketing tadqiqotlarining o'rni.

XVIII bob. KORXONANING TASHQI IQTISODIY FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASI

Mazkur bobda korxonaning strategik rivojlanishini boshqarishda axborot tizimlarining o'rni, korxonalarda zamonaviy axborot kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish yo'nalishlari, korxonah mahsulotlari va xizmatlarini ishlab chiqish hamda axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish jarayonlarining nazariy va amaliy jihatlari tadqiq etilgan.

18.1. Korxonalar ishlab chiqarish samaradorligini oshirishda tashqi iqtisodiy aloqalarning o'rni.

18.2. Korxonah tashqi iqtisodiy faoliyatini rejalashtirish va tashkil etish.

18.3. Korxonalari tashqi iqtisodiy faoliyatini moliyaviy ta'minlash mexanizmi.

18.4. Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirishni davlat tomonidan boshqarilishi

18.5. Korxonah tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirish yo'llari.

18.1. Korxonalar ishlab chiqarish samaradorligini oshirishda tashqi iqtisodiy aloqalarning o'rni

Xalqaro iqtisodiy aloqalar birinchi navbatda korxonalarining xalqaro mehat taqsimotida ishtirok etishi natijasida amalga oshiriladi. Ishlab chiqarish jarayoni tashqi bozor bilan bog'liq bo'lgan korxonalar, mavjud imkoniyatlaridan har tomonlama foydalangan holda dunyo bozoridagi pozitsiyalarini raqobatchilarga nisbatan mahkam ushlab qolishga intiladilar.

Sanoat korxonalarining tuzilishi o'ta murakkab bo'lib, ularning rivojlanish darajasi bir necha omillar yordamida amalga oshiriladi. Tashqi iqtisodiy faoliyat bilan bevosita ish olib boruvchi korxonalar o'z faoliyatini samarali yo'nalishda doimo o'zgartirib turishlari lozim,

negaki bozor iqtisodiyoti raqobatbardosh subyektlar uchungina shafqatlidir.

Bugungi kunda o'z faoliyatini saqlab qolishga hamda rivojlantirishga intiluvchi korxonalar turli sohalardagi so'nggi yutuqlardan maksimal foydalanishmoqda. Bular avvalo tashkiliy muammolar, mahsulotni sifatli ishlab chiqarish, uning sotilishini ta'minlash, mehnat taqsimoti, foydani samarali taqsimlash, sarf-xarajatni kamaytirish, ilmiy-tadqiqot ishlarini olib borish, so'nggi zamonaviy texnologiyalardan foydalanish kabilardir.

Uch asosiy elementlarning o'zaro bog'liqligi sanoat ishlab chiqarish jarayonining negizini tashkil qiladi: asosiy kapital, aylanma kapital va ishchi kuchi. Korxonaning samaradorligi, xo'jalik faoliyatining so'nggi natijasi o'z ifodasini turli ko'rsatkichlarda topadi, masalan ishlab chiqarish, mahsulot hajmi, mahsulot tannarxini tushurishda umumiy tejamkorlik, foyda, rentabellik, fondning qaytish darajasi va hokazo.

Eksportga yo'naltirilgan faoliyat korxonaga zimmasiga bir necha vazifalarni yuklaydi, mahsulotni olg'a surish siyosati, soliq siyosati, moliyalashtirish hamda kreditlashtirishni tashkil qilish, baho hosil qilish va boshqalar. Keltirilgan omil va ko'rsatkichlarni alohida-alohida ko'rib tahlil qilib chiqamiz.

Asosiy kapital ishlab chiqarishning texnik bazasi sifatida. Asosiy kapital ishlab chiqarish vositalarining to'ldiruvchi qismi bo'lib xizmat qiladi va mulk tuzilish kompleksida yuqori hissaga ega. Ma'lumki har qanday ishlab chiqarish jarayonining negizini inson mehnati tashkil qiladi, mehnatni amalga oshirish uchun inson o'z faoliyatida mehnat predmetlaridan va vositalaridan foydalanadi. Birgalikda bu uch element jamiyatning ishlab chiqarish kuchi hisoblanadi. Ishlab chiqarish jarayonida ularning ahamiyati turlicha. Muhim va o'ta o'rinli ko'rinishga mehnat vositalari ega bo'lib, ular yordamida ishchilar mehnat predmetiga ta'sir ko'satadilar va uning shaklini fizik-ximik xususiyatlariga o'zgartiradilar.

Mehnat vositalari qiymat sifatida ko'rilgan taqdirdagina ularni iqtisodiy kategoriyaga kiritish mumkin. Agar mehnat vositalari xususiy mulkda egalik qilinsa ular asosiy kapital deb hisoblanadi, shuni hisobga olgan holda bozor sharoitida davlat mulki sotilgach, u xususiy mulkka aylanadi. Shu bois shak-shubhasiz mehnat vositalarini asosiy kapital deb hisoblashga asos bor.

Asosiy kapital o'z ichiga ishlab chiqarish jarayonida ko'p marotaba ishtirok etadigan va asta - sekin eskirgan sari qiymatini yaratilgan

mahsulotlarga bir necha yil davomida qisman o'tkazib yuboradigan (amortizatsion to'lovlar ko'inishida) mehnat vositalarini oladi. Asosiy kapital ishlab chiqarish o'rniga qarab bir necha turlarga bo'linadi. Birinchi gruppaga mexanik vositalarni kiritish mumkin, bularga ishchi-mashinalar, turli uskunalar kiradi. Ikkinchi gruppaga bino va inshooatlarni kiritish mumkin. Uchinchi gruppaga o'z ichiga transport vositalarni, har xil ho'jalik buyumlarini kiritadi.

Asosiy kapital ikkita to'ldiruvchi qisimlardan iborat. Aktiv qismga muhim vositalar kiritilgan bo'lib, ular orqali ishlab chiqarish amalga oshiriladi. Passiv qism ikkilamchi bo'lib, u ishlab chiqarish uchun qulay sharoitni ta'minlab beradi.

Asosiy kapitalning qiymatini qoplash maqsadida amortizatsion fond ishlatiladi. Sotilgan mahsulotlardan hisob-raqamiga tushgan mablag'larning bir qismi amortizatsion to'lovlar orqali amortizatsion fondga kelib tushadi. Amortizatsion fondni tashkil qilishdan maqsad ishlab chiqarish vositalarining vaqt o'tishi bilan eskirishidir. Eskirishning keng tarqalgan ko'inishidan biri fizik eskirishdir. Fizik eskirish qonuniy hodisa bo'lib, asosiy vazifa uming vaqtida oldi olinishi, ta'mirlanishi va bartaraf etilishidir. Fizik eskirish o'z navbatida qisman va to'liq eskirishga bo'linadi. Birinchi holda vosita ta'mirlansa, ikkinchi holda to'laligicha almashtiriladi (uskunalarning ma'naviy eskirishi).

Asosiy kapitalning samarali ishlatilishini bilish uchun umumiy va xususiy ko'rsatkichlardan foydalaniladi. Keng tarqalgan ko'satkichlardan biri fondning qaytish darajasidir. Bu ko'rsatkichni korxonaning yalpi mahsuloti orqali hisoblash mumkin, ya'ni yalpi mahsulotni asosiy kapitalning bir yilda o'rtacha qiymatiga bo'lgan nisbati orqali topiladi.

Aylanma kapitalni ishlatishni takomillashtirish yo'llari. Sanoat kapitalini ishlatish natijasida mahsulotni ishlab chiqarish shakllanadi. Sanoat kapitali aylanma kapital yoki aylanma vositalar sifatida ham ko'riladi. Sanoat korxonaning aylanma vositalari ikki qismdan iborat bo'lib quyidagilarga bo'linadi: aylanma va muomila fondlari.

Aylanma fond ishlab chiqarish fondining bir qismi bo'lib, ishlab chiqarish davrida mavjud qiymatini sarf qilib yangi yaratilgan mahsulotda namoyon bo'ladi. Aylanma fondi turli ko'inishda xomashyo, butlovchi mahsulotlar, yoqilg'i, tez eskiruvchi buyumlar bo'lishi mumkin.

Ishlab chiqarish jarayonining uzluksizligini ta'minlash maqsadida korxonada muomala fondining o'rni katta. Bu fond pul muomala doira-

sigʻa xizmat koʻrsatishni hamda bank hisob-raqamlaridagi mablagʻlarga, omborxonadagi tayyor mahsulotlarga, orttirilgan va yoʻlda boʻlgan mahsulotlarga xizmat koʻrsatishni oʻz ichiga olgan.

Aylanma vositalar doimiy harakatda boʻlib, aylanishning uch bosqichidan oʻz shaklini oʻzgartirgan holda oʻtadi. Aylanishning birinchi bosqichida aylanma kapital pul koʻrinishdan mahsulot koʻrinishiga oʻtadi. Bu bosqichda zaxira sifatida mehnat predmetlari bilan ishchi kuchi yollanadi. Ikkinchi bosqichda ishchi kuchi yordamida ishlab chiqarish zaxiralari (mehnat predmetlari) tayyor mahsulotga aylantiriladi. Va nihoyat uchinchi bosqichda korxonada tayyor mahsulotni sotib, pul mablagʻlarini mahsulot koʻrinishidan ozod qiladi va pul shaklida aylanish oʻz yakuniga yetadi.

Sanoat mahsulotining tannarxi. Korxonada mahsulotni ishlab chiqarish va sotish uchun sarflaydigan doimiy xarajatlarning puldagi ifodasi tannarx boʻlib hisoblanadi. Har qanday xarajatni rejalashtirib hisobga olish va shaklini aniqlash mumkin, masalan killogramm, metr, dona va hokazo. Lekin jami xarajatlarni hisoblash uchun ularni bir umumiy oʻlchovga keltirib pul ifodasida aks ettirish lozim. Deyarli hamma korxonalar ham ishlab chiqarishga ketgan xarajatlarni tannarxga kiritmaydilar.

Sanoat mahsulotining tannarxiga qoʻshimcha qilib quyidagilarni kiritish mumkin:

- sotsial sugʻurta toʻlovlari;
- bank kreditlari uchun foiz.

Tannarxni rejalashtirishdan asosiy maqsad mahsulotni ishlab chiqarishga ketadigan xarajat miqdorining optimal darajasini topishdadir. Tannarxni rejalashtirish perspektiv hamda suzuvchi boʻlishi mumkin. Perspektiv rejalashtirish uzoq muddatli besh yilgacha boʻladi. Suzuvchi rejalashtirish perspektiv rejalashtirishni aniqlash uchun qoʻllaniladi va hisob-kitob orqali amalga oshiriladi.

Ishlab chiqarish samaradorligini belgilovchi koʻrsatkichlar. Ishlab chiqarishning samaradorlik darajasini ikki tizim yordamida aniqlash mumkin. Birinchi tizimga yuqorida taʼkidlab oʻtilgan xususiy koʻrsatkichlar misol boʻla oladi, ularga mehnat unumdorligi, kapital hajmi, mahsulotning material hajmi kiradi. Umumiy koʻrsatkichlar sifatida keng tarqalgan foyda va rentabellikni koʻrib chiqamiz.

Ishbilarmonlik faoliyatini yuritishdan asosiy maqsad foyda olishda. Bozor iqtisodiyoti sharoitida foydani qoʻshimcha qiymatga aylantirilgan shakl deb izoh berishadi. Foydani hisobga olish korxonaning xoʻjalik

faoliyatining qanchalik samarali ekanligini ko'rsatadi. Foyda miqdorini shakllantirish jarayonida xo'jalik faoliyatining har bir yo'nalishlari hisobga olinadi: asosiy kapitalning ishlatilish darajasi, mashina-uskunalar, texnologiyalar, ishlab chiqarish va mehnatni tashkil qilish. Foydaning absolut hajmi tannarxning pasayganligini va sotilgan mahsulotning o'sish hajmini ifodalaydi.

Sotilgan mahsulotlardan tushgan mablag' hajmi tushum deyiladi. Tushum hajmidan ishlab chiqarishga zarur bo'lgan xarajatlar, amortizatsion to'lovlar olib tashlanib, hosil bo'lgan miqdor yalpi daromadga kiradi. Yalpi daromadning bir qismi isli haqiga va qo'shimcha qiymat solig'iga ishlatiladi. Nihoyat korxonada foyda olishga erishadi. Bundan tashqari korxonada xo'jalik faoliyatining qonun tomonidan o'rnatilgan soliqlar miqdori to'langach sof foyda qoladi.

Rentabellik va uning o'sish darajasiga ta'sir qiluvchi omillar. Ishlab chiqarish samarali ekanligini bilish uchun faqat foyda bilan cheklanib qolish mumkin emas. Masalan ikki korxonaning foyda miqdori bir xil bo'lgani bilan ularning ishlab chiqarish fond qiymatlari har xil bo'lishi mumkin. Shunday qilib korxonaning samaradorligini baholash uchun foydani ishlab chiqarish fondi bilan solishtirish lozim. Shu jarayon korxonaning rentabelligini ta'minlaydi.

Rentabellik sanoat korxonada ishlab chiqarishining iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichi bo'lib, xo'jalik faoliyatining yakuniy natijalarini aks etadi. Rentabellikni hisoblash foydaning (F) asosiy kapitalning o'rtacha yillik qiymatiga (OK) bo'lgan nisbati orqali amalga oshiriladi.

Rentabellikni ikki usulda sof va balans foyda asosida hisoblash mumkin. Rentabellik ko'rsatkichiga turli omillar o'z ta'sirini ko'rsatishi mumkin. Bularga mahsulot tannarxi, aylanma mablag'larning aylanish tezligi kabilar kiradi. Rentabellik darajasini oshirish masalasi muhimdir. Ma'lumki foyda miqdorini oshirish uchun korxonada ishlab chiqarish hajmini kengaytiradi. Hajmni oshirishdan yana bir maqsad samara, samaradorlik va mehnat unumdorligini oshirishdadir. Foyda miqdoridan xarajatlar olib tashlanganda samara topiladi, samaradorlikni xarajatlarni natijaga bo'lgan nisbati orqali aniqlaymiz. Mehnat unumdorligini jami foydaning ishchilar soniga bo'lgan nisbati orqali ifodalaymiz, ya'ni har bir ishchining qo'shgan hissasi aniqlanadi.

Moliyalashtirish va kreditlashtirishni tashkil qilish. Korxonaning moliya negizini moliyaviy reja tashkil qiladi, u o'z ichida pul shaklida daromadlar va xarajatlar balansini aks etadi. Balans quyidagi bo'limlarni o'z ichiga olgan:

1. Daromadlar va tushum vositalari. Bu bo‘limga tashqi manbalardan keladigan mablag‘lar ham kiritiladi.

2. Xarajatlar va mablag‘ ajratmalari. Bu yerda ishlab chiqarishni kengaytirishga ketadigan sarf-xarajatlar ham kiradi.

3. Kredit va bank aloqalari. Davlat budjetiga to‘lovlar.

Korxonani kreditlashtirish jarayoni qisqa va uzoq muddatli kreditlardan iborat. Qisqa muddatli kredit (1 yilgacha) asosan aylanma vositalarning (kerakli material va xomashyo zaxiralari) etishmasligi tufayli beriladi. Uzoq muddatli kredit (2 yildan 5 yilgacha) yangi obyektlarni qurish uchun, ta‘mirlash ishlarini olib borish uchun beriladi. Kredit hajmi bank tomonidan belgilangan foiz miqdorida foydadan to‘lanadi.

Korxonaning tovar siyosati. Tovar siyosati deganda biz tovarni iste‘mol bozorlariga yetkazish uchun turli yo‘nalishlardagi strategiyalarni ishlab chiqishni tushunamiz. Strategiya tovarlarning ishlab chiqarish hajm va sifat darajalariga baho berishda yordam beradi va o‘z ichiga quyidagi bo‘limlarni kiritadi:

1. Mavjud bozorlarni tadqiqod obyektlariga ajratgan holda tahlil qilish.

2. Mahsulotning yashash davri va yangi tovarlarni ishlab chiqarish uchun zarur bo‘lgan sharoitlar.

3. Talab va taklifning shakllanishi.

4. Tovar va ishlab chiqarishning raqobatbardoshligi.

5. Soliq siyosati.

Korxonaning tovar siyosatini belgilashda ilmiy-texnik mahsulotlar bozorining ta‘siri katta. Ilmiy-texnik mahsulotlar bozori deganda yangi texnologiyani kashf qilgan ixtirochilar bilan shu kashfiyotga egalik qilish xuquqini sotib oluvchilar o‘rtasidagi aloqalar tushuniladi. Ilmiy-texnik mahsulotning obyektida loyiha muxandislik mahsulotlar, ilmiy-texnik hujjatlar, informatsion xizmatlar va ilmiy adabiyotlar ko‘rib chiqiladi. Ilmiy-texnik mahsulotlarga egalik qilish ilmiy tadqiqot va konstruktorlik tajribalarini doimo olib boruvchi ilmiy texnik tashkilotlarga ruxsat beriladi.

Ilmiy-texnik mahsulot intellektual faoliyatning mahsuli bo‘lib, intellektual mahsulot deb ham yuritiladi. Intellektual mahsulotning bir necha iqtisodiy-huquqiy shakllari mavjud:

- patentlangan kashfiyotlarni ishlatish huquqini beruvchi litsenziyalar;

- “nou-xau” larni ishlatish huquqini beruvchi litsenziyalar.

Soliq siyosati. Korxonada xo'jalik faoliyatining kelajakda samarali bo'lishiga ta'sir ko'rsatuvchi muhim omillardan biri davlatning iqtisodiy soliq siyosatini olib borish yo'llaridir. Soliq davlatning budget mablag'lari uchun manba bo'lib hisoblanadi va turli to'lovlar ko'rishida bo'ladi.

Soliqlar xo'jalik mexanizmidagi ma'lum funksiyalarni bajaradilar: tartibga soluvchi, taqsimlovchi va fiskal (budget-soliq). Soliqlar bevosita va bilvosita turlarga bo'linadi. Bevosita soliqlar keng tarqalgan bo'lib quyidagilardan iborat:

1. Daromad olinadigan soliq asosan talabni tartibga solishga, narxlarini oshirib ketishga va inflatsiya darajasini pasaytirishga yordam beradi.

2. Foydadan olinadigan soliq foiz miqdorida belgilanadi va milliy daromadni qayta taqsimlashga yordam beradi.

Soliq to'lashdan ozod etilgan tashkilotlarga ma'rifat, diniy va jamoat tashkilotlari kiradi. Soliq miqdori xarakteriga ko'ra proportsional, progressiv va regressiv bo'ladi. Proportsional - daromad miqdorining hajmi qanday bo'lishidan qat'iy nazar stavkalar bir xil bo'ladi. Progressiv - daromad oshgan sari soliq stavkasi ham oshadi. Regressiv - daromad oshishi bilan birgalikda soliq miqdori pasayadi.

Bilvosita soliqlar tovar va xizmatlardan olinib baho va tariflarga qo'shimcha qiymat qo'shish natijasida olinadi. Ularga aksiz, qo'shimcha qiymat solig'i, bojxona soliqlari va qimmatbaho qog'ozlar operatsiyalaridan olinadigan soliqlar shaklida bo'ladi. Bojxona soliqlari davlat siyosatining asosiy quroli bo'lib, import mahsulotlarining bahosini tartibga solishga va ichki ishlab chiqaruvchilar manfaatlarini himoya qilishga xizmat qiladi.

O'zbekiston Respublikasi va rivojlangan mamlakatlarning soliq tizimlari solishtirib tahlil qilingandan so'ng, bizning tizimimizda bozor iqtisodiyoti sharoitining talablariga javob bermaydigan ayrim kamchiliklar kuzatildi, jumladan soliq miqdori va imtiyozlar bo'yicha. Imtiyozlar tor doiradagi savollarni qamrab olgan holda kapitalni ishlab chiqarishni kengaytirish uchun sarf qilishga to'sqinlik qiladi.

Soliq siyosat tizimini takomillashtirish maqsadida davlat quyidagi yo'nalishlarga urg'u beryapti:

- soliq miqdorlarini va imtiyozlarni shakllantirishda yangi metodologik yondashuvni yaratish;

- to'lov qobiliyatiga samarali baho berishni ta'minlash;

- davlat sarf-xarajat strukturasi tartiblash.

18.2. Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatini rejalashtirish va tashkil etish

Tadbirkorlik tuzilmalari jahon xo'jaligiga integratsiyalashar ekan, globallashuv jarayoniga kirib boradi va TIFning turli shakllari orqali uning ta'sirini sezadi. Bozorlarning globallashuvi xo'jalik yurituvchi subyektlarning yangi bozorlarga chiqishi uchun qo'shimcha imkoniyatlar yaratadi, bu esa ularning kapital oqimi, texnologiyalar, yanada arzon import va katta hajmli eksport bozorlariga kirib borishini kengayishini anglatadi. Globallashuv va keskinlashayotgan raqobat sharoitlarida barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlashning mumkin bo'lgan yo'nalishlaridan biri – muvaffaqiyatli TIF bo'lishi mumkin. U boshqa davlatlarga qaraganda tovarlar va xizmatlar qanchalik samarali ishlab chiqarilishi, taqsimlanishi va sotilishini ko'rsatuvchi natijaviy ko'rsatkich sifatida milliy daromadni ko'paytiradi, shuningdek mamlakatning nisbiy va raqobat ustunliklarini ta'minlash uchun eksport imkoniyatlari qo'llaniladi. Milliy strategik maqsadlarni bajarishni tashkillashtirish uchun tegishli nazariy va metodologik tadqiqotlarni o'tkazish, shuningdek, har bir boshqaruv darajasida ularni ijro etilishini ta'minlovchi mexanizmlarni ishlab chiqish zarur. Iqtisodiyotning zamonaviy nazariyalarini tahlil qilish natijalari bo'yicha umumlashtirilgan boshqaruvga yondashuvlarning quyidagi ta'riflari taklif etiladi:

1) tashqi iqtisodiy faoliyatni boshqarish – iqtisodiy nazariyalarni qo'llash va qiymat ifodasiga ega faoliyat samaradorligi mezonlarini aniqlash asosida boshqaruv ta'sirlarini ishlab chiqishdir.

2) xalqaro menejment – faoliyatni amalga oshirish muhitini tahlil qilish, turli mamlakatlarda biznes yuritishning farqli omillarini hisobga olish, o'zgarishlar bo'yicha boshqaruvdir.

Birinchi yo'nalish xalqaro va milliy strategiyalarni, yondashuvlar va qurollarni, institutlar tizimini shakllantirish va amal qilishini hamda uni milliy va xalqaro darajada tartibga solish mexanizmlarini ishlab chiqish jarayoni sifatida TIFni boshqarishning metodologik asosiga ega. Boshqaruvga ilmiy yondashuvning amaliy qo'llanilishi bo'lib tamoyillar, usullar, funksiyalar kabi boshqaruv unsurlarini izchil o'zaro bog'lovchi mexanizm hisoblanadi.

Ikkinchi yo'nalish xalqaro menejmentga asoslanadi, uning asosiy maqsadlari sifatida xo'jalik yurituvchi subyektlarning turli mamlakatlarda biznes yuritish imkoniyatlari va ularning tarmoqlararo o'zaro bog'liqlikda iqtisodiy, ijtimoiy, demografik, madaniy va boshqa xusu-

siyatlaridan foydalanish hisobiga raqobat ustunliklarini shakllantirish, rivojlantirish va qo'llash xizmat qiladi. Ushbu model sharoitida boshqaruv organlarining roli, eng avvalo, ishga oid faollikni oshirishda ko'rinadi:

- raqobatni tartibga soluvchi va TIFni rag'batlantiruvchi umumiy qoidalarni o'rnatish;

- infratuzilma va institutlarni yaxshilash;

- ishlab chiqarish omillari sifatining va ulardan foydalanish imkoniyatining oshishi;

- raqobat asosida ishlab chiqarish samaradorligini oshirish rag'batlarini yaratish;

- innovatsion faoliyatni qo'llab-quvvatlash va tarqatishni ta'minlovchi institutlarni shakllantirish va rivojlantirish;

- ta'lim muassasalarining safarbarligini ta'minlash.

Tashqi iqtisodiy faoliyatda rivojlanish mutanosibligi quyidagi shart-sharoitlarni hisobga olgan holda amalga oshirilishi mumkin. Birinchidan, TIFdan olinadigan mablag'lar kengaytirilgan takror ishlab chiqarish va innovatsion faoliyatga yo'naltiriladi, ikkinchidan, hozirgi va kelgusi avlodlar manfaatlariga rioya qilinadi. Uzoq muddatli muvaffaqiyatga yo'naltirilgan strategik boshqaruvning yaxlit tizimini yaratish muayyan tamoyillar va TIF rivojlanishining muvozanatlashtiruvchi ko'rsatkichlariga asoslanadi.

Moliyaviy tarkibiy qism TIFda muvozanatlashtirilgan ko'rsatkichlar tizimining asosiy tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi. Odatda maqsadlar tizimining boshida moliyaviy maqsadlar turadi, biroq bozor, ichki biznes jarayonlari, rivojlanish va o'qitish istiqbollari maqsadlari bilan juda kuchli o'zaro bog'liqlik mavjud. Ichki biznes-jarayonlar istiqbollari TIF sohasida takomillashtirish va rivojlantirish kerak bo'lgan asosiy jarayonlarni identifikatsiyalaydi. Mazkur istiqbol ko'rsatkichlari belgilangan moliyaviy natijalarga erishishda asosiy hissa qo'shuvchi jarayonlarga qaratilgan.

Aynan shuning uchun innovatsion jarayonlar – bo'lg'usi samaradorlikni harakatga keltiruvchi kuch sifatida, eng avvalo, tizimning ushbu istiqbolida ko'rib chiqilishi kerak.

Globalashuv jarayonlari TIF turli shakllarining xilma-xilligi va egiluvchanligini talab qiladi. Bunda globalashuv xorijiy kompaniyalar tomonidan raqobatni kuchayishiga javoban ularning iqtisodiy tuzilmani tez qayta qurish va ishlab chiqarilayotgan mahsulot sifatini oshirish qobiliyatini shart qilib qo'yadi.

TIFni strategik rivojlantirish modeli

Tarkibiy qismlar	Strategiya- TIFni rivojlantirish Asosiy maqsad- YaIMni va aholi daromadlarining barqaror o'sishiga erishish		
	Ijtimoiy rivojlantirish		Iqtisodiy rivojlantirish
Moliyaviy	Termush sifatina oshishi Inson kapitalining rivojlantirish indeksi		Aholi jon boshiga YaIMning o'sish (sh.j.TIF hisobiga). O'sishning innovatsion manbalari
Biznes-jarayonlar	Real ish haqining yuqori darajasi. Aholini pensiya va ijtimoiy ta'minotini yaxshilash Ijtimoiy imfstrukturani rivojlantirish		Mavjud ishlab chiqarishlatni saqlab qolish va yangilarini yaratish. Ilmtalab mahsulot va xizmatlar indeksi
Bozor, mijozlar	Iste'molchilarni saqlab qolish va ko'paytirish (sh.j TIF hisobiga). Ish joylari sonini ko'paytirish. Ishchi kuchi sifatini oshirish.		Eksport hajmi. Import o'rnini bosuvchi tovarlarni ishlab chiqarish
Rivojlanish va o'qitish	Strategik muvofiqlikni vijudga keltirish		
	Insin kapitali: bilimlar, o'quvlar, ko'nikmalar, strategik kompetensiyalar	Axborot kapitali: tizimlat, ma'lumotlar ba'zasi, tarmoqlar	Tashkiliy kapitak: Huquqiy me'yorlar, Institutsional tarkibiy qism, Korporativ madaniyat va boshqalar

Mikrodarajada TIF subyektlari nafaqat milliy korxonalariga nisbatan, balki jahon bozorlaridagi ishtirokchilarda nisbatan ham ajralib turuvchi ustunliklarga ega bo'lishi zarur. Shunday qilib, TIF ishtirokchikorxonalar raqobat ustunliklariga ega bo'ladilarki (mamlakatdagi mavjud ichki ustunliklardan ajralib turuvchi), ular pirovard natijada korxonalarining jahon xo'jalik aloqalaridagi ishtirok etish salohiyatini tavsiflaydi. Bunda raqobat ustunliklari TIFning jiddiy raqobat ustunliklari bo'lib xizmat qiladi. Demak, mikrodarajada TIFning muhim funksiyasi korxonaning raqobat ustunliklarini xalqaro darajada amalga oshirish va uning jahon xo'jalik aloqalari tizimida ishtirok etishini ta'minlashdan iborat.

Korxonaning raqobat ustunliklarini shakllantirish asosida TIF strategiyasini ishlab chiqishga yondashuvlarni, shuningdek, TIFni tashkillashtirish jarayoni mohiyatini o'rganish muallifga zamonaviy korxonada TIFni strategik rejalashtirish va boshqarish jarayoniga yondashuvni ta'riflash imkoniyatini beradi.

18.3. Korxonalari tashqi iqtisodiy faoliyatini moliyaviy ta'minlash mexanizmi

Xalqaro munosabatlarning rivojlanish darajasi yuqoriligi, xalqaro mehnat taqsimoti va davlatlararo uzviy savdo-iqtisodiy hamkorlik bilan tavsiflanadigan xo'jalik yuritishning hozirgi sharoitlarida O'zbekiston sanoat korxonalari faoliyat ko'rsatishining optimal modelini ularning xalqaro iqtisodiy makonga integratsiyasini ta'minlamasdan turib, amalga oshirib bo'lmaydi. Ammo jahon tajribasining ko'rsatishicha, sanoat korxonalarining tashqi bozorga chiqish jarayoni ancha og'ir va uzoq muddatli jarayon bo'lib, bir qator vazifalarni hal qilishni taqozo etadi. Chunonchi, xarajatlarni maksimal darajada qisqartirish, oqilona resurslar bazasini shakllantirish, mahsulot raqobatbardoshligi va korxonaning bozor kapitallashuvini oshirish, risklarni minimallashtirish va raqobatli ustuvorliklarni qo'lga kiritish. Biroq, korxonada faoliyatni ta'minlashning asosiy elementi sifatida moliyaviy resurslar hajmining yo'qligi hozirgi o'zgaruvchan muhitda korxonaning xalqaro bozorlarga chiqishini to'xtatib turadigan dolzarb muammolardan biri hisoblanadi. Shuni hisobga olgan holda tashqi iqtisodiy faoliyat (TIF)ni moliyalashtirishning samarali strategiyasini shakllantirish va korxonada faoliyatini kengaytirish uchun shart-sharoitlar yaratishga imkon beradigan TIFni

moliyaviy ta'minlash mexanizmini ishlab chiqish zaruriyati yuzaga keladi.

Korxonada tashqi iqtisodiy faoliyatini boshqarish uning boshqa mamlakatlarda joylashgan xo'jalik yuritish subyektlari bilan aloqalarini aniqlash va o'rnatish murakkab jarayon hisoblanadi. Bu jarayon tanlangan maqsadlarni amalga oshirish hamda zamonaviy boshqaruv usullaridan foydalanish yordamida xorijiy hamkorlar bilan o'zaro munosabatlarda ko'ngildagi holatga erishish harakatlaridan iborat, chunki bunday faoliyat riskliroq hisoblanadi va nafaqat korxonada joylashgan mamlakatdagi, balki hamkor-korxonalar faoliyat ko'rsatishi bilan bog'liq ko'plab omillarni hisobga olishni talab qiladi.

Korxonalarining tashqi bozorlarga chiqishi odatda uzoq muddatli evolyutsion jarayon sanalib, katta risk va moliyaviy tahdidlar bilan birgalikda kuzatiladi. Bizningcha, xo'jalik yuritishning hozirgi jadal sharoitlarida korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyatini to'xtatib turgan kamchilik yoxud muammolar orasida quyidagilarni alohida ajratib ko'rsatish mumkin:

- xalqaro biznesni tanlashdagi o'ziga xos (xatolar) muammolar;
- tashqi iqtisodiy faoliyatni davlat tomonidan tartibga solishning turli shakllari munosib baholanmagani;
- funksional majburiyatlarning tashqi savdo firmasi xodimlari o'rtasida aniq taqsimlanmaganligi;
- tashqi iqtisodiy bitimlarni amalga oshirish jarayonlarini noto'g'ri tushunish;
- moliyaviy resurslar yetishmasligi;
- korxonani boshqarish tizimi samarasizligi;
- mahalliy tovar va xizmatlar raqobatbardoshlik darajasining pastligi;
- tashqi muhit tahdidlari va risklarning munosib baholanmagani va h.k.

Aynan shu xususiyatlardan ham korxonada iqtisodiy mustaqillikka ega bo'lgan va xo'jalik faoliyati natijalari uchun to'liq o'zi javob beradigan tovar-pul munosabatlari subyekti sifatida tashqi iqtisodiy faoliyatni boshqarishning shunday tizimini shakllantirishi lozimki, u xalqaro bozorlarda raqobatbardoshlikni, hamkorlar tomonidan ishonchni va ish samaradorligi yuqoriligini ta'minlasin.

Hozirgi paytda tashqi iqtisodiy faoliyatda optimal boshqaruv strategiyasini shakllantirish va amalga oshirishda asosiy muammo cheklangan moliyaviy resurslar mavjudligida samarali tashqi savdo

siyosatini amalga oshirishga imkon beradigan TIFni moliyaviy ta'minlash samarali mexanizmining deyarli yo'qligi liisoblanadi.

Erkin bozor iqtisodiyoti sharoitida faoliyat yuritadigan va tashqi savdo bilan shug'ullanadigan korxonalarining moliyaviy faoliyati o'ziga xosliklarga va alohida jihatlarga ega. Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyat sohasida o'zining moliyaviy chora-tadbirlarini umume'tirof etilgan jahon savdo qoidalariga asoslanadigan zamona talablariga muvofiq tashkil etishi lozim. Bunday talab-qoidalarda tovarlar va xizmatlar eksporti yoki importi operatsiyalarini moliyalashtirish va hisob-kitoblarni amalga oshirish mexanizmini aniq tushunish va samarali qo'llash ko'zda tutiladi.

Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatini moliyaviy ta'minlash mexanizmini barpo etish, uni shakllantirishni belgilab beradigan mavjud nazariy-metodologik va amaliy jihatlarni ko'rib chiqishni talab qiladi. Moliyaviy ta'minot mexanizmi toifasini, uning alohida elementlari rolini aniq tushunish va anglab yetishning asosiy maqsadi korxonaning joriy moliyaviy-xo'jalik faoliyati amalga oshirilishi, taktik maqsad va vazifalarga, shuningdek, optimal pul oqimini shakllantirish, moliyaviy resurslardan samarali foydalanish hamda moliyaviy menejmentni muvaffaqiyatli amalga oshirish orqali strategik maqsadga erishish sanalgan korxonalar moliya siyosatini samarali amalga oshirishni ta'minlash uchun muhim hisoblanadi.

Moliyaviy ta'minot moliyaviy resurslarni samarali jalb qilish, joylashtirish, foydalanish va ular tuzilmasini optimallashtirish yo'li bilan korxonaning operatsion va strategik faoliyatini amalga oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar yig'indisi sifatida namoyon bo'ladi. Bizning fikrimizcha: "Moliyaviy ta'minot bu – korxonalar faoliyati jarayonlarining faoliyat ko'rsatish va rivojlanishi barcha bosqichlarida samaradorlik mezonini asosida ulardan foydalanish strukturasi va optimal tarkibi va yetarlilik asosida korxonalar moliyaviy resurslarini shakllantirish o'ziga xos tizimli jarayonidir".

Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatini moliyaviy ta'minlash mexanizmini moliyaviy resurslar yetarli hajmidan moliyaviy munosabatlar tashkil qilish va TIF amalga oshirilishini ta'minlash uchun ularni samarali taqsimlash, shuningdek, uning samaradorligini baholash shartlariga javob beradigan korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyati pul oqimlarini tizimlashning sifat va son ko'rsatkichlariga erishish shakllari, usullari, vositalari yig'indisi sifatida ko'rib chiqish lozim.

Tashqi iqtisodiy faoliyatni moliyaviy ta'minlash mexanizmi TIF boshqaruv mexanizmi va korxonalar umumiy moliyaviy mexanizmining tarkibiy qismi hisoblanadi.

Mexanizmi ishlab chiqish, uning tuzilmasini hamda ta'minot quyi tizimlari va elementlar o'zaro aloqalarini asoslab berish sezilarli darajada korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyat samaradorligini kuchaytiradi va uning faoliyati umumiy ko'rsatkichlarini yaxshilashga imkon beradi.

TIFni moliyaviy ta'minlash mexanizmi asosiy iqtisodiy qonunlarga asoslanishi, ichki va tashqi muhit holati hamda ta'sirini hisobga olishi, korxonalar ular yordamida ichki va tashqi bozorlarda raqobatbardoshlikni oshirish maqsadida faoliyatni moliyalashtirish strategiyasiga ta'sir etishi mumkin bo'lgan boshqaruv vositalari va funksiyalari, topshiriqlari, asosiy usullari va tamoyillarini qamrab olishi lozim.

Mazkur mexanizm tashqi iqtisodiy faoliyatni ta'minlashga ta'siri sifat va miqdor tavsifnomasiga ega. Miqdor tavsifnomasi u yoki bu maqsadlarga ajratiladigan moliyaviy resurslar miqdorida namoyon bo'ladi. Bu mexanizm faoliyat ko'rsatishining bosh asosidir. Mos keluvchi moliyaviy resurslar qo'yilmalarisiz korxonalar faoliyat ko'rsatishi va rivojlanishining bironta vazifasini hal etish mumkin emas. Biroq bu resurslarni shakllantirish qanday amalga oshirilgani, ularning harakatlantirishi qaysi shakllarda va qaysi kanallar bo'yicha ro'y bergani, qanday shartlarda ajratilgani va foydalanilgani juda muhimdir. Bu mexanizm harakatining sifat jihatlari tavsiflaydi.

Tashqi iqtisodiy faoliyatni moliyaviy ta'minlashning ishlab chiqilgan moliyaviy mexanizmi mikroiqtisodiy va makroiqtisodiy omillar ta'siri ostida ro'y beradigan hamda korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatini moliyaviy ta'minlashga ta'sir etadigan va umuman olganda, moliyaviy resurslar optimal strukturasi ta'minlash hisobiga uning faoliyati samaradorligini oshirishga xizmat qiladigan asosiy ichki va tashqi muhit omillariga ta'sir ko'rsatadigan iqtisodiy jarayonlarni boshqarish va moliyaviy ta'minotni tashkil qilish zaruriyatini kompleksli ravishda birlashtirishga qulay sharoit tug'diradi.

Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatini moliyaviy ta'minlash mexanizmining asosiy vazifasi moliyaviy resurslar optimal strukturasi shakllantirish va ularning tashqi iqtisodiy faoliyat operatsiyalarini amalga oshirish uchun yetarli hajmini ta'minlashga xizmat qiladigan moliyaviy resurslar jalb qilish, joylashtirish va foydalanish sohasida samarali boshqaruv qarorlari qabul qilishdan iborat.

Korxonada darajasida tashqi iqtisodiy faoliyatni samarali boshqarish uchun uning ish sharoitlariga mos keladigan boshqaruv strukturasi zarur. Korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyatini boshqarish strukturasi birinchi navbatda, u hal etishi lozim bo'lgan maqsad va unga erishish uchun rejalashtirilgan vazifalar bilan belgilanadi.

TIFni moliyaviy ta'minlash vazifalari strategik, taktik va operatsion darajalarda belgilanib, bu korxonaga ustuvor faoliyat yo'nalishlarini belgilash va vositachilar bilan tashqi iqtisodiy operatsiyalarni amalga oshirishdagi moliyaviy munosabatlarni optimallashtirishga yordam beradi.

Moliya tizimining barcha tarkibiy qismlari samarali faoliyat ko'rsatishini ta'minlash uchun pul mablag'lari markazlashgan va markazlashmagan jamg'armalarini shakllantirish va ulardan foydalanishning muayyan usullarini belgilab beradigan moliyaviy munosabatlarni ifodalash shakli tushuniladigan tashqi iqtisodiy faoliyatni moliyaviy ta'minlash usullarini tanlash ushbu mexanizmning muhim elementi hisoblanadi.

Tashqi iqtisodiy faoliyatni moliyalashtirish samarali strategiyasini shakllantirishga yo'naltirilgan chora-tadbirlar ishlab chiqish korxonada tashqi iqtisodiy faoliyatini moliyaviy ta'minlash mexanizmining majburiy elementi sanaladi. Ularni amalga oshirish uchun rahbariyatga ular yordamida maqsadli qarorlar qabul qilinadigan vositalar to'plamiga ega bo'lish zarur.

Ishlab chiqilgan chora-tadbirlarni amalga oshirishda muvaffaqiyat ko'p jihatdan amaldagi monitoring tizimi va qaytuvchan aloqaga bog'liq bo'ladi. Boshqaruv jarayonining bir qismi sifatida, korxonada tashqi iqtisodiy faoliyatini moliyaviy ta'minlash ustidan nazorat korxonaning qo'yilgan maqsadga yaqinlashishini o'lchash jarayoni hisoblanadi.

Korxonada moliyaviy resurslarini boshqarishning barcha bosqichlarida amalga oshiriladi va mohiyat-mazmuni bo'yicha boshqaruv obyekti holatini tezkor tashxis qilish, uni dinamikada baholash va tadqiq etish maqsadida izchil ma'lumot to'plash tizimi hisoblanadi. Shunday ekan, qo'yilgan maqsadlarga erishganlik darajasi va boshqaruv rejasiga muvofiqlik nuqtayi nazaridan boshqaruv chora-tadbirlari bajarilishini tahlil qilish va baholashni nazarda tutadi.

18.4. Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirishni davlat tomonidan boshqarilishi

Tarixiy tajribalar shuni ko'rsatadiki, har bir mamlakatda ishlab chiqarishni ixtisoslashtirish va mehnatni taqsimlash afzalliklaridan to'liq

foydalanish imkoniyatini yaratuvchi xo‘jalik tizimi bilan yaqin integratsiyasiz, ya’ni korxonalarining xalqaro aloqalarisiz hech bir mamlakat dunyo iqtisodiyotining yuqori rivojlanish darajasiga va raqobat ustunligiga erishmagan.

Mamlakatning raqobat ustunligi - bu yuqori va doimo o‘sib boruvchi ishlab chiqarish darajasiga erishishdir. Buning uchun davlat milliy manbalar - mehnat va kapitalni ishlatishga yordam berishi kerak: o‘zgarishlar, milliy sanoat faoliyatining innovatsiyasini rag‘batlantirish; tashqi bozorda firmalarning raqobatga chidamliligini oshirishga olib keladigan ichki bozordagi raqobat muhimligini yaratish; eksport hamda aralash va ishlab chiqarish korxonalariga xizmat qiladigan ishlab chiqarishni rivojlantirish, korxonalarining tashqi iqtisodiy aloqalarini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratishi zarur.

Korxonalar va davlat miqyosida tashqi iqtisodiy aloqalarni davlat tomonidan tartibga solishning obyektiv zaruriyati iqtisodiy nazariyada tan olingan va sanoati rivojlangan va yangi sanoatli mamlakatlar xo‘jalik yuritish amaliyoti bilan tasdiqlangan. TIANing davlat tomonidan tartibga solinishi butun jahonda keng qo‘llaniladi. Bozor xo‘jaligi sharoitlarida u milliy iqtisod manfaatlaridan kelib chiqqan holda TIAni takomillash-tirishni rag‘batlantiruvchi, amalga oiruvchi va nazorat qiluvchi qonuniy tasnifli chora-tadbirlar tizimini tashkil etadi. Bu chora-tadbirlar davlat korxonalarini hamda ijtimoiy tashkilotlar tomonidan ham amalga oshiriladi. Tartibga solishdan maqsad mamlakat tashqi iqtisodiy majmuasini xalqaro mehnat taqsimotining o‘zgaruvchan sharoitlariga moslashtirish va barqarorlashtirishdir.

TIAni davlat tomonidan tartibga solinishi uning moliyaviy, valuta, kredit, bojxona-tarif va tarifdan tashqari tartibga solish, eksport nazoratini ta’minlashni: tovarlarni olib kirish va olib ketish munosabati bilan shaxodatlash (sertifikatsiya) sohasidagi siyosatni aniqlashni o‘z ichiga oladi. Bu tartibga solishning barcha yo‘nalishlari harakatdagi qonunchilikka asoslanadi.

Davlatning eng muhim vazifalaridan biri tashqi iqtisodiy faoliyat va tashqi iqtisodiy siyosatning uning asosida boshqa mamlakatlar bilan hamkorlik qiladigan qoidasini ishlab chiqishdir.

Zamonaviy sharoitlarda tashqi iqtisodiy siyosat – bu davlat hokimiyatining xorijiy mamlakatlar bilan iqtisodiy, fan-texnika, ishlab chiqarish va boshqa aloqalarni rivojlantirishga va uning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning strategik vazifalarini echish maqsadida mamlakatni xalqaro mehnat taqsimotida qatnashishini chuqurlashtirish va kengay-

tirishga qaratilgan davlat hokimiyatining tadbirlari tizimidir. Har bir mamlakat bu masalalarni o'z rivojlanishining aniq tarixiy sharoitlariga ko'ra hal qiladi.

Masalan, AQSh bir qancha o'n yillar davomida jahon xo'jaligida oldingi o'rinni egallab kelib, hozirgi vaqtda o'z mavqegini saqlab qolish uchun kurash olib bormoqda: ishlab chiqarish uchun mo'ljallangan ilmiy tovarlar olib kirishni rag'batlantirmoqda: asosan iqtisodni texnik yangilash uchun to'lov bo'ladigan xorijiy kapital oqimi rag'batlantirilmogda. Mamlakat tashqi iqtisodiy aloqalarida butun dunyoda hamkorlik aloqalari bilan birlashgan tarmoqlari bo'lgan transnatsional korporatsiyalar hal qiluvchi rol o'ynaydi. Keyigi yillarda kichik va o'rta korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyatini juda jadallik bilan qo'llab-quvatlamogda.

Yaponiyani olib ko'radigan bo'lsak, bu mamlakat tabiiy boyliklarga juda kam ega bo'lganligi sababli tashqi iqtisodiy faoliyatini an'anaviy tarzda kerakli yoqilg'i va xomashyo materiallari importiga yo'naltirilgan. Uning barcha turdagi manbalarni tejash unga an'anaviy importni qisqartirish, xorijda tayyor mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirish kapital sifatida eksport qilish imkoniyatini berdi. Yaponiyaning raqobatga chidamligi oshdi va oxirgi yillarda bu ko'rsatkichlar bo'yicha u jahonda birinchi o'rinlardan birini egalladi.

Tashqi iqtisodiy siyosat, tashqi savdo, xorijiy investitsiyalar, valuta-kredit munosabatlari, yangi texnologiyalar berilishini hamda ishchi kuchining (harakati) tartibga solib turadi.

Tashqi iqtisodiy siyosatning shakllanishiga kapital vakillarining birlashmalari (sanoatchilarning milliy assotsiatsiyasi, tadbirkorlarining sohaviy birlashmalari), transnatsional korporatsiyalar, kichik va o'rta biznes, savdo (palata) uylari va boshqa ijtimoiy birlashmalar ta'sir ko'rsatadi.

Sanoati rivojlangan mamlakatlarda davlat tomonidan TIAni tartibga solishning (reglamentatsiya) tashkiliy qurilmalar, yo'nalishlar, prinsiplar, vazifalar maqsadlarni o'z ichiga oluvchi mexanizm vujudga keldi. Zamonaviy tashqi iqtisodiy siyosat tashqi savdoni nazorat qiluvchi va rag'batlantiruvchi qator vositalar yordamida amalga oshiriladi. Bunga mamlakatlarda tashqi iqtisodiy aloqalarni tartibga solish uchun maxsus davlat tizimlari yaratilmogda, masalan, Italiyada - Tashqi savdo vazirligi, Tashqi iqtisodiy siyosat bo'yicha vazirliklararo qo'mita, Bojxonalar bosh boshqarmasi, Bosh iqtisodiy boshqarma, Tashqi ishlar vazirligi, xorijda o'z tijorat vakolatxonalariga ega bo'lgan Tashqi savdo

instituti, tovarlarni eksport qilishda iqtisodiy bo‘limlari bo‘lgan xorijdagi elchixonava va konsulliklar yordam beradi.

Mamlakatimizda O‘zbekiston Respublikasining Birinchi Prezidenti I.A.Karimov tashabbusi bilan boshlangan mamlakatimizning dunyo xo‘jalik tizimiga integratsiyalashuvi jarayonida tashqi iqtisodiy aloqalarning turli yo‘nalish-lariga xizmat ko‘rsatuvchi ixtisoslashtirilgan tuzilmalar tashkil etildi. Hokimiyatlar, vazirlik va idoralar, xo‘jalik subyektlari birlashmalari tarkibiga TIA boshqarmasining marketing xizmati bo‘limlari kiritildi. Shuningdek, bugungi kunda mamlakatimiz ishlab chiqarish korxonalarini uchun tashqi iqtisodiy aloqalarni amalga oshirish uchun quyidagi maxsus davlat tizimlari yaratildi:

Tashqi iqtisodiy aloqalar, savdo investorlar vazirligi;

Tashqi iqtisodiy faoliyat Milliy banki;

“Asaka” bank;

“O‘zmarkazimpeks” DATSK;

“O‘zsanoatmashimpeks” DATSK;

“O‘zinterimpeks” DATSK;

“Markazsanoateksport” DATSK;

“O‘zmaxsusimpeks” DK;

“O‘ztashqitrans” DAK;

“O‘rta Osiyo Trans” XAT DAK;

“O‘zinvestloyiha” Respublika injiniring kompaniyasi;

“O‘zbekinvest” MK;

“O‘zEIKbyuro” (O‘zbekistondagi Yevropa ittifoqi komissiyasining texnikaviy yordamni muvofiqlashtirish byurosi).

Iqtisodiyot va sanoat vazirligi, Moliya vazirligi Davlat bojxona qo‘mitasi yillik tovarlar eksporti (ishlar, xizmatlar) istiqbolini ishlab chiqish sohasida, vazirliklar va idoralar - ishlab chiqarishni lokalizatsiyalash dasturini shakllantirish va amalga oshirishda, xorijiy va xalqaro tashkilotlar bilan iqtisodiy hamkorlik sohasida, Qoraqalpog‘iston Respublikasi Vazirlar Kengashi, viloyat hokimiyatlari, Toshkent shahri va mintaqalar tomonidan tashqi iqtisodiy aloqalarni rivojlantirish sohasidagi faoliyat qo‘llab-quvvatlanadi. Ularning tashqi iqtisodiy munosabatlarni rivojlantirish sohasidagi faoliyatlari Vazirlar Mahkamasining Tashqi iqtisodiy aloqalar majmui tomonidan muvofiqlashtiriladi.

Mamlakatimizda tashqi iqtisodiy aloqalarni kengaytirish bo‘yicha ko‘rilgan chora-tadbirlar o‘z samarasini berdi. Respublikada tashqi iqtisodiy faoliyat ko‘rsatkichlari amaliy jihatdan o‘sdi, uning sifat ko‘rsatkichi yaxshilandi.

Mustaqillikka erishilgandan so'ng, tashqi iqtisodiy faoliyatni muvofiqlashtiruvchi institutsional asoslar va tuzilmalarning yaratilishi O'zbekiston Respublikasi tashqi siyosatining birinchi navbatdagi vazifalaridan bo'ldi. O'zbekiston Respublikasining Prezidenti Farmoniga muvofiq, 1992-yilda Tashqi iqtisodiy aloqalar vazirligi tashkil qilindi. O'zbekiston Respublikasi tashqi iqtisodiy faoliyati (TIF)ni dunyo andozalariga mos, zamon talablariga javob bera oladigan darajada tashkil qilish maqsadida 2002-yilda O'zbekiston Respublikasining Tashqi iqtisodiy aloqalar agentligiga (TIAA) aylantirildi.

O'zbekiston Respublikasi birinchi Prezidentining 2005-yil 23-iyul Farmoni bilan Tashqi iqtisodiy aloqalar Agentligi O'zbekiston Respublikasining Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiyalar va savdo vazirligi (TIAIS) etib qayta tashkil etildi. Shu bilan birga, Qoraqalpog'iston Respublikasi Tashqi iqtisodiy aloqalar Agentligi Qoraqalpog'iston Respublikasi Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiyalar va savdo vazirligi etib, Agentlikning viloyat va Toshkent shahridan tashqi iqtisodiy bo'yicha boshqarmalari viloyat va Toshkent shahridagi tashqi iqtisodiy aloqalar investitsiyalar va savdo boshqarmalari etib qayta tashkil etildi.

Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiyalar va savdo vazirligining asosiy vazifalari:

- tashqi iqtisodiy faoliyat, eksportni rag'batlantirish, xorijiy investitsiyalarni jalb etish, tashqi savdoni erkinlashtirish, tashqi savdo aloqalarini kengaytirish va mustahkamlash sohasida yagona davlat siyosati o'tkazilishini ta'minlash;

- jahon tovarlar (kapitallar, xizmatlar) bozorlarining kompleks marketing tadqiqotlarini amalga oshirish, ichki va tashqi bozorlar istiqbollari hamda samaradorligini hisobga olgan holda ularning ahvolini chuqur tahlil etish va rivojlanishini prognoz qilish, xorijiy sheriklar bilan uzoq muddatli, barqaror savdo-iqtisodiy munosabatlarni o'rnatishga qaratilgan chora-tadbirlar ishlab chiqish va amalga oshirish;

- iqtisodiyotni rivojlantirish va raqobatbardoshligini oshirish hamda uning jahon iqtisodiy tizimiga integratsiyalashuvi bo'yicha amaliy chora-tadbirlar ishlab chiqish va amalga oshirish, respublikaning eksport salohiyatini rivojlantirish dasturlarini ro'yobga chiqarishga ko'maklashish, mamlakatimiz tashqi iqtisodiy faoliyat subyektlarining huquq va manfaatlarini ta'minlash;

- O'zbekiston Respublikasining xorijiy davlatlar, xalqaro iqtisodiy va moliyaviy institutlar, boshqa xalqaro huquq subyektlari bilan o'zaro manfaatli asosda hamkorligini rivojlantirishni ta'minlash;

- qulay investitsiya muhitini shakllantirishga va respublika iqtisodiyotiga xorijiy investitsiyalar jalb etilishiga ko‘maklashish, investitsiya loyihalari ro‘yobga chiqarilishi monitoringini amalga oshirish, xorijiy investorlarga zarur axborot yordami ko‘rsatish.

Ixtisoslashtirilgan tashqi savdo kompaniyalari faoliyatini muvofiq- lashtirish hamda ular faoliyati samaradorligini oshirish masalalari Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiyalar va savdo vazirligi zimmasiga yuklandi.

Mustaqillikning dastlabki yillaridayoq, TIFning huquqiy asoslari yaratilgan edi. 1992-yilda “O‘zbekiston Respublikasining tashqi iqtisodiy faoliyati to‘g‘risida”gi qonun qabul qilinib, u xo‘jalik yurituvchi subyektlarning shu sohadagi o‘zaro huquqiy munosabatlarini belgilab berdi.

TIF erkinlashtirilishi jarayonini chuqurlashtirish munosabati bilan O‘zbekiston iqtisodiyotini jahon iqtisodiyoti tizimiga yanada integratsiyalash maqsadida O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining 2000-yil 25-26-may kunlaridagi ikkinchi chaqiriq ikkinchi sessiyasida yangi tahrirdagi “O‘zbekiston Respublikasining TIF to‘g‘risida”gi qonuni qabul qilindi. Qabul qilingan qonunga muvofiq, TIAIS barcha faoliyat turlari iqtisodiy sohaning normativ-huquqiy bazasini shakllantirishga qaratildi. Masalan, vazirlik O‘zbekiston Respublikasining 80 ga yaqin qonunlari, 57 ta O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmonlari, 116 ta O‘zR Vazirlar Mahkamasining qarorlari tayyorlanishida faol ishtirok etdi, jumladan:

- O‘zbekiston Respublikasining “Tadbirkorlik faoliyati erkinliklari kafolati to‘g‘risida” gi;
- O‘zbekiston Respublikasining “Bojxona tariflari to‘g‘risida” gi;
- O‘zbekiston Respublikasining “Himoya chora-tadbirlari, antidemping va tovon to‘lovlari to‘g‘risida” gi;
- O‘zbekiston Respublikasining “Xalqaro shartnomalar to‘g‘risida” gi;
- O‘zbekiston Respublikasining “Mahsulotlar taqsimoti bitilari to‘g‘risida” gi;
- O‘zbekiston Respublikasining “Qimmatli qog‘ozlar bozorida investorlarning huquklarini himoya qilish to‘g‘risida” gi;
- O‘zbekiston Respublikasining “Chet el investitsiyalari to‘g‘risida” gi;
- O‘zbekiston Respublikasining “Chet el investorlari kafolatlari va huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida” gi;

– “Chet ellik investorlar huquqlarining kafolatlari va ularni himoya qilish choralari to‘g‘risida” gi qonun

– O‘zbekiston Respublikasining “Kontsessiya to‘g‘risida” gi qonunlarni misol keltirish mumkin.

TIAIS faoliyatining asosiy yo‘nalishlaridan biri respublikaning TIA geografiyasini kengaytirish hisoblanadi. Bugungi kunda ushbu yo‘nalishdagi faoliyatning erishgan yutuqlari juda katta, jumladan, O‘zbekiston va dunyoning 140 dan ortiq mamlakati o‘rtasida o‘zaro savdo-iqtisodiy munosabatlar yo‘lga qo‘yildi.

Keyingi yillarda mamlakatimiz iqtisodiyotiga kiritilgan investitsiyalar hajmi 3,2 barobar oshgan bo‘lsa, shu davrda to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar hajmi 20 barobardan ziyod o‘sgani e‘tiborga sazovordir.

Bugun O‘zbekiston dunyo bozorlariga nafaqat an’anaviy xomashyo mahsulotlari - paxta, rangli metall va boshqa tovarlar chiqarmoqda, balki eksport tarkibida qayta ishlangan, yuqori qiymatli tayyor mahsulotlar ham joy olyapti. Shu vaqtning o‘zida paxta tolasi va gazlamasi, kimyoviy mahsulotlar va plastmassa, avtomobillar, xizmatlar va qayta ishlangan boshqa mahsulotlar eksporti keskin oshdi.

Importning tarkibi ham sifat jihatidan o‘zgardi. Raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishga mo‘ljallangan, yangi zamonaviy texnologiyalar - iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlarini modernizatsiyalash va texnologik yangilangan holda qayta tashkil qilish ustuvor yo‘nalish deb belgilandi. Shuning uchun import qilinayotgan mahsulotlar tarkibida mashina va uskunalarning ko‘pligi tasodif emas. Tashqi savdo munosabatlarini yanada optimallashtirishda, mahalliy xomashyodan tayyor mahsulot va butlovchi buyumlar ishlab chiqarishda qabul qilingan dasturning roli katta.

Hozirgi vaqtda TIAIS – milliy ishlab chiqaruvchilarga o‘z mahsulotlarini tashqi bozorga sotish, marketing izlanishlarini olib borish, eksport qilinuvchi tovarlar bo‘yicha uzoq va qisqa muddatli narxlar kon’yunkturasi ko‘rsatkichlarini oldindan aytib berish orqali amaliy yordam berish bo‘yicha xizmatlar ko‘rsatadi.

TIAIS faoliyatining asosiy yo‘nalishlaridan yana biri – standartlash bo‘yicha xalqaro tashkilot talablariga muvofiq, mahalliy korxonalar mahsulotlari sifatini oshirish chora-tadbirlarini amalga oshirish hisoblanadi. Vazirlik tomonidan bojxona bojlari va to‘lovlarini yanada birxillashtirish bo‘yicha izlanishlar davom ettirilmoqda. O‘zbekistonning tovarlarni tariflash va kod berish tizimini uyg‘un-lashtirishga asoslangan TIF nomenklaturasi joriy qilingan. Respublikada tovar va

xizmatlarning barcha turiga eksport boji bekor qilingan, eksport-import amallari uchun kvota tizimi qo'llanilmaydi. Litsenziyalash ham faqat maxsus eksport-import amallari uchun qo'llaniladi. O'zbekistonda importga son jihatdan chegara qo'yilmagan, maksimal stavka 30 foizni, o'rtacha arifmetik ko'rsatkich esa, 14,6 foizni tashkil qiladi.

O'zbekistonning tashqi bozorda o'z mavqeini mustahkamlashi va respublika TIF subyektlari manfaatlarini himoya qilishda xorijiy mamlakatlardagi O'zbekiston elchixonalarining savdo, iqtisodiy masalalar bo'yicha maslahatchilari yordam ko'rsatadi. Ya'ni, ular agentlik xodimlari ichidan tayinlanadi va agentlikka tezkor ma'lumotlar yetkazib turishni ta'minlaydi. Respublikaning savdo hamkorlari bo'lgan mamlakatlarning eksport qilinadigan tovarlari, bozorlar konyunkturasi tahlilini amalga oshiradi. Tadbirkorlik doiralari orasida bevosita aloqalar o'rnatilishiga yordam beradi. Bugungi kunga kelib, maslahatchilar savdo-iqtisodiy masalalar bo'yicha dunyoning 16 mamlakatida o'z faoliyatlarini olib bormoqda.

Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiyalar va savdo vazirligi O'zbekistonning xorijiy davlatlar, birinchi navbatda, EI, Rossiya, Yaponiya, XXR, Janubiy Koreya, Germaniya bilan investitsion va moliyaviy-texnik hamkorligining kengayishida muhim rol o'ynaydi. Vazirlik xorijiy davlatlar va xalqaro moliya institutlari tomonidan O'zbekiston Respublikasiga ko'rsatiladigan yordamlarning muvofiqlashtiruvchisidir.

O'zbekiston Respublikasi hukumati tomonidan Jahon savdo tashkilotiga kirishga katta ahamiyat berilib, ushbu yo'nalishda maqsadga muvofiq qadamlar qo'yilmoqda, ya'ni hozirda Jahon savdo tashkiloti bilan ishlash bo'yicha idoralararo komissiya ishlab turibdi, agentlik zimmasiga esa, uning kotibiyati vazifasini bajarish yuklatilgan.

Xorijiy davlatlar bilan o'zaro munosabatlarda respublikaning milliy manfaatlari olg'a surilishining mexanizmlaridan biri O'zbekistonning 30 dan ortiq mamlakatlar bilan yo'lga qo'yilgan savdo-iqtisodiy hamkorlik bo'yicha ikkiyoqlama hukumatlararo komissiyalarning faoliyat yuritayotganligidir.

18.5. Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirish yo'llari

Tashqi bozorga mustaqil chiqish va xorijiy sheriklarni jalb etish korxonalar uchun mahalliy iqtisodiyot o'sishining qo'shimcha manbasi hisoblanadi. Bu narsa ayniqsa, korxonalarning iqtisodiy barqarorligini

ta'minlash va markaziy hukumatdan moliyaviy tushumlar asosida korxonaning o'z ishlab chiqarishini qo'llab - quvvatlash, kredit mablag'larini jalb etishning haddan ziyod ortib ketishini oldini olishga qaratilgan korxonasiyosatini olib borishda ayniqsa, katta ahamiyatga ega bo'ladi. Bu masalada korxonalar o'z mahsulotlarining ham mahalliy, ham jahon bozorida raqobatbardoshligini ta'minlashda sifatning o'rni beqiyosdir. Agar korxonadan chetga chiqqan va bozorga kelib tushgan nuqsonli buyumlarni ta'mirlash yoki almashtirib berish xarajatlari bilan birgalikda, past darajadagi sifat oqibatida sarflanadigan umumiy xarajatlar ishlab chiqarish xarajatlarining 30 va undan ko'p foizini tashkil qiladi. AQShning ko'plab mutaxassisarlari past sifatni Amerika mahsuloti uchun mehnat unumdorligi va uning raqobatbardoshligi o'sishining asosiy to'sig'i deb baholashgan.

Tashqi iqtisodiy faoliyatda eksportga yo'naltirilgan mahsulotlar sifatining muntazam ravishda yaxshilanib borishi muhim siyosiy va iqtisodiy ahamiyatga ega bo'lgan vaziyatdir. Bu vaziyatning tinmay amalga oshirilib borishi moddiy-texnika bazasi yaratilishiga munosib hissa qo'shish demakdir. Bugungi kunda sifat muammosi xo'jalik faoliyatining barcha jihatlarini qamrab olmoqda. Yuqori sifat mehnat va moddiy resurslarni tejash, eksport imkoniyatlarini oshirish, pirovard natijada esa jamiyatning ehtiyojlarini yanada yaxshiroq va to'laroq qondirish demakdir.

Mahsulot sifati – mahsulotga kelishilgan yoki nazarda tutilgan ehtiyojlarni qondirish qobiliyatini beradigan uning xususiyatlari va xarakteristikallari yig'indisi. Mahsulot sifati uning raqobatbardoshligiga erishishning asosiy omili hisoblanadi. Boshqa statik omillarga mahsulot narxi, xizmatning me'yoriy muddatida va mahsulot servisi sifatida uning iste'moli doirasidagi xarajatlar (ekspluatatsiya) kiradi.

Tovarning iste'mol xususiyatlari yig'indisidan foydalanish darajasi nuqtayi nazaridan "sifat" va "foydali samara" tusbunchalarini farqlash lozim. Sifat – tovarning ma'lum bir ehtiyojni qondirishining salohiyatli qobiliyati, samarali foyda esa – tovarning ma'lum bir talabni qondirishining haqiqiy (faktik) qobiliyati.

Ishlab chiqarish texnologiyalarining rivojlanishi va shaxs ehtiyojlarining ta'sirida sifatning o'rni va ahamiyati doimiy ravishda ortib bormoqda. Kun sayin madaniyat va ta'lim darajasining yuksalib borishi iste'molchilarni yanada nozik didli va talabchan bo'lishga undamoqda. Raqobatbardoshlikni ta'minlashda XX asrning 80-yillarida sifatga talablar hal qiluvchi ahamiyat kasb etdi. Jahon bozorida mahsulotlarni

xarid qilayotgan iste'molchilarning 80 %dan ortig'i sifatni narxdan ustun qo'ymoqda. Ma'lumotlar sifat xarajatlarining umumiy ishlab chiqarish xarajatlarining 15–25 %dan kam bo'lmagan qismini tashkil qilganini ko'rsatadi. Kreditlash, sarmoya kiritish, imtiyozlar berish imkoniyatlari mahsulot sifati bilan bog'langan. Masalan, Yevropaning bir qator davlatlarida shunday qonunlarga amal qilinadiki, ularga ko'ra muayyan mahsulotlar sifat sertifikatizatsiya bozorga kiritilmaydi. Mazkur sertifikat mahsulot sifatining Xalqaro standartlashtirish tashkiloti –ISO standartlaridagi talablarga javob berishini tasdiqlaydi. Boshqa sertifikatlashtirilmagan mahsulotlarning ikki barobar arzonligi shart qilib qo'yilgan. Sifatga bog'liq tashkiliy–iqtisodiy va texnik muammolar allaqachon tadqiqot predmetiga, ularni hal qilish yo'llari fan tarmog'iga aylangan. 80-yillarning yirik urushi. Global iqtisodiyotda ikkinchi jahon urushidan so'ng AQSHning yetakchiligi mustahkamlandi. Butun dunyoda Amerika tajribasi o'rganildi va amaliyotda qo'llanildi. 1953-yilda ingliz mutaxassislari AQSHda ishlab chiqarishni tashkil qilish yuzasidan keng qamrovli islohotlarni o'tkazishgan. Biroq sifatni boshqarish sohasida ular oqilona statistik nazoratdan foydalanilayotganini qayd etdilar, xolos. Amerika korxonalarini tanlanma kirish nazoratidan foydalanishgan va unga ko'ra mahsulotlarning 98 %i yaroqli deb topilgan. Yaroqsiz mahsulotlar iste'molchi talablariga ko'ra bepul almashtirib berilgan. Ilmiy-texnik taraqqiyot va Yevropa mamlakatlari iqtisodiyotining yuksalishi, "yapon mo'jizasi"ning yuzaga kelishi natijasida ushbu mamlakatlardagi ilg'or korxonalar nuqsoni bor mahsulotlarni ro'yxatga olish va almashtirish bilan kifoyalamb qolmadilar. Sifatni boshqarishning murakkab tizimlari shakllantirila boshlandi. Bu tizimlar tarqala boshlaganda bozor sifatning narxdan muhimligini angladi. Natijada Amerika biznesi 70 va 80-yillarda yuqori sifatli mahsulotlarni past narxlarda bozorga taklif qilgan Yaponiya va Yevropa firmalari tomonidan kuchli raqobatga duch keldilar.

Shubhasizki, bozor iqtisodiyoti sharoitida sifatni boshqarishning tashkiliy–iqtisodiy masalalari ko'p hollarda yangicha yondashuvlar asosida hal qilinadi. Biroq orttirilgan tajriba va milliy fan salohiyatidan bu sohada foydalanish nihoyatda foydali.

Mahsulot sifatini boshqarish deganda mahsulotni loyihalash, uni ishlab chiqarish, ekspluatatsiya qilish yoki undan foydalanishda uning zaruriy sifat darajasini belgilashni ta'minlash va saqlash tushuniladi. Bular ish sifatini doimo nazorat qilib borish va mahsulot sifatiga ta'sir

etuvchi sharoit va omillarga maqsadga muvofiq tarzda ta'sir ko'rsatish yo'li bilan amalga oshiriladi.

Mahsulotlar uchun belgilangan normativlar texnik hujjatlar asosida ularga qo'yiladigan asosiy talablarga nisbatan belgilanishi lozim. Bozor iqtisodiyotining asosiy qonuni talab va taklif bo'lganligi uchun har bir ishlab chiqarilgan tovarga iste'molchining qo'ygan talabi muhim ahamiyatga ega. Shuning uchun bozor iqtisodiyoti sharoitida iste'molchining talabi davrlariga nisbatan o'zgaruvchan bo'lganligi uchun ishlab chiqarish korxonalariga doimo yangi takliflar beriladi. Shu sababli tovarlarning sifat ko'rsatkichlari doimo yaxshilanib, ularning raqobatbardoshligi oshib boradi. Mahsulot sifatini oshirishning muhim omillaridan biri rag'batlantirish va rejalashtirishdir.

Mahsulot sifatida xalq xo'jaligining muayyan tarmoqlari va korxonalarni rivojlantirish rejalarini yaxshilash vazifalari ko'zda tutilgan hamda ushbu vazifalar bajarilishi uchun kerak bo'lgan muddat belgilanishi zarur. Mahsulot sifatini rejali amalga oshirishda standartlar katta ahamiyatga ega. Korxonalar birlashmalarida sifatni boshqarishning avtomatlashtirilgan tub tizimlari joriy etilishidan asosiy maqsad mehnatni banuqson tashkil etishga asoslanadi. Bu tizim mehnatni baxolashda kvalimetriya usullaridan foydalanishni ko'zda tutadi. Ishchi yoki jamoat mehnatini baholangandan so'ng ko'rsatkichlar tahlil qilinadi va kamchiliklarni yo'qotish choralari ko'riladi. Bu ko'rsatkichlar ishchi yoki jamoatchilikni iqtisodiy rag'batlantirishda asos qilib olinadi. Sifat koeffitsiyenti deb ataluvchi ushbu ko'rsatkich o'zaro va jamoatlararo musobaqalarni uyushtirish g'oliblarni aniqlashda asosiy ko'rsatkich deb qabul qilinadi. Ishlab chiqarish davrida sifatga qo'yiladigan talablar o'zgaruvchan bo'ladi. Shuning uchun tayyorlangan mahsulotning sifati har tomonlama tahlil qilinadi, ularning iqtisodiy barqarorligi chiqarilayotgan mahsulotning miqdori, ularning salohiyatiga ya'ni korxonalar uskunalariga, quvvatiga, xomashyo sifatiga bog'liq. Mahsulotlarning sifatini boshqarish va yangi assortimentdagi mahsulotlarni yaratish uchun ishlab chiqarishni rivojlantirishga yangi texnologiyalarni tatbiq etish asosiy omil hisoblanadi.

Asosiy tayanch tushunchalar

Tashqi iqtisodiy faoliyat, eksportga yo'naltirilgan faoliyat, perspektiv rejalashtirish, ishbilarmonlik faoliyati, patentlangan kashfiyot,

xalqaro menejment, tashqi iqtisodiy faoliyatni strategik rejalashtirish, korxonalar raqobat ustunligi, xalqaro biznes, tashqi iqtisodiy bitimlar, tashqi iqtisodiy faoliyatni boshqarish, ISO standarti, mahsulot sifatini boshqarish, sifat koeffitsiyenti.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatining mohiyati va turlari.
2. Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatini strategik rejalashtirish jarayoniga ta'sir ko'rsatuvchi omillar.
3. Strategik rivojlantirishda axborot texnologiyalarining o'rnini qanday ahamiyatga ega?
4. Ma'lumotlar bazasini boshqarish tizimi nima?
5. Boshqaruvda axborot tizimi qanday imkoniyatlarga ega?
6. Korxonalar axborot tizimini shakllanish manbalari va yo'nalishlari.
7. Korxonada axborot tizimini rivojlanish bosqichlari.
8. Axborotlarni tijoratli tarqatish sanoati va texnologiyalari.
9. Avtomatlashtirilgan tizim (AT) ning axborot xavfsizligiga tahdid deganda nima tushuniladi?
10. Korxonalar faoliyatida AKTni rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari nimalardan iborat?

XIX bob. KORXONANING STRATEGIK RIVOJLANISHINI BOSHQARISHDA AXBOROT TIZIMLARI

Mazkur bobda korxonaning strategik rivojlanishini boshqarishda axborot tizimlarining o'rni, korxonalarda zamonaviy axborot kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish yo'nalishlari, korxonada mahsulotlari va xizmatlarini ishlab chiqish hamda axborot – kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish jarayonlarining nazariy va amaliy jihatlari tadqiq etilgan.

19.1. Axborotlarning mazmun-mohiyati va ularning boshqaruvdagi o'rni

19.2. Korxonada boshqaruvida axborot-kommunikatsion jarayonlarning tarkibiy elementlarining ahamiyati

19.3. Boshqaruv jarayonlarida axborotlardan samarali foydalanishning xavfsizlik xususiyatlari

19.4. Boshqaruv jarayonida axborotlar strategiyasini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari

19.1. Axborotlarning mazmun-mohiyati va ularning boshqaruvdagi o'rni

Milliy iqtisodiyotlar raqobatdoshligi, davlatning mahalliy va chet el sarmoyadorlar uchun qulayligi ko'p jihatdan axborot infratuzilmasi va axborot xizmatlarining rivojlangan darajasiga bog'liq. Kuchli, raqobatdosh iqtisodiyotlarni, shuningdek dunyoning barcha qismlarida industrialashtirishdan so'ngi va bozor iqtisodiyotida yangi jarayonlar paydo bo'lishi global iqtisodiyot miqyosini kengaytirdi. Milliy axborot manbalari iqtisodiyot va jamiyat rivojlanishining eng zaruriy tarkiblarning biriga aylandi, u borgan sari ayrim davlatlarning global raqobatdoshlik darajasini belgilab beradi. Ijtimoiy barqarorlikni oshirish va iqtisodiy o'sishning muhim omillaridan biriga aylanib borayotgan axborot – kommunikatsiya texnologiyalarini rivojlantirish O'zbekiston davlat siyosatining asosiy ustuvor yo'nalishlaridan biri bo'lib bormoqda. Axborot iqtisodiy omil bo'lib qoldi va axborot sohasiga sarmoyalar doimiy ravishda mun-

tazam oshib bormoqda. Ayniqsa axborot texnologiyalarining o'zni zamonaviy bozor iqtisodiyotida katta ahamiyatiga ega. Ma'lumki, insoniyat ilm-ahlining mahsuloti bo'lmish axborotdan unumli foydalanmasdan turib jamiyatni rivojlantirish, fan - texnikani jadallashtirish, ishlab - chiqarishning samaradorligini oshirish mumkin emas. Shuning uchun ham, axborotlashtirish sohasi fan-texnikani, iqtisodiyotni rivojlantirishning asosiy omillaridan biri hisoblanadi.

Hozirgi davrda axborot oqimini o'sish darajasi juda yuqori bo'lganligi sababli ularni eski usullar bilan qayta ishlash tobora qiyinlashib bormoqda. Shuning uchun, ko'pgina ilmiy maqolalarda, maxsus adabiyotlarda jamiyatni axborotlashtirish, axborot resurslarini o'zlashtirish, axborotni ishlashning yangi texnologiyalarini yaratish, ulardan samarali foydalanish masalalari muhokama qilinmoqda. Ilmiy texnik taraqqiyotining inson faoliyati barcha sohaslariga ta'sir qilishning asosiy omillaridan biri yangi axborot texnologiyalarini keng qo'llashdir.

Jamiyatni axborotlashtirish - jahon miqyosidagi muhim muam-molardan biri, insoniyat taraqqiyotining, hozirgi zamon fan-texnika taraqqiyotining hayotiy zarur bo'lgan muammolari majmuasi demakdir. Bu soha turli xildagi axborotlarni tayyorlash, ulardan foydalanish, hisoblash texnikasining zamonaviy tizimlarini tashkil qilish va boshqa muhim ishlar bilan shug'ullanadi. Shu bilan birga, mazkur soha xalq xo'jaligining bir qator tarmoqlarini o'z ichiga oladi va axborotlashtirish industriyasining majmuasini tashkil qiladi. Unda axborot texnologiyasi-elektron-hisoblash mashinalari, shaxsiy kompyuterlar, protsessorlar, aloqa hamda elektron aloqa vositalari va tarmoqlarini ishlab chiqadigan korxonalar, birlashmalar markaziy o'rinni egallaydi.

Olimlar va mutaxassislarga "axborotlar okeani" ning qudratli to'liqinlarini yaxshiroq egallashlari uchun ilmiy - axborot xizmatlari vujudga kelgan. "Axborot" so'zi lotimcha "informatio" so'zidan olingan bo'lib, kutilayotgan yoki bo'lib o'tgan voqea, hodisalar to'g'risidagi ma'lumotlarni bildiradi. Axborot texnologiyalar zamonaviy jahon tizimining xizmatlar sohasida muhim voqeasiga, sivilizatsiyaning kelgusi rivojlanishini belgilovchi eng ta'sir etuvchi kuchlardan biriga aylanmoqda. Iqtisodiyotdan tashqari, u jamiyat hayotining muhim sohalarga: siyosatga, ijtimoiy sohaga, madaniyatga, ekologiyaga, xavfsizlikka va boshqalarga ta'sir ko'rsatmoqda.⁹⁰ Bunday iqtisodiyot tiklanmas tabiiy manbaalarni iste'mol qilishni kengayishiga emas, balki bilimlarga asoslanadi. Bu esa, har qanday korxonaning asosiy kapitali bo'lib,

⁹⁰ Литвак Б.Г. Читать дальше infoNogo общества. Единство. - М.: 2009. -34 стр.

moddiy aktivlar va an'anaviy manbaa va xizmatlar emas, balki intellektual mulk, "nou-xau"larni bildiradi. Eng yuqori daromadni ixtiro va innovatsiyalar keltiradi. Shu bilan birga, texnologik ishlab chiqarishlar ham, biznes-rejalarni tashkil qilish ham va butunlay yangi biznes-g'oyalar ham teng ravishda ahamiyatlidir.

Bugungi kunda korxonada faoliyatini samaradorligini oshirish va sog'lom raqobat kurashida ishtirok etish, axborot texnologiyalar sohasidagi zamonaviy texnologiyalar xizmatlaridan foydalanmasdan amalga oshirishni tasavvur qilish qiyin.

Axborot texnologiyasi (AT) sifat jihatdan yangi axborotga ega bo'lish, mehnat hajmini kamaytirish va axborot resurslaridan foydalanish jarayonining samaradorligini oshirish maqsadida axborot to'plash, qayta ishlash, saqlash, uzatish va taqdim etish uchun dasturiy-texnik vositalar majmuidan foydalanish jarayonini bildiradi. Axborot resurslari bu axborot tizimlaridagi alohida hujjatlar va alohida hujjatlar massivi, hujjatlar va hujjatlar massividir.

Atrof olam to'g'risida yangi bilimlarni egallash bilan bog'liq ni maika bo'lsa, ilm-fan deb nomlanadi, moddiy va ma'naviy boyliklarni yaratish jarayonida ushbu bilimlarni amalga oshirish bilan bog'liq bo'lgan har qanday narsa texnologiya deb ataladi.⁹¹ Iqtisodiyot sohasida axborot texnologiyalari deganda boshqaruv obyektining optimal bozor parametrlariga ega bo'lish maqsadida dastlabki tarqoq ma'lumotlarni apparat va dasturiy vositalar yordamida haqqoniy tezkor axborot sifatida qayta ishlash metodlarining majmui tushuniladi.

Iqtisodiy axborot deganda iqtisodiyot va uning barcha elementlarining holatini aks ettiradigan yoki uning o'zgarishi va taraqqiyotini belgilaydigan ma'lumotlar majmui tushuniladi. Iqtisodiy axborot boshqaruv axborotining muhim qismi, tashkiliy - iqtisodiy boshqaruvning asosiy resursi hisoblanadi.

Axborot jarayonlari – axborotni to'plash, qayta ishlash, jamg'arish, qidirish va tarqatishdan iborat jarayonlardir. Axborot ustida ishlashda hamma vaqt manba va uning iste'molchisi bo'ladi. Axborotning manbadan iste'molchiga yetkazilishini ta'minlaydigan yo'llar va jarayonlar aloqa kanallari yoki axborot kommunikatsiyalari deb ataladi.⁹²

Telekommunikatsiyalar deb kompyuter tarmoqlari va zamonaviy aloqa vositalari asosida ma'lumotlarni masofaviy uzatish usullariga aytiladi.

⁹¹ Бритков В., Дубовский С. Информационные технологии и национальность информации // Информация о науке и технике. - 2011. -No.1. - С 147стр.

⁹² Доуги С.А. я доктор Современные телекоммуникации. Технология и экономика. - М.: Эко-трендз, 2010. - 320 стр.

Axborot xususiyatlari. Haqqoniylik, to‘liqlik, dolzarblik – axborotning asosiy xususiyatlari mana shular.

Axborot haqqoniyligi deganda uning atrof olamning obyektiv borlig‘iga muvofiqligi tushuniladi.

19.1-jadval

Axborot texnologiyalari klassifikatsiyasi⁹³

INFORMATSION TEXNOLOGIYALAR	AT usuli bo‘yicha tarqatish	An‘anaviy
		Yangi information texnologiyalar
	Boshqaruv maqsadlarini qamrab olish darajasi bo‘yicha	Malumotlarni elektron turda ishlash
		Boshqaruv funksiyalarini avtomatlash
		Qaror qabul qilishni ta‘minlash
		Elektron ofis
		Ekspert yordami
	Texnologik jarayonlar xarakati sinfi bo‘yicha	Matn redaktori ishi
		Jadval jarayoni ishi
		Ma‘lumotlarni bazasini boshqarish vositalari bilan ishlash
		Grafik obyektlar bilan ishlash
		Multimediya tizimlari
	Interfeysdan qo‘llanuvchi tipi bo‘yicha	Gipermatnli tizim
		Paketli
		Dialogli
	Tarmoq tuzilishi uslubi bo‘yicha	Tarmoqli
		Lokal
		Ko‘p darajali
	Xizmat ko‘rsatish predmeti bo‘yicha	Tarqatilgan
		Buxgalteriya hisobi
Korxonona faoliyati		
Soliq faoliyati		
Sug‘urta faoliyati		
	Boshqalar	

⁹³ Коноплева И.А., Хохлова О.А., Денисов А.В., Информационные технологии: узбекские пособия. стручок красного. И.А. Коноплевой. - М.: Т. Велби, Изд-во Проспект, 2012. -7стр.

Axborot to'liqligi deganda esa qaror qabul qilish uchun qay darajada uning yetarli ekani tushuniladi.

Axborot dolzarbligi axborotning joriy vaqt talablariga muvofiqlik darajasini bildiradi. Odatda axborotning tijoriy qimmatini uning ham dolzarbligi, ham to'liqligi bilan o'lchanadi. Axborot jarayonlari muayyan vaqtga cho'zilganligi tufayli, haqqoniy va mos axborot ham, agar u vaqtda eskirgan bo'lsa, notug'ri qarorlar chiqarishga olib kelishi mumkin. Ma'lumotlar bilan ishlashda mos usulni topish zaruratining tug'ilishi ko'p o'rinda axborot olishni shu darajada kechiktirib yuborishi mumkinki, natijada u o'z dolzarbligini yo'qotadi va keraksiz bo'lib qoladi. Ma'lumotlarni shifrlashning zamonaviy tizimlari va elektron imzo mexanizmlarining ko'pchiligi, xususan, mana shunga asoslanadi. Ma'lumotlarni o'qib olish uchun metodga ega bo'lmagan shaxslar kalit qidirish bilan mashg'ul bo'lishlari mumkin, chunki metod algoritmini odatda bilib olish mumkin. Biroq bunday qidiruv muddati shu darajada cho'zilib ketishi mumkinki, ish davomida axborot o'z dolzarbligini, demakki, buning bilan bog'liq amaliy qimmatini yo'qotadi.

Bir xillik, tenglik va ega bo'lish osonligi ham axborotning muhim xususiyatlari sirasiga kiradi. Adekvatlik deganda iste'molchi ega bo'lgan axborotning muallif unga baxsh etgan mazmunga muvofiqlik darajasi tushuniladi. Axborotga ega bo'lish osonligi u yoki bu axborotga ega bo'lish o'lchovini bildiradi. Axborotlashtirish bu axborotga bo'lgan ehtiyojlarni qondirish va axborot resurslarini shakllantirish va qo'lash asosida fuqarolar, davlat hokimiyati organlari, mahalliy o'z-o'zini boshqarish organlari, tashkilotlar, ijtimoiy birlashmalarning huquqlarini amalga oshirish uchun optimal sharoitlarni yaratishning tashkil etilgan ijtimoiy-iqtisodiy va ilmiy-texnik jarayonidir.

Axborot - kommunikatsiya texnologiyalari shaxsiy, ommaviy va ishlab chiqarish kommunikatsiyalari yordamida axborotni tayyorlash, qayta ishlash va yetkazib berish bilan bog'liq obyektlar, xatti-harakatlar va qoidalar majmuini, shuningdek sanab o'tilgan jarayonlarni integral ravishda ta'minlaydigan barcha texnologiyalar va sohalarni bildiradi.⁹⁴

Jahon tajribasi axborot - kommunikatsiya texnologiyalarining mamlakat ijtimoiy - iqtisodiy rivojlanishiga asosan ijobiy ta'sirini tasdiqlaydi. Geografik va vaqt to'siqlarini buzib o'tib, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari jahondagi har bir kishi bilan onlayn rejimida

⁹⁴ Майкл Э. Портер Конкурентное преимущество: Как сделать результат Високого и Обеспечить его устойчивостью. Пьер с англ. - М.: Alpina Business Box, 2011. — 232 стр.

aloqa bog‘lash va ma’lumotlar olish imkonini beradi, ijtimoiy-iqtisodiy xatti - harakatlarning global mobilligini oshiradi.

AKTning elektronika, kibernetika, sun‘iy yo‘ldoshli aloqa tizimlari bazasida jadal rivojlanib borayotgani axborot-kommunikatsiya texnologiyalarida haqiqiy inqilob sodir bo‘layotganidan dalolat beradi. Bu esa resurslarni qo‘llash va taqsimlashning texnologik samaradorligini oshirish yo‘li bilan jahon hamjamiyatining barqaror rivoji uchun imkoniyat yaratadi. Ekologik jihatdan xavfsiz bo‘lgan axborot-kommunatsiya texnologiyalari atrof -muhitni saqlashga yordam beradigan samarali resurs va energiya jamg‘aradigan texnologiyalarni yaratishda qudratli asos vazifasini o‘taydi. AKTning tarqalishi globallashuv sharoitida axborotlashtirishning rivojlanish sur‘atlarini, xalqaro kapital harakatini tezlashtiradi, butun dunyoda axborot tarmoqlari vositasida xizmat ko‘rsatish sohasi yanada kengayib boradi. Jahonning bir qator taraqqiy etgan mamlakatlarida axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasi ushbu mamlakatlar hukumatlari tomonidan ustuvor yo‘nalish sifatida ajratib ko‘rsatilgan va o‘zining rivojlanish sur‘atlari bo‘yicha iqtisodiyotning boshqa sohalaridan ilgarilab ketgan.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining ulkan potensialidan to‘liq hajmda fodalanish biznes, alohida shaxslar va butun jamiyatni qamrab olgan har tomonlama iqtisodiy islohotni amalga oshirishning ustuvor yo‘nalishlarini belgilab beradi, chunki AKT alohida fuqarolarning hayoti va faoliyatiga va umuman mamlakatimiz infrastrukturasi ga faol kirib bormoqda. Bu yo‘nalishlar quyidagilardir:

- davlat va siyosiy boshqaruv;
- ta’lim va ilm-fan;
- sog‘liqni saqlash va tibbiyot;
- telekommunikatsiyalar va ommaviy axborot vositalari;
- biznes va savdo;
- madaniyat va san’at;
- ishlab chiqarish.

AKTning davlat boshqaruviga joriy etilishi iqtisodiyot rivojlanishini tezlashtirish, davlat sektoriga sarflarni qisqartirish yo‘li bilan mehnat unumdorligini va davlat boshqaruvi samaradorligini oshirish imkonini beradi, davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining fuqarolar va xo‘jalik yurituvchi subyektlar bilan o‘zaro aloqasini takomillashtiradi. AKTning siyosat sohasidagi rivoji samarali fuqaroviy jamiyatni rivojlantirish uchun kerakli moddiy bazani yaratadi. Zero AKTning mamlakat ichida tarqalishi axborotga erkin kirish va ega bo‘lishni

hamda aholi bilan misli ko'rilmagan darajada aks aloqa o'rnatish yo'li bilan barcha fuqarolarning davlat siyosiy faoliyatidagi faol ishtirokini ta'minlaydi.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari ta'lim tizimini ham tubdan o'zgartiradi: bu sohada umr bo'yi malaka oshirish tamoyilini faol qo'llash imkoniyati tug'iladi. Turli axborot ma'lumotlar bazalaridan foydalanish darajasining ortishi, masofaviy ta'lim metodlarining joriy etilishi turli aholi qatlamlari uchun sifatli ta'lim olish imkoniyatlarini tenglashtiradi va bu bilan umumiy savodxonlik darajasini oshiradi. Virtual universitetlar g'oyasini hayotga tatbiq etish imkoniyatlari haqiqatga aylanib boradi: bunda hatto markazdan ancha uzoq qishloq joylarida istiqomat qiluvchi har bir shaxs masofaviy ta'lim rejimida bilimlar tizimiga ega bo'lishi mumkin. Dunyo miqyosida esa taraqqiy etgan AKTLar ilmiy-texnik yutuqlarni ayirboshlash, muayyan bilimlarni iste'dodli o'qituvchilar yoki tajribali mutaxassislardan cheklanmagan miqdordagi o'quvchilarga yetkazish jarayonini keng yo'lga qo'yish imkonini beradi. Natijada o'quv materiallari va jahon kutubxonalariga cheklanmagan kirish imkoniyati tufayli o'quv kursining tannarxi keskin ravishda qisqaradi, har bir kishi kontekstli qidiruv va tahlil protseduralari orqali real vaqt rejimida juda katta bilimlar qatlamlaridan foydalanish imkoniyatiga ega bo'ladi.

AKTLar kichik biznes va shaxsiy tadbirkorlikka ham mehnat unumdorligini, huquqiy savodxonlikni oshirish uchun noyob imkoniyat yaratadi. Biznes bilan yoki iste'mol mollarini sotib olish bilan shug'ullanayotgan fuqarolarning AKT orqali bozor narxlari va tovarlarning sifatleri to'g'risidagi axbrotga keng kirib borish imkoniyatlariga ega ekanliklari ularga ratsional tijoriy qarorlar qabul qilish va samarali iste'molchilik tanlovini amalga oshirishga yordam beradi. Biznes bilan shug'ullanuvchilar uchun yangi kompyuter modellarining maxsus yaratilishi va rivojlantirilishi Internet vositasida olib boriladigan savdoning misli ko'rilmagan ekspansiyasiga sabab bo'lmoqda. An'anaviy chegaralarni buzib o'tgan misli ko'rilmagan darajada ko'p biznes turlarining rivojlanishi tufayli pul va xizmatlarni tez va arzon taklif etish imkoni tug'ildi. Shuni ta'kidlash lozimki, AKTdan foydalanish biznes sohasida bitimlar samaradorligining takomillashuviga katta hissa qo'shdi. Masalan, Yaponiyada shunday katta va qulay magazinlar tarmoqlari faoliyat ko'rsatadiki, ular da tovarlarga bevosita uydan yoki ofisdan turib, nafaqat telefon orqali, balki Internet orqali ham buyurtma berish mumkin.

Hozirgi zamon sharoitida ko'pchilik korxonalar rahbarlari axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanishga korxonalar faoliyati samaradorligini maksimal darajada oshirish instrumenti sifatida qaramoqdalar. Tashkilotlar esa qaror qabul qilish ishlarini soddalashtirish va operatsiyalarni amalga oshirish tezligini oshirish uchun elektron pochta va Internetga borgan sari ko'proq tayanmoqdalar. AKTdan uzoq muddat davomida foydalanish natijasida savdo menejmentining yangi turi bo'lgan tarmoqli taklif menejmenti vujudga keldi.

AKTning o'ziga xos jihatlari ishlab chiqarishda ham namoyon bo'ladi. Avvalambor AKT minimal sarf - xarajatlar bilan yangi turdagi xizmatlar va mahsulotlarni oson yaratish yo'llarini ochib beradi, chunki AKT mahsulotlarining katta qismi raqamli va virtual shaklda namoyon bo'ladi. AKT rivojlanishi bilan aholi bandligini oshirish, AKTning jismoniy infrastrukturasi, dasturiy tizimlar va vositalarni, axborot xizmatlarini ishlab chiqarishga oid yangi sohalarda daromad olish imkoniyatlari kengayadi. Investitsiya qo'yilmalarining tez qaytib kelishi bilan xarakterlanadigan rivojlangan axborot-kommunikatsiya texnologiyalari ishlab chiqarish va boshqaruvda ilg'or texnologiyalarning tez va oson joriy qilinishiga yordam beradi, korxonalar xodimlarining o'zaro faoliyatida ish unumdorligini pasaytiradigan vaqt va masofadagi cheklanishlarni olib tashlaydi, pirovard natijada mamlakat fuqarolari farovonligini, umuman aholining turmush darajasini oshirishga imkon yaratadi. Hozirgi paytda AKT infratuzilmasini yaratish va qo'llab-quvvatlash, sherikchilik munosabatlarini rivojlantirish, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini yanada rivojlantirish maqsadida zarur shart-sharoitlarni ta'minlash uchun kadrlar tayyorlash ishiga juda katta mablag'lar sarflanmoqda.

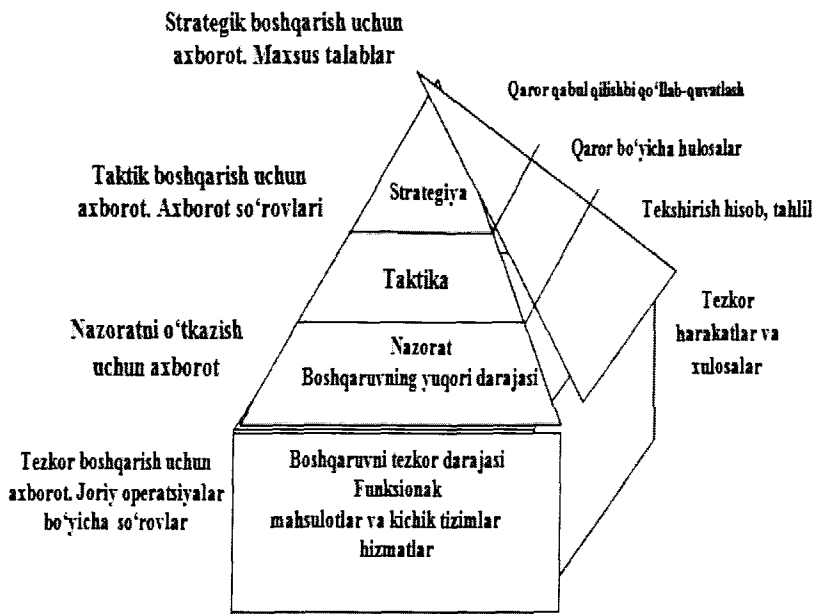
Hozirgi davrda AKTda sodir bo'layotgan o'zgarishlarni chuqur anglab yetgan jahonning yetakchi mamlakatlari axborot infratuzilmasi va axborot resurslarini strategik o'stirishga katta ahamiyat bermoqdalar. Ishlab chiqarish samaradorligini sezilarli darajada oshirish, yangi xizmatlarni rivojlantirish va mahalliy sharoitlardan optimal foydalanishda ulkan potentsialga ega bo'lgan zamonaviy axborot - kommunikatsiya texnologiyalari davlat tuzilishini, xususan ijtimoiy, siyosiy, madaniy va iqtisodiy sohalarni takomillashtirishga ham ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda. Demak, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasini rivojlantirishning milliy strategiyasi bozor iqtisodiyotini yanada rivojlantirishda, O'zbekistonda demokratik tuzumni mustahkamlashda birinchi darajali vazifa bo'lib xizmat qiladi.

19.2. Korxonalar boshqaruvida axborot-kommunikatsion jarayonlarning tarkibiy elementlarining ahamiyati

Rivojlangan davlatlar iqtisodiyoti muvaffaqiyatining sabablaridan biri ularni doimo tezkor va aniq axborotlarga ega bo'lish imkoniyati yuqoriligidir. Shunday ekan respublikamizda zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni iqtisodiyotni turli sohalariga qo'llash zaruriyatidan dalolat beradi va bundan milliy iqtisodiyotda bozor infratuzilmasining rivojlangan bo'g'inlaridan biri bo'lgan Korxonalar tizimi ham mustasno emas. Axborotlar miqdori va boshqaruv jarayonlarida yuzaga keladigan muammolar Korxonalar faoliyati o'lchamining ortishi bilan ko'payib boradi. Biroq, hatto nisbatan kichik Korxonalar ham odatdagiga qaraganda ancha katta hajmdagi axborotlarni qayta ishlashi lozim bo'ladi. Korxonalar faoliyatining muayyan turlari haqidagi axborotlar ko'pligi Korxonaning axborotlarga bo'lgan butun ehtiyojlarining faqatgina kichik bir qismi hisoblanadi. Aksariyat hollarda bunda muammolar tug'ilmaydi. Haqiqiy muammolar vaziyatning o'zgarishini kuzatish zarur bo'lgan holatda paydo bo'ladi. Har qanday tashkilotning resurslari doimiy ravishda harakatda bo'ladi. Istalgan vaqtda tovar zaxiralarining ozmi yoki ko'pmi miqdori, naqd pullar, kirim va chiqim hisobvaraqlari mavjud bo'ladi. Yangi texnologiyani o'zlashtirish xizmatlar ko'rsatish tezligining o'zgarishiga olib kelishi mumkin. Agar tashqi muhit o'zgaruvchan bo'lsa, u holda Korxonalar uchun o'ta muhim voqealar g'oyat katta tezlik bilan sodir bo'lishi mumkin. Agar ma'muriyat ushbu o'zgarishlar to'g'risida o'z vaqtida xabar topmasa, oqibatlar juda jiddiy bo'lishi mumkin. Axborot-boshqaruv tizimi (ABT) o'tgan, hozirgi va nazarda tutilayotgan kelgusi davr haqidagi axborotlarni berishi kerak. U ishga taalluqli bo'lgan korxonalar ichidagi va uning tashqarisidagi barcha voqealarni nazorat qilishi lozim. ABTning umumiy maqsadi rejalashtirish, nazorat va xizmat ko'rsatish faoliyati funksiyalarining samarali bajarilishini va umuman boshqaruv jarayonini osonlashtirishdan iborat. Kerakli insonlarga kerakli vaqtda kerakli axborotlarni berish uning eng muhim vazifasi hisoblanadi.

Jahon tajribasi shuni ko'rsatmoqdaki, Korxonalar faoliyatini tashkil etish va rivojlantirishni rag'batlantirish xizmatlarni takomillash-tirishning istiqbolli yo'nalishi hisoblanadi. Har qanday ijtimoiy-iqtisodiy va tashkiliy-xizmat ko'rsatish tizimini boshqarish axborot almashuvi bilan bog'liq. Boshqaruv qarorlarining bajarilishini ta'minlash uchun boshqaruv jarayonida har lahzada tizimning holati, oldinga qo'yilgan maq-

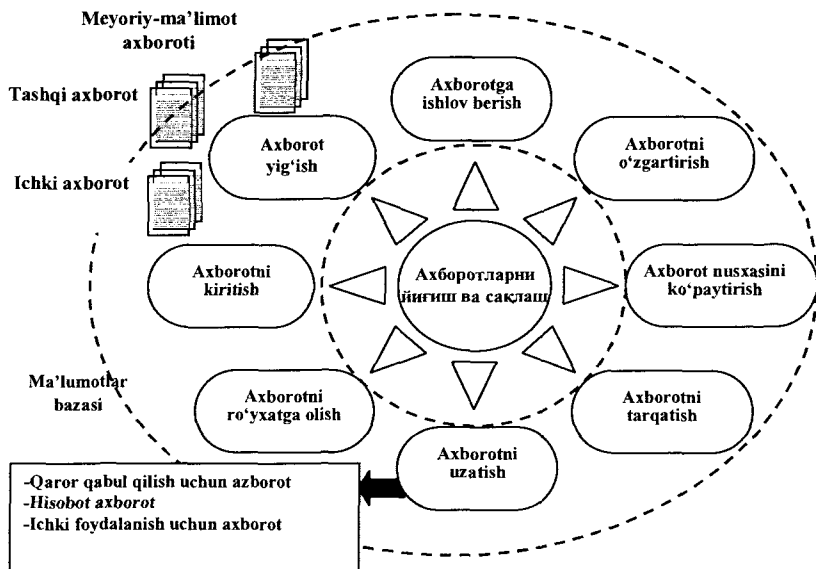
sadlarga erishish yoki erishilmayotganlik to'g'risida ma'lumotlar olinishi kerak. Boshqaruv organi boshqaruv obyekti to'g'risida axborot oladi, uni tahlil qiladi, qaror qabul qiladi va uni yana boshqaruv obyektiga yuboradi, shu tariqa, tizimda axborot oqimlari doimiy ravishda harakatda bo'ladi. Boshqaruv jarayonida zarur axborot qayd etiladi, saqlanadi, to'planadi, qayta ishlanadi va uzatiladi.



19.1-rasm. Boshqaruv pag'onalarining axborotlarga bo'lgan ehtiyojlari.⁹⁵

Ushbu tadbirlar majmui boshqaruvning axborot jarayonlarini tashkil etadi. Boshqaruvning axborot jarayonlarida iqtisodiy axborot muhim o'rin tutadi. Korxonaning moliyaviy hisobotini tuzishda axborotni yig'ish, saqlash va qayta ishlash amalga oshiriladi. Buni texnik jihatdan amalga oshirish uchun ishni tashkil etishning tegishli shakllari, texnik vositalar, ma'lumotlarni o'zgartirish usullari va tegishli malakaga ega bo'lgan xodimlar talab etiladi.

⁹⁵ Коноплева И.А., Хохлова О.А., Денисов А.В., Информационные технологии: узбекские пособия. стручок красного. И.А. Коноплевой - М.: Т. Велби, Изд-во Проспект, 2012 - 133 стр.



19.2-rasm. Iqtisodiyot obyekтини boshqarishda axborot jarayonlari ⁹⁶.

Ko'zlangan tadbirlar yangi texnologiyalar va texnika ishlab axborot bazasini yanada mustahkamlash, ularga raqobatbardosh xizmatlar ko'rsatish uchun sharoitlar yaratish korxonalar faoliyatining samaradorligini oshirish imkonini beradi.

Bugungi kunda mamlakatimizda axborot-kommunikatsiyalar texnologiyalarini qo'llamaydigan tashkilotlar deyarli qolmadi va ulardan aksariyatining hozirgi vaqtdagi muammosi u yoki bu jarayonlarni avtomatlashtirilmaganligida emas, balki uzoq muddatli rejalarsiz va uni rivojlantirish istiqbolari haqida tasavvurga ega bo'lmasdan turib amalga oshirilgan stixiyali avtomatlashtirish oqibatidir. Hisoblash texnikasi va dasturiy ta'minotni rejasiz xarid qilish, turli bo'linmalarga joriy etilgan bir vazifani hal etish uchun turli takliflarning mavjudligi, har xil segmentlangan tarmoqlarni ma'muriylashtirish va himoyalash muammolari - hularning barchasi turli korxonalar AKT - bo'linmalari rahbarlari duch keladigan muammolar jumlasiga kiradi.

⁹⁶ Автоматизированные информационные технологии в экономике: Учебник. Под красным. проф. А. Титоренко. - М.: ЮНИТИ, 2013. - 43 стр.

Dasturiy ta'mimotni ma'muriylashtirish zamonaviy vositalarining imkoniyati bundan o'n yil ilgari AKT-bo'linmalar foydalaniladigan vositalarga qaraganda ancha keng bo'lishiga qaramay bunday muam-molardan holi bo'lmagan kompaniyalarning AKT-muhitini boshqarish ancha mushkul. Operatsiya tizimlarining turli versiyalarini va biznes-rejalarini qo'llab-quvvatlash, foydalanuvchilar soni o'sib borayotgan sharoitda resurslar va ma'lumotlardan foydalanishni cheklash, yuklamaning ortib borishida serverning unumdorligini boshqarish kabi vazifalarni oddiy deb bo'lmaydi.

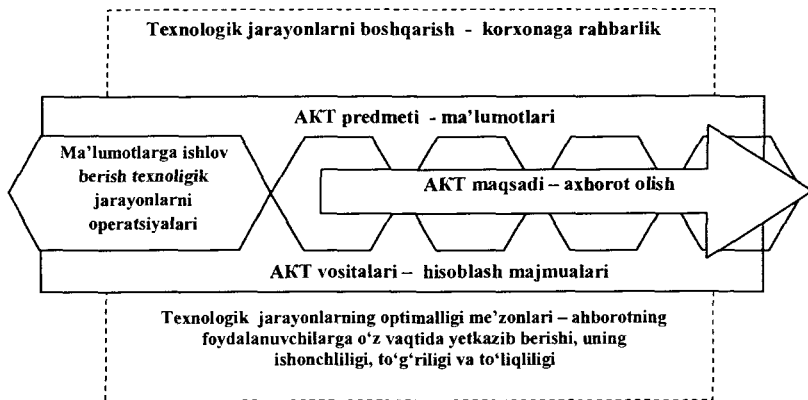
Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar boshqaruv vazifalarining sifat jihatdan yangi darajada hal etilishini istaydi. Bozor konyunkturasiga va iqtisodiy vaziyatning o'zgarishiga tezda moslashish zarurati korxonaning ichki makroiqtisodiyotini qayta qurishni, boshqaruv hisobini yo'lga qo'yishni, boshqaruv jarayonlarini optimallashtirishni talab qiladi. Axborot texnologiyalaridan, birinchi galda, ma'lumotlarga ishlov berish va hisob-kitob vazifalarini hal etish uchun foydalaniladi.

Umuman olganda axborot - kommunikatsiyalar texnologiyalarining quyidagi asosiy xususiyatlarini ajratish mumkin:

- axborot texnologik jarayonining maqsadi axborot olishdan iborat;
- ma'lumotlar texnologik jarayon predmeti hisoblanadi;
- texnologik jarayonni amalga oshiruvchi vositalar – bu turli xildagi hisoblash muvofiqi;
- ma'lumotlarga ishlov berish jarayonlari tanlangan predmet sohasiga muvofiq operatsiyalarga bo'linadi;
- jarayonga boshqaruv ta'sirlarini rahbarlarning tarkibi amalga oshiradi;
- foydalanuvchilarga axborotni o'z vaqtida yetkazish, uning ishonchlilik, to'g'riligi va to'liqligi axborot texnologik jarayonining optimallik mezonlari hisoblanadi.

Zamonaviy axborot texnologiyalari bir vaqtning o'zida matnli, raqamli va grafik axborotga ishlov berishga qodir. 80-yillarning boshida yirik xizmat ko'rsatish korxonalarida ishlov beriladigan raqamli axborot hajmi korxonalar ichida ishlov beriladigan barcha axborotning 10 foiziga yaqinini tashkil etar edi, uning qolgan qismi matnli axborot ulushiga to'g'ri kelar edi. Matnli axborotga ishlov berish o'rnatilgan AKTdan foydalanishga asoslangan texnik vositalarni qo'llagan holda amalga oshirilardi. Korxonani tezkor boshqarish tizimida kompyuterlar ko'proq quyidagi maqsadlar uchun foydalaniladi:

- xizmat ko‘rsatishning tezkor rejalarini ishlab chiqish va ularning bajarilishini nazorat qilish;
- xizmat ko‘rsatish jarayonlari uchun zarur bo‘lgan texnikalar zaxiralarining harakatini nazorat qilish;
- buyurtmalar tushumini nazorat qilish;
- xizmatlar ko‘rsatilganligi to‘g‘risidagi ma‘lumotlarni tahlil qilish;
- to‘lovlar tushumini ro‘yxatga olish;
- hisob yuritish va hisobotlar (3- rasm).



19.3-rasm. Axborot-kommunikatsiyalar texnologiyalarining asosiy xususiyatlari.⁹⁷

Telekommunikatsiyalar tizimlarining rivojlanishi raqamli va matnli axborotga ishlov berishning barcha texnik vositalarini korxonada yagona axborot tizimiga birlashtirish imkonini berdi. Bir vaqtning o‘zida hisoblash texnikasi va matnli axborotga avtomatlashtirilgan tarzda ishlov berish vositalaridan foydalanishga asoslangan axborot tizimi eng samarali hisoblanadi.

Korxonada uzoq yillik faoliyati mobaynida ko‘p axborot to‘playdi, axborotni tezda qidirib topish esa ushbu axborot samarali joylashtirilgan va saqlangan taqdirda mumkin bo‘ladi. Ma‘lumotlar axborot bazasi umuman korxonaning va uning xizmat ko‘rsatish bo‘linmalarining xo‘jalik faoliyatini tavsiflovchi statistik ko‘rsatkichlar majmuini,

⁹⁷ Коноплева И.А., Хохлова О.А., Денисов А.В., Информационные технологии: узбекские пособия. стручок красного. И.А. Коноплева. - М.: Велби Т.К., Проспект Изд-во, 2012. - 7 стр.

shuningdek korxonada rivojlanishining holati va tendensiyalariga ta'sir ko'rsatuvchi barcha omillarga nisbatan faktli materialni o'z ichiga oladi. Ma'lumotlar bazasi uchun statistik ko'rsatkichlar to'plami puxta ishlab chiqiladi va korxonaning faoliyat ko'rsatishi natijalari va istiqbollari chuqur iqtisodiy tahlil qilish uchun zarur bo'lgan ko'rsatkichlarni qamrab oladi. Odatda ma'lumotlar bazasini shakllantirishda ma'lumotlarni saqlash va yangilash tizimi to'g'risidagi masala ham hal etiladi. Ma'lumotlar bazalari asosiy foydalanuvchilar - boshqaruvchilar talablarini hisobga olgan holda uzluksiz yangilanib turadi.

Yalpi avtomatlashtirilgan axborot tizimini tashkil etish quyidagi izchil bosqichlarni o'z ichiga oladi:

-ma'lumotlarni yig'ish, saqlash, qayta ishlash va uzatish jarayonlarini avtomatlashtirish;

-matnli axborotga avtomatlashtirilgan tarzda ishlov berish qurilmalaridan foydalanish;

-axborotga ishlov berishning alohida ajratilgan jarayonlarini korxonada ichidagi yagona tizimga integratsiyalash;

-axborotga ishlov berish texnik vositalarining butun majmuidan foydalanish, barcha turdagi axborotga ishlov berishning yagona tizimiga o'tish.

Korxonada ishlashining samaradorligi korxonada hujjatlar aylanishi qanday tashkil etilganligiga bog'liq. Korxonani boshqarish sifatiga hujjatlarni shakllantirish, axborotni qabul qilish-uzatishning tezkorligi va sifati, ma'lumot-axborot xizmati ishlashining uyg'unlashganligi, hujjatlarni saqlash, qidirib topish va ulardan foydalanishning aniq tashkil etilishi kabi omillar ta'sir ko'rsatadi.

Shunday qilib, hujjatlar aylanishini avtomatlashtirish quyidagilar uchun zarur:

-Korxonada sodir bo'layotgan yaxlit manzarani shakllantirish;

-barcha bo'linmalarining uyg'unlik bilan ishlashi;

-mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash;

-inson, kommunikatsiya, investitsiya va boshqa xizmat ko'rsatish resurslaridan samarali foydalanish.

Axborot tizimi oqilona bo'lishi, ya'ni ma'lumotlarni yig'ish, saqlash va ulardan foydalanish uchun kam xarajat talab qilishi lozim. Bir tomondan, har qanday iqtisodiy hodisani yoki jarayonni yalpi tahlil qilish uchun har tomonlama axborot talab etiladi. Agar u mavjud bo'lmasa, tahlil to'liq bo'lmaydi. Ikkinchi tomondan, axborotning ortiqcha to'planishi uni qidirish, yig'ish va qarorlar qabul qilish jarayonlarini

uzaytiradi. Ushbu talabdan axborotning foydaliligini o'rganib chiqish va shu asosda ortiqcha ma'lumotlarni yo'qotish va kerakllarini kiritish yo'li bilan axborot oqimlarini takomillashtirish zarurati kelib chiqadi.

Murakkab avtomatlashtirilgan axborot tizimlari odatda tashqi maslahatchilar yordamida mutaxassislar guruhi tomonidan loyihalashtiriladi. Loyihalashtirilayotgan tizim amaliyotda samarali bo'lishi uchun ushbu mutaxassislar loyihalashtirish jarayoniga keyinchalik mazkur tizimdan foydalanadigan boshqaruvchilarni jalb etish lozim. Chunki ushbu foydalanuvchilar qaysi qarorlar asosiy va ularni qabul qilish uchun qanaqa axborot zarurligini boshqalarga qaraganda yaxshiroq bilishadi.

Shunindek, foydalanuvchilarga tizim bilan ishlashni yaxshi o'rgatish orqali ham qarshilikni kamaytirish mumkin. Bunday o'rgatish murakkab avtomatlashtirilgan axborot tizimi keltirib chiqaradigan norma'lumliklar oldidagi qo'rquvni kamaytiradi. Yangi texnologiya bilan bog'liq muhim muammolardan biri - bu haddan ziyod katta miqdordagi axborotlarni berishning osonligi. Ortiqcha axborotlar esa, xuddi axborot taqchilligi singari, qarorlarni qabul qilish jarayonlarini qiyinlashtiradi. Keraksiz faktlar bilan chalg'ib qolgan rahbar yo muhim axborotlarni ko'rmay qolishi mumkin.

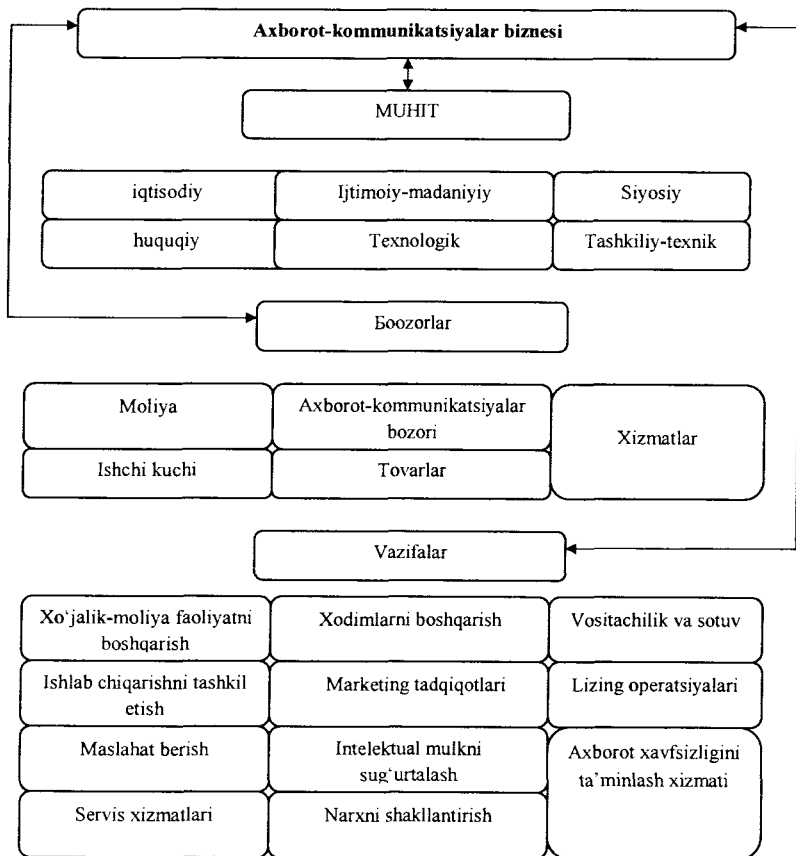
Avtomatlashtirilgan axborot tizimlariga kiritiladigan ishlov berilmagan axborot uni yaroqli tarzda olish mumkin bo'lgan tarzda tashkil etilishi kerak. Turli boshqaruvchilar axborotlarga nisbatan turli vaqtda turlicha ehtiyoj sezishadi. Ularga apparat jihozlaridan samarali foydalanishga yordam berish uchun dasturiy ta'minotning turli paketlari ishlab chiqilgan.

19.3. Boshqaruv jarayonlarida axborotlardan samarali foydalanishning xavfsizlik xususiyatlari

Yuksak texnologiyalar bugungi kunda o'z oldiga yuqori likvidli va eksportga yo'naltirilgan mahsulotlar ishlab chiqarish vazifasini qo'yan har qanday rivojlangan davlatning barqaror va texnologik iqtisodiyotni hamda sanoatining ajralmas qismiga aylandi. Ular kompaniyalar, xalq va davlatni birlashtirgan holda mavjud ijtimoiy - iqtisodiy munosabatlarning o'ziga xos "asab" tizimini tashkil etadi. Axborot inqilobi, nafaqat yangi yechimlar va yangi imkoniyatlarni, balki yangi muammolarni ham keltirib chiqaradiki, ular vaqt o'tishi bilan tobora yaqqolroq namoyon bo'ladi va o'z yechimini talab qiladi. Yangi texnologiyalarning joriy

qilinishi katta moddiy va ishchi kuchi sarflarini talab etadi, shuning uchun bamma mamlakatlar ham bu yoʻlda birdek saʼy - harakatlarni amalga oshira olmaydi. Dinamik tarzda oʻsib borayotgan, koʻp tarmoqli tizimni tashkil etgan axborot - kommunikatsiya texnologiyalari sohasi tizimlashtirish uchun katta qiyinchilik tugʻdiradigan obyektidir.

Jahon axborot - kommunikatsiyalar texnologiyalari yutuqlarining tahlili axborot - kommunikatsiyalar biznesining funkional modelini ishlab chiqishga imkon berdi (4-rasm).



19.4-rasm. Jahon axborot-kommunikatsiyalar biznesining funkional modeli.⁹⁸

98 Бритков В., Дубовский С. Информационные технологии и национальность информации // Информация о науке и технике - 2011. - №1. - 176 стр.

Berilgan mazkur modeldan ko‘rinib turibdiki, axborot – kommunikatsiyalar biznesi uchta asosiy omil bilan tariflanadi: muhit, bozor va vazifalar. Bu omillarning majmuasi interaktiv xizmatlarni shakllantirish bo‘yicha yagona moliyaviy-iqtisodiy siyosatni yuritishga yordam beradi.

Tahlillarimiz axborot-kommunikatsiyalar biznesi tovarlaridan keng ko‘lamda foydalanmasdan turib davlat miqyosidagi quyidagi asosiy masalalarni hal etish mumkin emasligini ko‘rsatadi:

1. Davlat xavfsizligi. Hozirgi kunda intellektual dasturiy tizimlar bizga ma‘lum va ma‘lum bo‘lmagan turli qurollardan ko‘ra davlatni himoya qilishning eng takomillashgan vositalaridan hisoblanadi va uning xavfsizligini ta‘minlaydi.

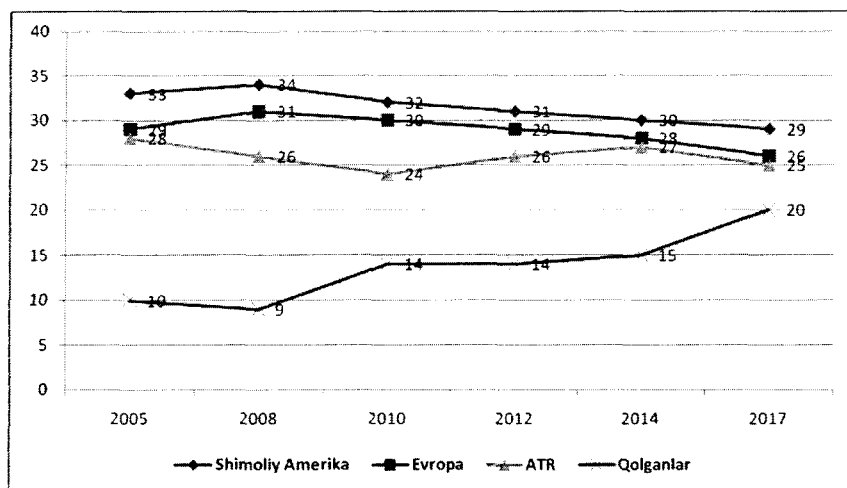
2. Iqtisodiy islohotlarni rivojlantirish. Bozor iqtisodi munosabatlarni judayam samarali va takomillashgan darajaga olib chiqishda zamonaviy kompyuter texnologiyalarini keng ko‘lamda qo‘llamasdan bo‘lmaydi.

3. Jahon iqtisodiy hamjamiyati tarkibiga kirish. Iqtisodiy o‘shishning asosiy muammolaridan biri - investitsiya faoliyatini jadallashtirish va sanoatga mablag‘ jalb etishni kengaytirishdan iborat, chunki chet el kapitalini jalb etish milliy iqtisodni rivojlantirishning strategik masalalaridan.

4. Zamonaviy dasturiy mahsulotlar bozorini shakllantirish va mamakatimizda ishlab chiqarilayotgan turlarini davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash dasturiy mahsulotlarni ishlab chiqarish shunday sohalariga taalluqligi, u rivojlanish yo‘lida yuksalib bormoqda. Oxirgi bir necha yillar ichida ma‘lumotlar bazasini ishlab chiqaruvchilar vazifasining kengayish tendensiyasi vujudga keldi. Ya‘ni, ular ma‘lumotlar bazasini nafaqat interaktiv xizmatlariga yetkazib berish, ularga iste‘molchilarning kirishini ham ta‘minlab bera boshladi. Shuni aytish joizki, so‘nggi vaqtlarda interaktiv xizmatlar o‘zlarining vositachilariga iste‘molchilar haqida hech qanday axborotlar berishmaypti. Shuning uchun ham ularning o‘zi ehtiyoj darajasini mustaqil tadqiq qilishlariga to‘g‘ri kelmoqda. “On-layn” xizmatlari industriyasining o‘ziga xos xususiyatlari ushbu bozordagi texnologik yangiliklarning yaxshi qabul qilinishiga zamin yaratmoqda. Ma‘lumotlar bazasiga kirish borasida muqobil usullarning paydo bo‘lishi interaktiv xizmatlari bozoridagi kuchlarning o‘rnini jiddiy o‘zgartirib yuborishi mumkin.

Jahon axborot-kommunikatsiyalar bozori tahlili shuni ko‘rsatmoqdaki, globalizatsiya sharoitida AKT iqtisodiy o‘shishning asosiy bir omillaridan bo‘lib qoladi. AKT ning asosiy makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar

shakllanishida o‘shish tendensiyasiga ega. Jahon korxonalar tadqiqotlariga ko‘ra AKT sektori YIMning asosiy sifat beruvchi omili bo‘lib qoladi. Ushbu ko‘rsatkich 5-10% chegarasida bo‘lgan mamlakatlarda “samarali iqtisodiyot”, undan past bo‘lsa faktorli iqtisodiyot bo‘ladi.⁹⁹ Oxirgi yillarda ko‘p davlat va xalqaro tashkilotlar o‘zlariga ustuvor maqsad qilib axborotlashgan jamiyatga o‘tish dasturi va konsepsiyasini o‘zlarida amalga oshirishni belgilashgan. Ushbu konsepsiya vatani AQSH bo‘lib, hozirda Buyuk Britaniya, Kanada, Finlandiya, Fransiya, Yaponiya, Indiya, Italiya va boshqa davlatlarda amalga oshirilmoqda. Ushbu maqsad dunyo axborot jamiyati liderlari qatoriga qo‘shilishidir. Bugungi kunda AKT bazasida tovar va xizmatlarni eksport qiladigan eng yirik subyektlar Xitoy va Indiya davlatlari hisoblanadi.

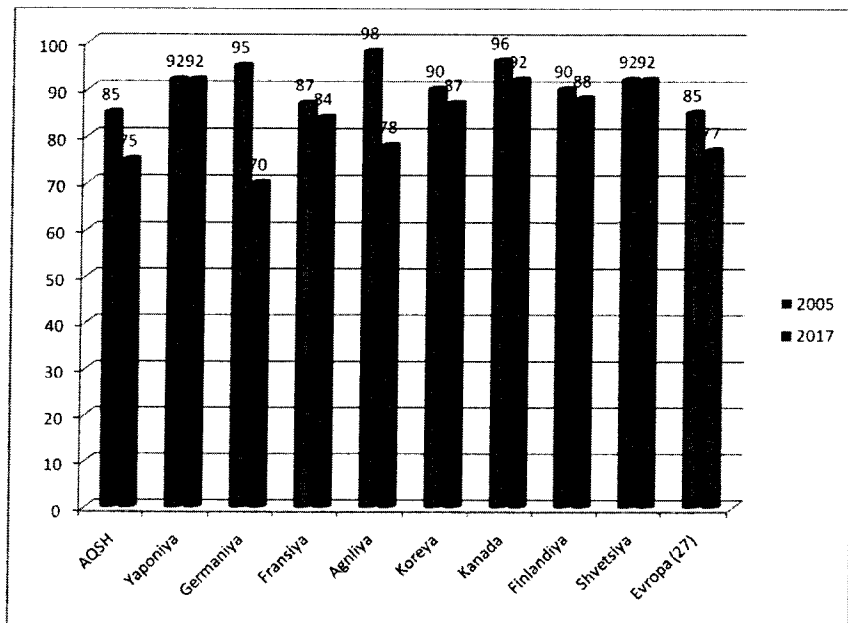


19.5-rasm. Dunyo miqyosidagi AKT bozoridagi regional ulushi dinamikasi. (%)¹⁰⁰

Xalqaro AKT bozoridagi har xil regionlar ulushining o‘zgarishi dinamikasi shuni ko‘rsatadiki, boshqa davlatlar ham ushbu yo‘nalishda tez rivojlanish dinamikasiga ega. AKT dunyo bozoridagi mamlakatlar ulushi dinamikasi shuni ko‘rsatadiki, 2017-yilda ushbu sohada Shimoliy Amerika ustunlikka ega bo‘lib, lekin 2005-yilga nisbatan ko‘rsatkichlar pasaygan.

⁹⁹ В. Шульцева Мировой цифровой ринг: тренды. Метаморфоз, цифры, прогноз. IT - Новости №1, IT Weekly. № 4, 2015.

¹⁰⁰ А. Кодиров и другие. Динамика трендов в сфере информационно-коммуникационных технологий в отрасли. Дж. Бизнес - Эксперт. 2018. № 2 - 48 стр.



19.6-rasm. AKT sohasida ITI ni xususiy moliyashtirish ulushi tarkibi.¹⁰¹

Yevropa davlatlari bu masalada ancha barqaror pozitsiyaga ega bo'lib, faqat 2012-2017-yillarga kelib, pasayish dinamikasini ko'rsatmoqda. ATR o'sish dinamikasiga ega va 2010-2017- yuqori templar bilan oshgan. Qolgan davlatlar ham ijobiy o'sish natijasiga ega.

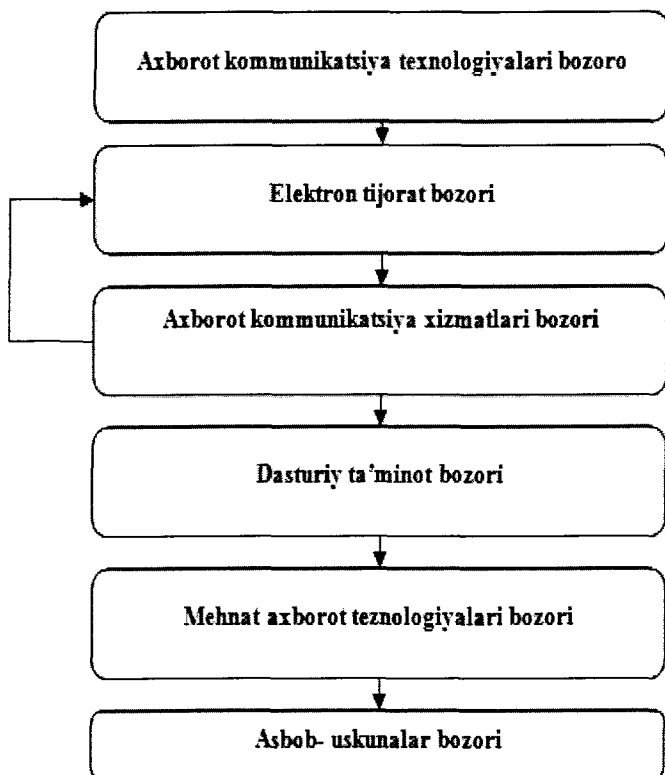
Axborot kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanish darajasiga ko'ra mamlakatlarni bir necha guruhga bo'lish mumkin.

Bugungi kunda G'arbiy yevropadagi axborot kommunikatsiya texnologiyalarni bozorlari eng faol rivojlanayotgan, Sharqiy Osiyo, Sharqiy Yevropa va Janubiy Amerika bozorlari esa sust rivojlanayotgan bozorlar qatoriga kiradi. AQSH va Yaponiyaning axborot kommunikatsiya texnologiyalarni bozorlari mo'tadil sur'atlarda rivojlanayotgani ko'zga tashlanadi.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari bozori tarkibiga mikroelektronika, asbob-uskunalar va dasturiy ta'minotni ishlash va ishlab

¹⁰¹ "Iqtisod va moliya". Jurnal. 2014. № 8 26 bet.

chiqarish, telekommunikatsiyalar, mobil servislar, Internetga kirish huquqini ta'minlash, Internet axborot resurslari va elektron biznes kiradi.



*19.7-rasm. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalar bozoringing tuzilishi.*¹⁰²

Yevropa axborot texnologiyalari observatoriyasi mutaxassislarining e'tirof etishlaricha, butun axborot kommunikatsiya texnologiyalar bozori telekommunikatsiyalar bozori va axborot texnologiyalari bozoriga bo'linadi. Asbob-uskunalar jahon bozori uchun yuqori darajada monopollashish, kompyuterlar va mikroprotessor asbob - uskunalarini ishlab chi-

¹⁰² Шульц В.Н. Проблема институционализации в информационных технологиях. - М.: ГУУ, 2018. -56стр.

qish jarayonlarining konsentratsiyalashuvi va kapital sig'imi xos bo'lib, bu kompyuterlarni ishlab chiqarish va yig'ish jarayonlarini arzonlashtirish imkonini beradi. Kompyuterlar va mikroprotsessor asbob-uskunalarini yaratishga ketadigan umumiy qo'shimcha qiymatning tohora ko'proq solishtirma nisbati kompyuterlar protsessorlari va element bazasini ishlab chiqishga to'g'ri kelmoqda.

Internet kishilarni guruhlariga birlashtirish tamoyillarini tubdan o'zgartirib yuboradi, barcha jamiyat qatnashchilari o'rtasida ma'lumotlar bazasini tobora samaraliroq shakllantirish va almashinish instrumenti bo'lib xizmat qiladi, shuningdek yangi axborot texnologiyalari segmentlari (elektron biznes, "Elektron hukumat") ning yuzaga kelishida asos vazifasini o'taydi.

Dasturiy ta'minot bozori axborot kommunikatsiya texnologiyalar bozorining eng harakatchan va daromadli segmentlaridan biridir. U yuqori diversifikatsiya darajasida past resurs va kapital sig'imi bilan xarakterlanadi. Tizimli va amaliy dasturiy ta'minotning ishlab chiqilishini farqlash lozim. Bevosita dasturlash va test sinovlaridan o'tkazish loyiha umumiy qiymatining faqat 10-15 % (borib tursa, 30%) ni tashkil etadi va yuqori malakani talab qilmaydi. Aynan dasturiy ta'minot axborot - kommunikatsiya texnologiyalari bozorining qolgan segmentlariga nisbatan qo'yilma ko'rsatkichi bo'yicha ancha samaralidir.

Loyihani o'z kuchi bilan bajarish imkoniyati bo'lmaganda, loyiha yoki uning alohida bosqichlari boshqa firmalar yoki tashqi ishlab chiquvchilar jamoasi tomonidan bajarilishi mumkin. Bu loyihalar "outsoringi" deb ataladi. Loyihalar "outsoringi" alohida firmalar o'rtasida mehnat taqsimoti jarayonlarini chuqurlashtirishga yordam beradi, ishlab chiqarish unumdorligini oshirish manbai bo'lib xizmat qiladi, butun ishlab chiqarish jarayonini internatsionallashtirish va globallashtirish uchun qulay imkoniyatlarni yaratadi. Mablag'larni tejash maqsadida loyihalarni ishlab chiqishni ishchi kuchi arzon bo'lgan mamlakatlarga topshirish amaliyoti ham keng qo'llanadi. Bunday ofshor dasturlash rivojlanayotgan mamlakatda milhy axborot - kommunikatsiya texnologiyalari ni rivojlantirishning asosi bo'lib xizmat qiladi. Yevropa mamlakatlari loyihalarning ofshor ishlanmasini osiyo mamlakatlariga topshirishning foydasini tobora ko'proq tushunib bormoqdalar.

Axborot - kommunikatsiya texnologiyalari rivojining hozirgi zamon bosqichida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining konvergenstiyasi yuz bermoqda. Bu jarayon texnologik yechimlarning yanada differentsiallashuvi va murakkablashuvi bilan sodir bo'lmoqda. Bunday

konvergentsiya universal texnologiyalarning paydo bo'lishiga olib kelmoqda.

Ekspertlarning bergan baholariga ko'ra, hozirgi vaqtda rivojlangan mamlakatlardagi voyaga yetgan aholining deyarli yarmidan ko'pi axborot - kommunikatsiya texnologiyalari va axborot xizmatlarini taqdim etish sohaslarida banddir.

Mehnat axborot texnologiyalari jahon bozorlari orasida yuqori malakali ishchi kuchi bozorlari segmentlari ulkan ustuvorlikka ega. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari industriyasining o'sib borayotgan ehtiyojlarini qondirish maqsadida ochiq universitetlarda masofaviy ta'lim bazasida mutaxassislarni yetishtirib chiqarish har yili o'rtacha 25% ga oshmoqda. Shu bilan birga axborot texnologiyalari bo'yicha mutaxassislarning tobora ko'proq soni turdosh yuqori texnologik sohalardan axborot - kommunikatsiya texnologiyalari sohasiga o'tmoqda ushbu sohadagi mutaxassislar soni yanada ko'payib bormoqda. Germaniya, Avstriya, Buyuk Britaniya, Fransiya va Italiyada axborot texnologiyalari bo'yicha mutaxassislarning kamligi bu mamlakatlarda viza berish bilan bog'liq to'siqlarning zaiflashuviga sabab bo'ldi va ushbu mamlakatlar kompaniyalari bevosita o'z tuzilmalarida ishlash uchun MDH davlatlaridan mutaxassislarni tobora ko'proq ishga jalb qilmoqdalar.

Keyingi o'n yillikda axborot - kommunikatsiya texnologiyalarining ehtimoldagi rivojlanish tendensiyalari quyidagilarda namoyon bo'ladi:

- mobil shaxsiy qurilmalardan ommaviy foydalanish;
- davlat boshqaruvi, iqtisodiy va ijtimoiy sohalarda elektron tarmoqlardan har bir o'rinda samarali foydalanishni ta'minlash;
- kontent taqdim etish vositalaridan keng foydalanishni ta'minlash;
- ommaviy foydalanish uchun elektron xizmatlar;
- iqtisodiyotning sayohatlarni tashkil etish sektori, ekologik vaziyat monitoringi va ekologik halokatlarning oldini olish uchun intellektual axborot infratuzilmalarini hamda transportdan foydalanish xavfsizligini boshqarish, transport ishining samaradorligini oshirish tizimlarini ishlab chiqish.

Axborot kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanish tendensiyalaridan biri bu ularning intellektuallashuvidir. Intellektual axborot texnologiyalarining noyob xususiyati shundaki, loyihalash, diagnostika, nutq sintezi, Internetda axborot qidiruvi, virtual korxonalar qurish, elektron savdo va boshqa shu kabi sohalarda ularning qo'llanishi deyarli cheklanmagan. Intellektual axborot texnologiyalarining ta'lim sohasiga

joriy etilishi masofaviy ta'lim jarayonini har bir ta'lim oluvchining talablari va qobiliyatiga muvofiq moslashtirish imkonini beradi. Global axborot tarmoqlari va intellektual axborot texnologiyalari kompaniyalar va hatto aqliy mehnat haqidagi tasavvurlarni o'zgartirib yuboradi. Kishilar o'z uylarida ishlay oladilar va zarurat tug'ilganda bir-birlari bilan tarmoqlar orqali muloqot qilish imkoniga ega bo'ladilar.

19.3-jadval

2015-2017-yillarda AT bo'yicha jahon miqyosidagi xarajatlari.¹⁰³

Nomi	2015 yil xarajatlari mln.doll.	2015 yil dinamikasi	2017 yil xarajatlari. mln.doll	2017 yil 2015 yilga nisbatan dinamikasi (%)
Kompyuter tashkil etuvchilarga	660	-1,4	689	4,4
Sonli-markazlar	140	0,2	143	2,3
Korporativ Po	299	4,9	320	6,9
AT-servislari	922	1,8	964	4,6
Telekom-servisi	1,633	0,5	1,655	1,3
AT ga xarajatlar	3,654	0,4	3,771	3,2

Axborot kommunikatsiya texnologiyalari rivojining jahon tendensiyalari shuni ko'rsatadiki, vaqt o'tishi bilan elektron davlat boshqaruvi har qanday davlat uchun zaruratga aylanadi, va u qancha tez joriy etila boshlasa, shuncha yaxshi. "Elektron hukumat" davlat boshqaruvining o'rini egallamaydi, ammo axborot - kommunikatsiya texnologiyalariga asoslanib, davlat o'z funksiyalarini optimallashtirishga axborot to'plashni tezlashtirishga va, qolaversa, hukumat qabul qilayotgan qarorlarga ta'sir ko'rsatuvchi sonsiz omillarni hisobga olishga qodir bo'ladi.

O'zbekiston aholisi uchun mamlakat ichida ham, uning tashqarisida ham kommunikatsiya tarmoqlari hamda axborot ma'lumotlar bazalariga kirish va ulardan foydalanish imkoniyatini kengaytirish muhim vazifa-

¹⁰³ А. Кодиров и другие. Динамика трендов в сфере информационно-коммуникационных технологий в отрасли. Дж. Бизнес - Эксперт. 2018. № 2 - 52 стр.

lardan bo‘lib turibdi. Turli mamlakatlar tajribasi ko‘rsatib turganidek, jamiyat hayotida erkin axborot oqimining haqiqatda ta‘minlanishi bozor iqtisodiyotiga o‘tish jarayonini tezlashtiradi va sotsial farovonlik darajasini yanada oshiradi. Shuning uchun hozirgi zamon sharoitida yangi texnologiyalardan va internetdan samarali foydalanish ish bilan bandlik, ta‘lim va regional muammolarni hal qilish kabi ijtimoiy-iqtisodiy xatti-harakatlarda ishtirok etishda muhim omil bo‘lib qolmoqda.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish jarayonida ehtiyotkorlik va chuqur, puxta o‘ylangan reja talab qilinadi, chunki bu yo‘lda bo‘lg‘usi xatti - harakatlardan ko‘zlangan maqsadlar haqida aniq tasavvurga ega bo‘lmay hamda avvaldan axborot - kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanish strategiyasini tuzmay turib biron samaraga erishish qiyin. Hech qanday milliy chegaralar bo‘lmagan virtual fazoda global tarmoqlardan intensiv foydalanish sharoitida rivojlangan mamlakatlarga xos madaniy qadriyatlar, yashash tarzi, til, dunyoqarash rivojlanayotgan mamlakatlarga yanada faolroq kirib keladi, bu esa ushbu mamlakatlar xalqlarining o‘z milliy va tildagi o‘ziga xosligini, madaniy va tarixiy an‘analarini yo‘qotib borish xavfini tug‘diradi. Axborot – kommunikatsiya texnologiyalarini joriy qilishda yuzaga keladigan yana bir muammo shaxsiy ma‘lumotlarning elektron tarqalishi, axborot elitarizmi bilan bog‘liq bo‘lib, bunda aholining bir qismigina yangi texnologiyalar va axborot resurslaridan foydalanish huquqiga ega bo‘ladilar va bu imtiyozlarni faol amalga oshira oladilar. Bunday vaziyat mualliflik huquqlariga hamda elektron axborot ishlab chiqaruvchilar huquqlariga rioya qilish muammosini keltirib chiqaradi. Axborot - kommunikatsiya texnologiyalari sohasidagi qonunchilik ham axborot - kommunikatsiya texnologiyalari rivojlanishini belgilab beradigan yoki, aksincha, bunga to‘siq bo‘ladigan omillardan biri bo‘lishi mumkin. Bu bilan bog‘liq holda qonunchilikka tegishli aniq chegaralangan umumiy qoidalar mavjud bo‘lib, ularga rioya qilish axborot - kommunikatsiya texnologiyalari rivojida ijobiy o‘rin tutadi. Bu - hukumat axborotining ochiq-oydinligini va unga erkin kirish huquqidan foydalanishni ta‘mimlash, tegishli tizimlar va organlar tomonidan ijtimoiy nazoratning yo‘lga qo‘yilishi.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanish davrida yuzaga keladigan muhim muammolardan biri bu malakali kadrlarning yetishmasligidir. Xodimlarni muntazam va har tomonlama o‘qitish barcha mamlakatlarda har bir sohada, shu jumladan boshqaruv, siyosat va ma‘muriyatda, bosh strategiyaga aylanmog‘i lozim. Axborot – kommu-

nikatsiya texnologiyalarning bandlikka ta'siri texnologiya, industriya-ning o'ziga xos xususiyatlari, bozor tuzilmasiga qarab har xil ko'rinish-larda bo'ladi. Texnologik taraqqiyot ish joylarining qisqarishiga olib keladi, chunki asbob-uskunalar borgan sari "aqliroq" bo'lib boradi va kamroq ish o'rinlarini talab qiladi. Iqtisodiy jihatdan rivojlangan mam-lakatlarda axborot - kommunikatsiya texnologiyalari bilan bog'liq kom-paniyalarda ish joylarining misli ko'rilmagan qisqarishi kuzatiladi.

Zamonaviy axborot - kommunikatsiya texnologiyalar davlat tu-zilishini takomillashtirish, ishlab chiqarish samaradorligini sezilarli darajada oshirish, yangi xizmatlarni rivojlantirish va mahalliy sharoit-lardan optimal foydalanish, tabiiy resurslarni iqtisod qilish va atrof - muhit muhofazasi uchun ulkan potensialni o'zida jamlagan. Axborot – kommunikatsiya texnologiyalarini hayotning barcha jabhalariga joriy qilish bilan bog'liq sodir bo'layotgan keng masshtabli qayta o'zgartirishlar davlat tomonidan barcha manfaatdor mamlakatlar bilan ittifoqda nazorat qilinishi va butun jamiyat manfaatlariga yo'naltirilgan bo'lishi kerak.

19.4. Boshqaruv jarayonida axborotlar strategiyasini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari

Mamlakatimizda informatsion - kommunikatsion texnologiyalari soha-sini jadal sur'atlar bilan rivojlantirish, mamlakat iqtisodiyoti va uning boshqa tarmoqlariga ijobiy ta'sirini yanada jadallashtirish, xalq va uning turmush-tarzinini yanada oshirish, bir so'z bilan aytganda, mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish usutuvor istiqboli sifatida O'zbekiston Res-publikasi hukumati o'zining sohaga oid qarorlarini bosqichma - bosqich amaliyotga tatbiq etayotganini e'tirof etish zarur.

Bugungi kunda axborotlashtirish sohasida yaratilgan qonunchilik bazasi jamiyatimizning barcha jabhalari qatori korxonalar tizimiga ham kompyuter va axborot texnologiyalarini keng joriy etish imkonini berdi. Korxonalarga zamonaviy axborot texnologiyalarining joriy etilishi mijozlarga korxonalar xizmatining yangi turlarini ko'rsatish, xizmatlar samaradorligi va mijozlarning korxonalar tashkilotlariga bo'lgan ishonchini yanada oshirishga xizmat qilmoqda.

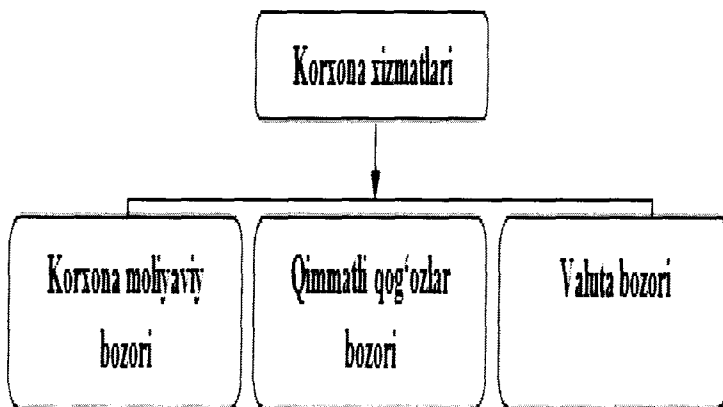
Mamlakatimizda fuqarolarga pul jo'natmalarining elektron to'lovlar tizimidan foydalangan holda qisqa vaqt ichida amalga oshirish imkoni yaratilgan. Shuningdek, mobil aloqa vositalari va internet tarmog'i orqa-

li interaktiv xizmatlar ko'rsatish yo'lga qo'yilgan. Shu bilan birga, korxonalarda statistik ma'lumotlarni qayta ishlash, elektron hujjat aylanishi, xususan, elektron raqamli imzo texnologiyalari qo'llanib kelinmoqda.

Korxonalar tomonidan axborot texnologiyalarini bosqichma-bosqich rivojlantirish borasida kompleks chora - tadbirlar olib borilmoqda. Korxonaning zamonaviy va takomillashgan dasturiga o'tishi, filiallarida texnik kompyuter jihozlarini yangilanishiga olib keldi va natijada mijozlarga sifatli xizmat ko'rsatish bilan birga korxonaning iqtisodiy o'sish ko'rsatkichlariga ham o'z ta'sirini ko'rsatdi.

Korxonada iste'molchilarning takliflari asosida takomillashgan texnologiyalarni tatbiq etish va yangilash ishlari yo'lga qo'yilgan. Hozirgi kunda korxonalarining filiallari, bo'limlari yuqori tezlikdagi aloqa kanallari bilan ta'minlangan bo'lib, bu o'z navbatida aniq real vaqt ichida tezkor va nazorat o'rnatish imkoniyatini yaratdi.

Korxonada o'z ish faoliyati davomida yangi axborot texnologiyalarini tatbiq etishga katta ahamiyat berib, zamonaviy dasturlarni va texnik jihatdan yangilash jarayonlariga mablag'larni investitsiya qildi. Korxonaning rivojlanishi uchun qilingan investitsiyalar miqdori yildanyilga oshib, bu o'z o'rnida korxonaning xizmat turlarini kengayishiga, korxonaning moliyaviy barqarorligiga hamda mijozlarga sifatli va tezkor xizmat ko'rsatish imkonini berdi.



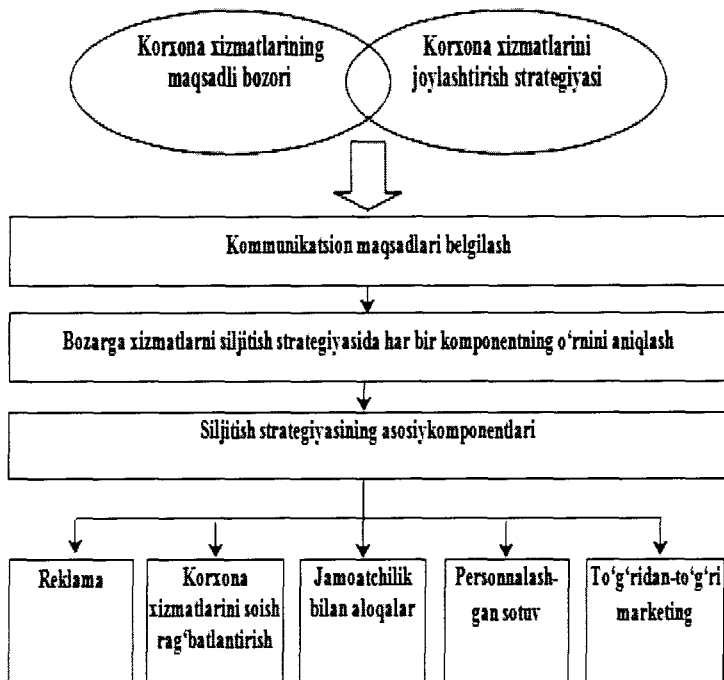
19.8-rasm. Korxonalar xizmatlari bozorining tarkibiy tuzilishi¹⁰⁴

¹⁰⁴ Nazariy ma'lumotlar asosida talaba tomonidan shakllantirildi.

O‘z mohiyatiga asosan korxonalarning kapitallari bozori ssuda kapitalining muntazam aylanish jarayonini ta‘minlovchi maxsus moliya munosabatlarining yig‘indisidan iborat. Korxonada xizmatlari narxini shakllantirishda marketingni quyidagi maqsadlarini keltirish mumkin:

- korxonada mahsulot ishlab chiqarish va tovar hayotiyiligini ta‘minlash;
- joriy foydani maksimallashtirish;
- korxonada xizmatlari bozorida yetakchilikni egallash (raqobatchilar orasida yetakchi bo‘lish, yuqori sifatdagi xizmatni ko‘rsatish).

Ushbu maqsadlarga erishish uchun talaba tomonidan bitiruv malakaviy ishida korxonada xizmatlari bozorida kommunikatsion strategiya ishlab chiqildi va u quyidagi rasmda aks ettirilgan.



19.9-rasm. Korxonada xizmatlari bozorida kommunikatsion strategiyani ishlab chiqish bosqichlari.

Yuqoridagi rasmda keltirilgan kommunikatsion strategiyani ishlab chiqish korxonalar tomonidan olib boriladigan operatsiyalarga asoslanadi.

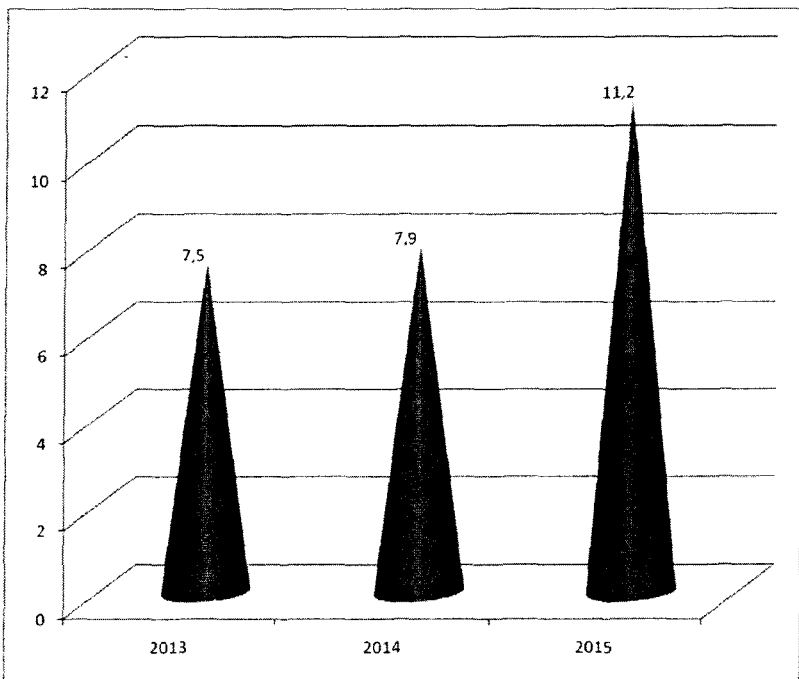
Korxonada tomonidan axborot texnologiyalarini bosqichma-bosqich rivojlantirish borasida kompleks chora - tadbirlar olib borilmoqda. Korxonaning zamonaviy va takomillashgan dasturiga o'tishi, filiallarida texnik kompyuter jihozlarini yangilanishiga olib keldi va natijada mijozlarga sifatli xizmat ko'rsatish bilan birga korxonaning iqtisodiy o'sish ko'rsatkichlariga ham o'z ta'sirini ko'rsatdi.

Korxonada mijozlarning takliflari asosida takomillashgan texnologiyalarni tatbiq etish va yangilash ishlari yo'lga qo'yilgan. Hozirgi kunda korxonaning filiallari, bo'limlari yuqori tezlikdagi aloqa kanallari bilan ta'minlangan bo'lib, bu o'z navbatida, aniq real vaqt ichida tezkor va nazorat o'rnatish imkoniyatini yaratdi.

Korxonalar o'z ish faoliyati davomida yangi axborot texnologiyalarini tatbiq etishga katta ahamiyat berib, zamonaviy dasturlarni va texnik jihatdan yangilash jarayonlariga mablag'larni investitsiya qildi. Korxonalarning rivojlanishi uchun qilingan investitsiyalar miqdori yildan yilga oslib, bu o'z o'rnida korxonaning xizmat turlarini kengayishiga, korxonaning moliyaviy barqarorligiga hamda mijozlarga sifatli va tezkor xizmat ko'rsatish imkonini berdi.

Axborot - kommunikatsiyalar bozorining interaktiv xizmatlar tomonidan yo'lga qo'yilishi ijtimoiy va iqtisodiy rivojlanishning strategik hamda operativ masalalarini hal qilishda axborot ta'minoti uchun yuqori sifatli va samarali shart-sharoitlar yaratib berishga qaratilgandir. Axborot mahsulotlarini tarqatish va foydalanishning o'ziga xos xususiyatlari va qonuniyatlarini o'rganishda tizimli yondoshish axborot-kommunikatsiyalar biznesi haqida chuqur bilimga ega bo'lishni talab etadi va ularni tizimlashtirishda katta imkoniyat yaratadi.

Birgina Internet tarmog'ining o'zidan har xil turdagi ma'lumotlarni topish, axborot almashish, foydalanuvchilarning o'zaro muloqotini tashkil etish, bilim olish, ko'ngilochar dasturlarda ishtirok etish kabi maqsadlarda foydalanish bilan birga, elektron biznes faoliyatini yo'lga qo'yish va marketing tadqiqotlarini o'tkazish kabi bir qancha vazifalarni amalga oshirish mumkin. Internet tarmog'i imkoniyatlaridan biznes va tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish jarayonida Korxonaning veb-sahifasi uning virtual olamdagi salohiyatini belgilovchi asosiy tashkil etuvchi hisoblanadi.



19.10-rasm. O'zbekiston Respublikasida Internet tarmog'idan foydalanuvchilar soni dinamikasi.¹⁰⁵

Aynan uning yordamida korxonalar o'z mijzlari bilan bevosita tezkor muloqot o'rnatish, xizmatlar haqida batafsil ma'lumot berish, foydalanuvchilarning xizmat, korxonalar imiji haqidagi fikrlarini o'rganish, oldi-sotdi va to'lovlarni elektron tarzda, on-layn rejimida tashkil etish imkoniyatiga ega bo'ladi. Ushbu imkoniyatlardan foydalanishda hozirda mavjud texnologiyalardan qaysi biri javob berishi mumkin va mobil-korxonaning modellarining qaysi biri afzaldir?

Ushbu platformada mobil-korxonaning tizimlarini rivojlantirish istiqbolliligini WAP-Korxonaning quyidagi ustuvor tomonlari isbotlaydi:

1. Oddiyligi - mijoz tizimni uzoqdan faqatgina WAP-sayt manzilini mobil telefon brauzerida ko'rsatib ishga tushira boshlashi mumkin.

¹⁰⁵ O'zbekiston Respublikasi axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalar rivojlanishi vazirligi ma'lumotlari

2. Sozlash elementarliligi - telefonni elementar sozlash talab etiladi. Umuman olganda, hozirgi uyali aloqa operatorlari rivojlanishi bilan qo'shimcha xizmatlarni amalga oshirishda sozlash qiyinchilik tug'dirmaydi.

19.4-jadval

Zamonaviy mobil - Korxonaning xizmati talablari.¹⁰⁶

Mezonlar	Mazmuni
Masofadan xizmat ko'rsatish	Mijoz tizimini uzoq masofadan turib ishga tushirish mumkin
Sozlash qulayligi	Mijoz mobil telefonini qanday bo'lsa ham sozlash kerak emas
Axborot olish tezkorligi	Mizoj maslahatni korxonada va uyali aloqa operatori orqali bir xil darajadagi tezkorlik va asoslilik bilan olishi mumkin
Interfeys qulayligi	Tizim kerakli darajadagi aniqlikni ta'minlashi zarur-mijoz murakkab lotin va arab raqamlari uyg'unligini to'lov uchun talab qolishi kerak emas. Ideal holatda-interfeysda logotiplar, tushunarli ikonkalar va shu kabilarbo'lishi kerak.
Korxonalar operatsiyalari xilma-xilligi	Funksionallik barcha talab etiladigan korxonalar operatsiyalarini qamrab olishi kerak
Tayyor namunalar mavjudligi	Funksionallikdan foydalanish juda oddiy bo'lishi kerak? Tayyor ro'yxatning mavjudligi, oldindan kiritib bo'lingan ma'lum dairadagi matn va hokazo – mijoz mobil telefon klaviaturasidan minimal miqdorda belgilar kiritishi lozim.
Vositachilik haqi	Tizim yordamida amalga oshiriladigan operatsiyalarga hech qayeday qo'shimcha vositachilik haqi olinishi kerak emas yoki vositachilik haqi rasmiy bo'lishi kerak.
Universalligi	Tizim turli mobil terminallarida muvaffaqqiyali va bir xilda ishlaydi.

¹⁰⁶ O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki ma'lumotlari

3. Interfeys aniqligi - WAP-saytni ixtiyoriy miqdorda turli darajada aniqlikdagi logotiplar va ikonkalar bilan bezash mumkin.

4. Funksionalligi - funksional qamrab olish faqat korxonaga bog'liq.

5. Arzonligi - GPRS-trafikga xarajatlar WAP profili orqali ishlashda minimaldir, undan tashqari mijozning o'zi tanlash huquqiga ega: agar amalda umuman tekinga ishlashni xohlasa – GPRS-internet profilini sozlashi mumkin.

6. Universalligi - vep-saytlar turli mobil telefonlarida bir xilda aks etadi.

Ko'plab mamlakatlar tajribasi hozirgi dinamik rivojlanayotgan dunyoda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari iqtisodiy rivojlanishning lokomotivi ekanligini, mamlakatga investitsiyalar jalb etilishiga, yangi ish o'rinlari tashkil etilishiga, ilg'or texnologiyalar ishlab chiqarishga va boshqaruvga tatbiq etilishiga, axborot ayirboshlashda chiqimlar qisqartirilishiga, bozor qatnashchilari o'rtasida bitishuvlar sodir etilishiga ko'maklashishini ko'rsatadi.

Davlat boshqaruvida axborot - kommunikatsiya texnologiyalarini tizimlarini tashkil etish va rivojlantirishning biz yuqorida ko'rib chiqqan kontseptual yondoshuvlari va jahonning turli mamlakatlarida tajribasi bir qancha birinchi navbatdagi vazifalarni ajratib ko'rsatish imkonini beradi. Shularni nazarda tutgan holatda quyidagi vazifalarni amalga oshirish muhim hisoblanadi:

- davlat korporativ tarmog'ini tashkil etish, uning internet resurslari bilan tashqi aloqalarini ta'minlash, unga barcha hukumat muassasalari va davlat hokimiyati mahalliy organlarining idoraviy va idoralararo tarmoq resurslarini integratsiyalash;

- hujjatlarning elektron aylanishining yagona tizimini joriy etish;

- ommaviy elektron xizmatlarning boshlang'ich ro'yxatini belgilash, tegishli portallar tashkil etish, ular bilan bog'liq bo'lgan interaktiv axborot ayirboshlashni shakillantirish;

- O'zbekiston butun hududida biznes subyektlari va aholi uchun internet resurslariga kirishni kafolatli ta'minlaydigan axborot - kommunikatsiya infratuzilmasini bosqichma - bosqich shakillantirish;

- aholini davlat boshqaruvida axborot-kommunikatsiya texnologiyalari tizimlarining ommaviy elektron xizmatlariga kirish vositalaridan foydalanishning zarur ko'nikmalariga o'qitish.

Ma'lumki, har bir mamlakatda axborot jamiyatini tashkil etishning jahon tajribasi o'z xususiyatlariga ega va tayyor etalon bo'ladigan tavsiyalarni bermaydi. Har bir aniq holatda davlat boshqaruvida axborot-

kommunikatsiya texnologiyalarini tatbiq etish mamlakatning o'zining siyosiy-iqtisodiy yo'nalishlariga, davlat tuzilishining xususiyatlariga, davlatning biznes subyektlariga va aholi bilan ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlari rivojlanishi darajasiga hamda rivojlanishning mazkur bosqichida hal etilayotgan vazifalar doirasiga bog'liq.

Asosiy tayanch tushunchalar

Axborot texnologiyalari, iqtisodiy axborot, axborot jarayonlari, axborot okeani, axborot tizimi, texnologik jarayon, axborot so'rovi, axborot-kommunikatsiya biznesi, elektron tijorat bozori, dasturiy ta'minot bozori, intellektual axborot texnologiyalari, texnologik taraqqiyot.

Takrorlash uchun savol va topshiriqlar

1. Korxonada faoliyatini strategik rivojlantirishda axborot texnologiyalarining o'rni qanday ahamiyatga ega?
2. Ma'lumotlar bazasini boshqarish tizimi nima?
3. Boshqaruvda axborot tizimi qanday imkoniyatlarga ega?
4. Korxonada axborot tizimini shakllanish manbalari va yo'nalishlari.
5. Korxonada axborot tizimini rivojlanish bosqichlari.
6. Axborotlarni tijoratli tarqatish sanoati va texnologiyalari.
7. Avtomatlashtirilgan tizim (AT)ning axborot xavfsizligiga tahdid deganda nima tushuniladi?
8. Korxonada faoliyatida AKTni rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari nimalardan iborat?

IZOHLI LUG‘AT

Atamaning o‘zbek tilida nomlanishi	Atamaning ingliz tilida nomlanishi	Atamaning rus tilida nomlanishi	Atamaning ma’nosi
Aksiz solig‘i	Excise tax	Акцизный налог	Keng iste’mol mollari (qand, gugurt, tuz, tamaki va h.k.) ga solinadigan qo‘shimcha ustama soliq. Mahsulotga yoki ko‘rsatilayotgan xizmat (kommunal, transport va boshqa turdagi xizmatlar) narxi ustiga qo‘yiladi.
Aksionerlik jamiyati	Joint Stock Company	Акционерное общество	Mas’uliyati cheklangan firmalarning eng keng tarqalgan shakli bo‘lib, odatda ko‘proq foyda olish maqsadida moddiy, mehnat va pul resurslarini birlashtirgan uyushma hisoblanadi. Aksionerlik jamiyatlari ochiq va yopiq turda bo‘ladi. Ochiq turdagi aksionerlik jamiyatida aksiyalarni erkin sotib olish va sotish mumkin. Yopiq turdagi aksionerlik jamiyatida esa aksiyalar bir necha kishilar (korxonalar) ga tegishli bo‘lib, bozorda erkin sotib olinishi mumkin emas.
Aksiya	Action	Акция	Aksionerlik (hissadorlik) jamiyati tomonidan shu jamiyat kapitaliga o‘z hissasini qo‘shgan paychilarga, ya’ni hissadorlarga beriladigan va ularga jamiyat ishida qatnashish huquqini beradigan hujjat, qimmatbaho qog‘oz. Aksiya turli ko‘rinishda bo‘ladi:

			<p>“nomli” Aksiya- umumiy yig‘ilishda aksionerga ovoz berish huquqini tasdiqlaydi, dividend olish huquqini (kafolatsiz) beradi; “imtiyozli” Aksiya-aksionerga faoliyat natijasidan qat’iy nazar muayyan miqdordagi dividend olish kafolatini beruvchi, lekin aksionerlik jamiyati umumiy yig‘ilishida ovoz berish huquqini bermaydigan aksiya.</p>
Aksion	Акция	Аукцион	<p>(lat.auction)- «kim oshdi» savdosi, ochiq savdo qilish. Bu savdo davomida mahsulotni eng yuqori narx bo‘yicha ko‘targan xaridor sotib oladi.</p>
Aralash korxonalar	Mixed enterprises	Смешанные предприятия	<p>Turli mulk shakllariga taalluqli firmalar bo‘lib, odatda davlat, jamoa va xususiy mulkning aralash mablag‘lari asosida tashkil etiladi.</p>
Axborotlash tirish	Information	Информация	<p>Yuridik va jismoniy shaxslarning axborotga bo‘lgan ehtiyojlarini qondirish uchun axborot resurslari, axborot texnologiyalari hamda axborot tizimlaridan foydalangan holda sharoit yaratishning tashkiliy ijtimoiy-iqtisodiy va ilmiy-texnikaviy jarayoni.</p>
Axborotlash gan iqtisodiyot	Information economy	Информационная экономика	<p>Bu jamiyat ne‘matlarini ishlab chiqarish, taqsimlash va iste‘mol qilish jarayonlarida elektron (axborot-kommunikatsiya) texnologiyalarini keng joriy etishni ko‘zda tutadigan insonning xo‘jalik faoliyatini tadqiq</p>

			<p>etuvchi fandır. Axborotlashgan iqtisodiyot atamasi ikki xil turli tushunchalarni ifodalash uchun ishlatiladi. Birinchidan, axborotlashgan iqtisodiyot – bu rivojlanishning zamonaviy bosqichi hisoblanib, u ijodiy mehnat va axborot ne'matlarining ustuvor o'ri bilan tavsiflanadi. Ikkinchidan, axborotlashgan iqtisodiyot – bu nazariya bo'lib, uning o'rganish obekti birinchi ma'nodagi axborotlashgan iqtisodiyot hisoblanadi. Bu holda axborotlashgan iqtisodiyot axborotlashgan jamiyatning iqtisodiyot nazariyasini yoki axborotlashgan iqtisodiyot nazariyasini tashkil qiladi.</p>
<p>Axborotlashgan ma'lumotlar</p>	<p>Informed information</p>	<p>Информированная информация</p>	<p>Abstrakt ramzlar tartibga solingan to'plamdir bo'lib, u harfli, sonli, vizual va tovushli bo'ladi, insonning faoliyati yoki mashina ishi yordamida yaratiladi. Ular axborot yaratilishida resurs bo'lib hizmat qiladi.</p>
<p>Axborot resursi</p>	<p>Information resource</p>	<p>Информационный ресурс</p>	<p>Axborot tizimi tarkibidagi elektron shakldagi axborot, ma'lumotlar banki, ma'lumotlar bazasidir. Axborotlashgan resurslar – o'z ichiga axborotlashgan mahsulotlar va axborotlashgan ma'lumotlarni, ya'ni inson oliy faoliyatining resurslarini oladi. Firmaning axborotlashgan resurslariga tegishli bo'ladi. Axborotlashgan mahsulotlar biznes-axborot va ishbilarmon bilimga bo'linadi.</p>

<p>Axhorot texnologiyasi</p>	<p>Information technology</p>	<p>Информационные технологии</p>	<p>axborotni to'plash, saqlash, izlash, unga ishlov berish va uni tarqatish uchun foydalaniladigan jami uslublar, qurilmalar, usullar va jarayonlar. Axborot tizimi – axborotni to'plash, saqlash, izlash, unga ishlov berish hamda undan foydalanish imkonini beradigan, tashkiliy jihatdan tartibga solingan jami axborot resurslari, axborot texnologiyalari va aloqa vositalari.</p>
<p>Antimonopol qonunchilik</p>	<p>Antimonopoly legislation</p>	<p>Антимонопольное законодательство</p>	<p>Iqtisodiyotda yakka hukmronlik maqoriga ega bo'lgan biror bir faoliyat turiga qarshi davlatning kurash siyosatidan iborat.</p>
<p>Amortizatsiya</p>	<p>Depreciation</p>	<p>Амортизация</p>	<p>1) Mashina, asbob-uskuna, bino va shu kabilarning eskirishiga qarab, ularning bahosini kamaytirib borish; ularning shu chegirilgan qiymatini ishlab chiqarilgan mahsulot tannarxiga qo'shib borish. 2) Aalohida shaxsni yoki tashkilotni o'z qarzini asta-sekin, darajama-daraja to'lash majburiyatidan qutulish; 3) qarz majburiyatining yo'qotilishi, o'chirillishi oqibatida uning bekor qilinganligini tan olish.</p>
<p>Alternativ xarajatlar</p>	<p>Alternative costs</p>	<p>Альтернативные затраты</p>	<p>Tanlashda voz kechilgan eng yaxshi alternativ variantdan olinadigan natija (qiymat, foyda, naflik). Alternativ qiymatni foydalanilmagan imkoniyat deb ham qarashadi: biror ne'mat qiymatini voz kechilgan boshqa bir</p>

			nechta ne'mat qiymati bilan ifodalanishi.
Avtonom investitsiyalar	Autonomous investments	Автономные инвестиции	Asosiy kapitalga qilingan investitsiyalarning yalpi ichki mahsulot hajmi o'zgarishiga bog'liq bo'lmagan qismi.
Balans	Balance	Баланс	Xalq xo'jaligida va umuman xo'jalik, savdo ishlarida bir-biriga bog'liq bo'lgan sohalarining o'zaro muvofiq salmog'i. B. biror korxonada yoki tashkilotda muayyan bir muddat oralig'idagi kirim bilan chiqimni, ya'ni daromad bilan buromadni bir-biriga taqqoslab chiqilgan yakun.
Bashorat qilish	Prophecy	Предсказать	Kelajakda ro'y berishi mumkin bilgan turli hodisa va jarayonlarni statistik, ijtimoiy, iqtisodiy va boshqa turdagi tadqiqotlar yordamida ilmiy asoslangan holda avvaldan aytib berish.
Bank foiz stavkasi	Bank interest rate	Банковская процентная ставка	Bank ssudasidan foydalanganlik uchun belgilangan haq miqdori, qarz summasiga nisbatan foiz hisobida undiriladi. BFS. o'zgaruvchan ko'rsatkich bo'lib, bank ssudasi qarzga bo'lgan muhtojlikka qarab o'zgartiriladi. BFS miqdori bank va mijoz o'rtasidagi kelishuvga muvofiq belgilanib, qarzning qaysi tarzda va qanday shartlarda berilishiga bog'liq.
Biznes reja	Business plan	Бизнес план	Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorlikning barcha sohalarida qo'llanadigan muhim qurol bo'lib hisoblanadi. Ish jarayoni haqida

			ma'lumot beradi. Uning yordamida firma o'sib borishi, istiqbolni belgilab borishi, daromadini ko'paytirishi mumkin. BR o'ta muhim moliyaviy hujjat sifatida firma faoliyatini barcha qirralarini tahlil qilishga yordam beradi. U nafaqat ichki hujjati bo'lib, balki kredit olishi uchun zarur bo'ladigan hujjatlardan biridir.
Biznes-inkubatorlar	Business incubators	Бизнес-инкубаторы	Maxsus tanlab olingan kichik korxonalarni o'z maydonlariga joylashtiruvchi va ularga maslahat, o'qitish va ofis xizmatlarini ko'rsatuvchi tuzilmalar.
Biznes-markaz	Business center	Бизнес центр	Tadbirkorlar va biznesmenlarga servis xizmatlari ko'rsatuvchi tuzilma.
Bozor novatorligi	Market innovation	Инновации на рынке	Korxonadan tomonidan mavjud bozorlarni o'zlashtirish va modifikatsiya qilish, yangi bozorlar ochish va shakllantirish, yangi xomashyo manbalarini topishga mo'ljallangan faoliyat.
Biznes-inkubator	Business incubator	Бизнес-инкубатор	Kichik korxonalar (innovatsion) tashkil etish va ularning samarali faoliyat yuritishlari uchun shart-sharoitlar yaratishga ixtisoslashgan tashkilot.
Biznes-model	Business model	Бизнес модель	Bu daromadni yaratish uslubini aks ettiruvchi korxonadan tomonidan ishlab chiqarilgan tovar tamoyili va

			<p>mohiyatining mavhum ko‘rinishidir. Tovarlarini an’anaviy do‘konlar orqali emas, balki xaridorlarga bevosita interfaul sotish Yangi biznes-modehni ifoda etadi. Kitob do‘konlari elektron kitoblarni vositachilar yordamisiz bevosita xaridorlarga sotib, ushbu biznes-modelni amaliyotda qo‘llaydi. Sarmoyadorlar o‘z bitimlarini yuqori komission foizlarni undiradigan universal chakana brokerlarga murojaat qilmasdan, bevosita Internet orqali arzon moliyaviy axborotdan foydalanishlari mumkin. Agar biznesmodel faqatgina Internetga asoslangan bo‘lsa, u holda uni sof o‘yinchi deydilar.</p>
Birja kotirovkasi	Stock quotation	Котировка акций	<p>Birjalar orqali sotiladigan mahsulotlar bahosi. Har bir birja ularni ma’lum tizimga soladi va chop etadi. Odatda, BK ertalabki va kechki savdo (birja sessiyasi) boshlanishiga va tugashiga mo‘ljallab chop etiladi.</p>
Boshqaruv tahlili	Management Analysis	Анализ управления	<p>Korxonada faoliyati samaradorligini baholash va aniqlash.</p>
Bozor	Market	Рынок	<p>1) Talab va taklif uchrashadigan joy, bu yerda ishlab chiqarilgan mahsulotning jamoatchilik sezayotgan ehtiyojga mos kelish darajasi aniqlanadi, mazkur tovarning boshqa raqobatchi tovarlar bilan raqobatbardoshligi taqqoslanadi;</p>

			<p>2) Tovar, xizmat va boshqa mulk turlari bilan almashish sohasi;</p> <p>3) Iste'molchilar guruhi;</p> <p>4) Mazkur tovarning barcha xaridorlari;</p> <p>5) Tashkillashtirilgan savdo joyi;</p> <p>6) Tovar va xizmatlarni olish manbai;</p> <p>7) Qandaydir mahsulot yoki xizmatlarning virtual yoki tabiiy aks ettirilgan mavjud yoki potentsial xaridorlari va sotuvchilari majmui;</p> <p>8) Birja.</p>
Bozorning raqobatchilik xaritasi	Competitive map of the market	Конку- рентная карта рынка	<p>1) Raqobatchilarini bozorda egallab turgan urniga kura tasniflash;</p> <p>2) Bozorda raqobatchining urnini nazorat kilish imkonini beruvchi rakobatchilar ulushini taksimlash. Aniq tovar bozorlarida raqobatchilarning urnini talil qilish natijasida aniqlanadi.</p>
Bozor narxlari	Market Prices	Рыноч- ные цены	<p>Tovarlarning (ishlar, xizmatlar) bozor qiymatining pullik ifodasi, shu turdagi tovarlarning asosiy qismini ishlab chiqarish va takror ishlab chiqarishga ketadigan harajatlarni aks ettiradi. Bozor narxlari asosan tovar va xizmatlar bozorida talab va taklifning ta'siri ostida yuzaga keladi va tovarni (xizmatni) ishlab chiqarish narxi atrofida o'zgarib turadi.</p>
Boshqaruv qarorlari	Management decisions	Управлен- ческие решения	<p>Korxonada oshqaruvchilari tomonidan korxonada boshqaruvni tashkil etish va amalga oshirish maqsadida qabul qilinadigan qarorlar.</p>

Boshqaruv usullari	Methods of management	Методы управления	Xodimlarga va umuman ishlab chiqarish jamoalariga ta'sir ko'rsatish usullari bo'lib, bu usullar qo'yilgan maqsadlarga erishish jarayonida mazkur xodimlar va jamoalarning faoliyatini uyg'unlashtirish.
Boshqarishning iqtisodiy usullari	Economic methods of management	Экономические методы управления	Iqtisodiy manfaatlarni samarali boshqarish va ulardan foydalanishga asoslanadigan usullar.
Boshqariladigan ko'rsatkich	Managed indicator	Управляемый Индикатор	Bu, uni belgilovchi omillarning o'zgarishiga qarab kelajakda (prognozda) o'zgarishi mumkin bo'lgan ko'rsatkichdir.
Boshqaruvchi ko'rsatkich	Lead indicator	Ведущий индикатор	Davlat siyosatining, milliy iqtisodiyot va uning ob'ektini davlat tomonidan tartibga solish vositasi bo'ladigan xar qanday ko'rsatkichdir.
Bank krediti	Bank loan	Банковский кредит	Pul egalari (banklar va maxsus kredit muassasalari) tomonidan qarz oluvchilarga (tadbirkorlar, davlat, uy xo'jaligi sektori) beriluvchi pul ssudalari.
Bozor segmenti	Market segment	Сегмент рынка	Taklif etilayotgan bitta mahsulot turi va marketing kompleksiga bir xilda munosabatda buluvchi iste'molchilar guruhi majmui.
Bozor infratuzilmasi	Market infrastructure	Рыночная инфраструктура	Sotuvchi va xaridor o'rtasida bozor munosabatlari shakllanishini, rivojlanishini ta'minlaydigan tashkilotlar, muassasalar, idoralar, korxonalar majmuasi. Uning tarkibiga savdo

			korxonalari, ta'minot tashkilotlari, valyuta va qimmatbaho qog'ozlar birjasi, transport, aloqa va boshqa xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlar kiradi.
Bozorni segmentlash	Market segmentation	Сегментация рынка	Bozorni har biri uchun alohida tovarlar yoki marketing kompleksi talab qilinishi mumkin bo'lgan xaridorlarning aniq guruhlariga bo'lish, taqsimlash.
Bozor tarkibi	Market structure	Структура рынка	Ayrim bozorlarda muayyan xolatlarining mavjudligi. Bozor kon'yukturasi muayyan davrdagi bozor holati, bozorda muvozanatning mavjudligi yoki buzilganligi bilan xarakterlanadi.
Bozorni tadqiq etish	Market research	Исследование рынка	1) Muntazam ravishda ishlab chiqarish bozorlarini (ishlab chiqarishni takomillashtirish uchun), ularning mavjud va potentsial iste'molchilar ehtiyojini qondirish uchun tovar va xizmatlar ishlab chiqarishni ta'minlash qobiliyatini tadqiq etish. Tadqiqotlar sotuv bozori, ishchi kuchi bozori, kapital bozori, hamda xomashyo va materiallar bozorini qamrab oladi; 2) Bozori sigimi, salohiyati, raqobatchilik muhiti va narx tavsifnomalari to'g'risidagi ma'lumotlarni olish uchun bitta yoki bir nechta bozorlarning sifat va miqdoriy tahlili.
Bozorning raqobatchilik xaritasi	Competitive map	Конкуренная	1) Raqobatchilarini bozorda egallab turgan o'rni ko'ra tasniflash; 2) Bozorda raqobatchining o'rni

	of the market	карта рынка	nazorat qilish imkonini beruvchi raqobatchilar ulushini taqsimlash. Aniq tovar bozorlarida raqobatchilarning o'rnini talil qilish natijasida aniqlanadi.
Brending	Branding	Брендинг	Marketing kommunikatsiyalari tizimining firma stili va uning elementlarini ishlab chiqish, firmani raqobatchilardan ajratib turuvchi o'ziga xos imidjini yaratish sohasi.
Davlat buyurtmasi	Government order	Государственный заказ	Davlat tomonidan korxonalar va tashkilotlarga muayyan mahsulot turini tayyorlash va uni iste'molchilarga etkazib berish, ishlab chiqarish, noishlab chiqarish va ilmiy - tadqiqot xarakteridagi ma'lum ishlarni bajarish uchun beriladigan topshiriq.
Davlat mulki	State property	Государственная собственность	Jamiyatdagi mulkchilik shakllaridan biri. Davlat mulki ikki yo'l bilan paydo bo'ladi: 1) xususiy molmulknini milliy lashtirib davlat qo'lga olish; 2) davlat mablag'lari hisobidan korxonalar qurish.
Davlat korxonalari	State enterprises	Государственные предприятия	Davlat mulki bo'lgan va uning nazorati ostida faoliyat ko'rsatuvchi korxonalar hisoblanadi.
Davlat tassarrufidan chiqarish	Exclusion from the State	Исключение из государства	Davlat mulki hisobidan boshqa nodavlat mulk shakllarining vujudga keltirilishi.

Dividend	Divident	Дивиденд	<p>aksioner, aktsiya egasining daromadi aksionerlik jamiyati foydasining bir qismi.</p>
Demonopoli zatsiya	Demonopolization	Демонитизация	<p>(lat. De-ajr atish, bekor qilishold qo'shimchasi, yunon. mono- tanho va poleo-sotaman)-sog'lom iqtisodiy bellashuvga yo'l berish maqsadida yakka hokim korxonalar va birlashmalar o'rniga o'zaro raqobatlashuvchi ko'plab korxonalarni tuzish. D. ikki yo'l bilan amalga oshiriladi:</p> <p>1) Yirik monopol mavqedagi birlashmalar, kompaniyalar tarqatilib, ulardan mustaqil korxonalar ajralib chiqadi;</p> <p>2) Yakka hokim korxonalar, birlashma yoki kompaniyalar saqlangan holda ular bilan raqobat qila oladigan korxonalar yoki birlashmalar tashkil etiladi</p>
Demping	Dumping	Демпинг	<p>Tovarni o'rtacha bozor narxidan arzon, ba'zida hatto o'z tannarxidan arzon narxda sotish. Ko'pchilik garb mamlakatlarida milliy ishlab chiqaruvchilar foydasini himoya qiluvchi va aksari hollarda boshqa mamlakatlardan raqobatning kuchli emasligi sababli arzon narxda tovar olib kirishni ta'kiklovchi antidemping qonunlar amal qiladi.</p>
Depozit	Deposit	Депозит	<p>1) Bank va tashkilotlarga joylashtirilgan pul va qimmatbaho qog'ozlar (aktsiya, obligatsiyalar);</p>

			2) Qarzdorning qarz bergan tashkilotga sud mahkamasi orqali o'tkazgan pul yoki qimmatbaho qog'ozlar miqdori.
Diversifikat siya	Diversification	Диверсификация	1) Tovar strategiyasi turi, unga asosan korxonada ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar sonini kengaytiradi; 2) Yangi bozorlarni egallab olish va qo'shimcha foyda olish maqsadida ishlab chiqarishning bir-biri bilan bog'liq bo'lmagan ikki yoki undan ortiq turini bir vaqtning o'zida kengaytirish va rivojlantirish.
Dou-djons industrial (sanoat) indeksi	Dow-jones industrial (industrial) index	Индекс Доу-Джонса (промышленный) индекс	Nyu-York fond birjasida hisoblanadigan ko'rsatkich; AQSH dagi 30ta yirik sanoat korporatsiyalari aksiyalari bahosining harakatini xarakterlaydi.
Dou-djons kommunal indeksi	Dou-jones utility index	Индекс полезности Доу-Джонса	Nyu-York fond birjasida hisoblanadigan ko'rsatkich; AQSHdagi 15ta gaz va elektr ta'minoti bilan shug'ullanuvchi kompaniyalar aksiyalari bahosining harakatini xarakterlaydi.
Dou-djons obligatsiya indeksi	Doujones bond index	Доу-Джонс облигационный индекс	Nyu-York fond birjasida hisoblanadigan va 40ta emitent obligatsiyalari bahosining harakatini xarakterlaydigan ko'rsatkich.
Elektron tijorat	E-commerce	Электронная коммерция	Elektron aloqa vositalari yordamida tovar va xizmatlarni sotish, reklama va marketing tizimi.

Elektron bozor	Electronic market	Электронный рынок	<p>Bu ko'p sonli xaridorlar va sotuvchilarni birlashtiruvchi, ma'lumotlar, tovarlar va xizmatlar almashish hamda to'lovlarni amalga oshirishga xizmat qiluvchi axborot tizimidir. Elektron bozor yaratilishining zaminida minglab axborot tizimlarini yagona kompyuter tizimi – Internetga birlashtirish imkoniyatining mavjudligi yotadi. Elektron bozorning axborot tizimlari xaridor va sotuvchilarni izlash, narxlar haqida axborot olish, tovarlarga buyurtma berish va ularni sotib olishni o'z ichiga olgan transaksiyali sarfharajatlarni kamaytirishga sharoit yaratadi.</p>
Elektron pul	Electronic money	Электронные деньги	<p>Hisob-kitoblarni elektron hisoblash mashinalari yordamida amalga oshirish uchun qo'llaniladigan elektron kartochka, uning xotirasiga pul egasining joriy hisobidagi pul summasi yozilgan bo'ladi.</p>
Elektron tijorat	E-commerce	Электронная коммерция	<p>Kompyuter tizimlaridan foydalanish orqali amalga oshiriladigan barcha moliyaviy va savdo tranzaksiyalari va ular bilan bog'liq biznes jarayonlarni o'z ichiga oluvchi iqtisodiyot sohasidir. Elektron tijoratning texnologik asosi global internet tarmog'i hisoblanadi.</p> <p>Elektronli tijoratning xususiy holati sifatida mobil aloqa xizmatini keltirish mumkin, u mahsulot va xizmatlarni sotib olish maqsadida</p>

			simsiz choʻntak moslamalarini ishlatish jarayoni hisoblanadi.
Elektron hujjat	Electronic document	Электронный документ	Axborot resurslarida saqlanadigan va ishlov beriladigan, elektron raqamli imzo bilan tasdiqlangan axborot elektron hujjat boʻlib, qogʻoz hujjat bilan bir xil yuridik kuchga ega.
Embargo	Embargo	Эмбарго	Chet el tovarlarini kiritish yoki chiqarish, olib chiqib ketishni davlat tomonidan taʼqiqlash yoki chet davlatga qarashli mulkni vaqtincha toʻxtatib turish, taʼqiqlash.
Erkin narxlar	Free prices	Бесплатные цены	Talab bilan taklif nisbatiga bogʻliq boʻlgan narxlar.
Erkin iqtisodiy hududlar	Free Economic Zones	Свободные экономические зоны	Qoʻshma tadbirkorlik hududlari, xorij kapitalini erkin amal qilishi uchun ajratilgan maxsus hudud, iqtisodiy oʻsishni taʼminlash, ijtimoiy va ekologik muammolarni hal qilish maqsadida tashkil etiladi.
Ekologik muammolar	Environmental problems	Экологические проблемы	Insoniyat hatti-harakatlari va xoʻjalik faoliyati natijasida atrof-muhitga yetkazilgan zarar.
Elektron shartnoma	Electronic contract	Электронный договор	Tovarlar (ishlar, xizmatlar) oldi-sotdisi ucliu axborot tizimlaridan foydalangan holda sotuvchi va xaridor oʻrtasida tuziladigan shartnoma.
Fan-tehnika taraqqiyoti	Development of science and technology	Развитие науки и техники	Fan, texnika, texnologiyalar rivojlanishi, mehnat predmetlari, ishlab chiqarish va mehnatni tashkil etishning uzluksiz rivojlanish jarayoni.

<p>Faktoring</p>	<p>Factoring</p>	<p>Факторинг</p>	<p>Pul talabnomasidan boshqa shaxs foydasiga voz kechish evaziga moliyalash shartnomasi. Unga ko'ra, bir taraf (moliya agenti, faktor) ikkinchi taraf (mijoz, mahsulot etkazib beruvchi)ga shu mijozning uchinchi shaxs (qarzdor, tovar oluvchi tomon) ga to'lashi lozim bo'lgan pul talabnomasi hisobidan pul mablag'larini beradi, mijoz (mol etkazib beruvchi) esa faktorga ushbu talabnomasini (qarzdordan pul to'lashni talab qilish huquqini) unga beradi. Faktoringdan xalqaro savdo-iqtisodiy munosabatlarda keng foydalaniladi.</p>
<p>“Franshizing” termini frantsuzchadan kelib chiqqan bo'lib, “franshiza”, “franchayzing” (fr. franchise)</p>	<p>The term “franchise” comes from the French, “franchise” “franchise” (fr. Franchise)</p>	<p>Термин франшиза происходит от французского, франшиза, франшиза (фр. Franchise)</p>	<p>Imtiyoz, afzallik berish, degan ma'noni anglatadi. Franshizing shartnomasiga bu – bir yuridik shaxs (franchayzi (franchisee)) boshqa xorijiy mamlakatda o'zining ishlab chiqargan tovari yoki ko'rsatgan xizmati yoxud boshqa tadbirkorlik faoliyati bilan obro' qozongan (ingl. brand) ikkinchi yuridik shaxs bilan (franchayzer (franchisor)) uning nomidan yoki tovar markasi ostida tovarlar ishlab chiqarish yoxud uning firma belgisi ostida o'zining xizmatlarini ko'rsatishi haqidagi kelishuvidir.</p>
<p>Fond birjasi</p>	<p>Stock Exchange</p>	<p>Фондовая биржа</p>	<p>Qimmatbaho qog'ozlar bilan savdosotiq qilish maqsadida tuzilgan, doimo faoliyat ko'rsatib turuvchi birja. F.B. ning asosiy vazifalari</p>

			<p>quyidagilardan iborat: vaqtincha bo'sh mablag'larga qimmatbaho qog'ozlar sotib olib, ularni muomalaga kiritish, qimmatbaho qog'ozlarning bozor narxini aniqlash; turli tarmoqlar, korxonalar o'rtasidagi kapitalning aylanishini ta'minlash va boshqalar.</p>
Firmaning marketing muhiti	The firm's marketing environment	Маркетинговая среда фирмы	<p>Firmadan tashqarida faoliyat ko'rsatuvchi hamda marketing xizmati rahbariyatining maqsadli mijozlar (hamkorlar) bilan muvaffaqiyatli hamkorlik munosabatlari o'rnatish imkoniyatlariga ta'sir ko'rsatish mumkin bo'lgan kuchlar va faol subyektlar majmui. Marketing tizimi makro va mikromuhitdan tarkib topadi.</p>
Foiz normasi (stavkasi)	Interest rate	Процентная ставка	<p>Foiz yoki foizli daromadning qarzga berilgan pul summasiga nisbatining foizda ifodalanishi.</p>
Franchayza	Franchisee	Франчайза	<p>Foydalanish uchun tayyor korxonalar, firma yoki mashhur firma mahsulotining savdo markasidan foydalanilgan holda amalga oshiriluvchi biznes yuritish usuli.</p>
Funksional boshqaruv tuzilmasi	Functional management structure	Функциональная структура управления	<p>Boshqarish funktsiyalari bajarilishini alohida mutaxassislar, bo'limlarga biriktirib qo'yishga asoslangan tuzilma.</p>

Fyuchers operatsiyalari	Futures transactions	Фьючерсные сделки	Birjalarda amalga oshiriladigan savdo-sotiq operatsiyalari. Bu operatsiyalar shartnoma tuzilganidan so'ng ishlab chiqariladigan yoki etishtirib beriladigan mahsulotlar bo'yicha amalga oshiriladi. Odatda, ushbu shartnoma tuzilgandan so'ng buyurtmachi bajaruvchiga avans tariqasida ma'lum summani o'tkazib beradi.
Gorizontall tahlil	Horizontal analysis	Горизонтальный анализ	Korxonada faoliyatining asosiy ko'rsatkichlarini belgilangan reja yoki boshqa korxonaning shunga o'xshash faoliyat ko'rsatkichlari bilan taqqoslash va baholash usuli.
Informat siya (axborotlar, ma'lumotlar)	Information (information, data)	Информация (информация, данные)	1) Ishlarning ahvoli haqida xabardor qilish; 2) Tadbirkorlik, marketing va boshqa faoliyat turlari oldida to'rgan vazifalarni bajarishda yordam berishi mumkin bo'lgan turli xil bilim va ma'lumotlar; 3) Marketing tizimi subyektlarining o'zaro munosabatlar jarayonidagi bevosita va teskari aloqa natijalari tavsifnomasi; 4) Turli xil energiyalarning o'zaro aloqalari natijasi.
Iqtisodiy tahlil	Economic analysis	Экономический анализ	Korxonada oldiga qo'yilgan vazifalarning bajarilishi, belgilangan ko'rsatkichlarga erishish darajasi, ulardan chetlanish darajasi va sabablarini baholash.
Internet do'kon	Online store	Интернет магазин	Internet-biznes tuzilmasi bo'lib, B2C (business to customer), ya'ni «biznes-iste'molchi» yondashuvini amalga

			oshiradi. Internet-kompaniyalarning biznes-strategiyasi reklama va elektron tijoratdan daromad olishga qaratilgan bo'ladi.
Iqtisodiy muhit	Economic environment	Экономическая среда	Mamlakatning iqtisodiy taraqqiyoti, ishlab chiqaruvchi kuchlari va ishlab chiqarish munosabatlarining rivojlanishi va o'zaro muvofiqligi, davlatning iqtisodiy siyosati, davlat va xo'jalik boshqaruvida iqtisodiy usularning o'rni va boshqalar.
Iste'molchining mustaqilligi (suvereniteti)	Consumer independence	Независимость потребителей	Iste'mol huquqining mustaqilligi, qaram emasligi, huquqning mustaqil yo'nalishi bo'lib, tovar va xizmatlar bozorida iste'molchining manfaatlarini ximoya qilishga qaratilgan qoida va yo'riqnomalar majmuidan iborat.
Iste'molga (jamg'arishga) chegaralangan moyillik	The tendency to limit consumption (accumulation)	Тенденция к ограничению потребления (накопления)	Iste'mol xarajatlaridagi (jamg'arish hajmigi) o'zgarishning bu o'zgarishni keltirib chiqargan daromadlarning (ShTDdagi) o'zgarish miqdoridagi ulushi.
Ishlab chiqarishni takomillash tirish kontsept siyasi	The concept of production improvement	Концепция совершенствования производства	Iste'molchilar keng tarqalgan va narxi qulay tovarlarga yaxshi munosabatda bo'lishini, shuning uchun rahbariyat o'z xarakterlarini ishlab chiqarishni takomillashtirishga va taqsimot tizimi samaradorligini ko'tarishga yo'naltirilishi kerakligi haqida tasdiq.

Ijara shartnomasi	The lease agreement	Договор аренды	ijarachi bilan ijaraga oluvchi o'rtasida tomonlarning teng huquqliligi asosida tuzilgan kelishuv, shartnoma. ISh quyidagilarni ko'zda tutadi; 1) ijaraga olinayotgan mulk tizimi va qiymatini; 2) ijara to'lovi miqdorini; 3) ijara muddatini; 4) ijaraga berilgan mulkni ta'mirlash va to'la tiklash bo'yicha tomonlar majburiyatini; 5) mulkni shartnomada kelishilgan holda ijarachiga yetkazishni.
Ijtimoiy to'lovlar	Social benefits	Социальные пособия	Moddiy jihatdan kam ta'minlangan mamlakat fuqarolariga pul yoki natura shaklida yordam ko'rsatish shaklidagi tizim hisoblanadi.
Import operatsiyalari	Import operations	Импортные операции	Mahsulotni xorijiy sheriklardan sotib olish va mamlakatga olib kirish.
Injiniring	Engineering	Инжиниринг	Tijorat ko'rinishida har tomonlama maslahatlarini beruvchi mustaqil faoliyat doirasi. Bu faoliyat ishlab chiqarishning o'sishini, mahsulotlarni sotishni, ob'ektlarni qurish va ulardan foydalanish jarayonini ta'minlaydi. Injiniring xizmati ikki guruhga bo'linadi :1) ishlab chiqarish jarayonini tayyorlash; 2) ishlab chiqarish va mahsulot sotish jarayonini to'la ta'minlash.
Investitsiya fondi	Investment fund	Инвестиционный фонд	Investitsion kompaniya funksiyasini bajaradi va individual investor bilan ish yuritadi, shuningdek ochiq va yopiq investitsiya fondlariga bo'linadi.

Investitsiya xavfi	Investment risk	Инвестиционный риск	Moliyaviy qo'yilmalardan kutilgan daromadni to'liq ololmaslik yoki zarar ko'rish ehtimoli.
Investitsiya lash koeffitsiyenti	Investment ratio	Коэффициент инвестиций	Shaxsiy mablag'larni emitent moliyaviy barqarorligini xarakterlaydigan asosiy vositalar va aylanmadan tashqaridagi aktivlar summasiga nisbati.
Innovatsiya jarayoni	The process of innovation	Процесс инноваций	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.
Iqtisodiy siyosat	Economic policy	Экономическая политика	Hayotiy ne'matlarni ishlab chiqarish, taqsimlash, ayirboshlash va iste'mol qilish sohasidagi davlatning aniq maqsadga yo'naltirilgan tadbirlari tizimidan iborat.
Ixtiro	Invention	Изобретенный	Inson erishgan ijodiy natija, uning asl mohiyati amaliy faoliyat sohasida paydo bo'lgan masala echimini konkret texnik vositalar yordamida topishdan iborat.Ixtiro obekti bo'lib, qurilmalar, usullar, shtammlar va ularning Yangi yo'nalishlar bo'yicha qo'llanilishi xizmat qiladi.
Iqtisodiyot ni tartiblash	Ordering the economy	Упорядо	Bu davlatning undagi turli bo'g'inlar, soha va tarmoqlar faoliyatining bir-biriga bog'lanishi va mos holda

		чение эконо мики	rivojlanib borishi masalasida amalga oshiradigan ma'muriy va iqtisodiy chora-tadbirlari majmuidan iborat.
Iste'molchilar ma'lumotlar bazasi	Consumer database	База данных потребителей	Individual iste'molchilar xaridlari, ularning talablari, demografik ma'lumotlar va ta'minlanadigan foyda to'g'risida kengaytirilgan ma'lumotlar bazasini yaratish. Tegishli ma'lumotlar bazalari asosida, kompaniyalar mijozlar ehtiyojlarining turli hududlarini aniqlaydilar va ularning har biri uchun savdo takliflarini tayyorlaydilar.
ISO 9001	ISO 9001	ISO 9001	ISO 9001 standartiga ko'ra sifatni boshqarish tizimlari tashkilot yoki korxonaning sifat sohasidagi siyosati va maqsadlarini, shuningdek bu maqsadlarga erishish uchun zarur bo'lgan yo'nalishlarni belgilagan holda, tadbirlar ishlab chiqish, etarli darajada resurslar bilan ta'minlanishi va rahbarlik qilish uchun boshqarish tizimidir.
ISO14000	ISO14000	ISO14000	ISO14000 ekologik menejment tizimi ham qo'llanib kelinmoqda. Keyingi yillarda butun dunyoda atrof-muhit ekologiyasini samarali boshqarish (atrof-muhitni muhofaza qilish) korxonalar sifatni boshqarish tizimi bilan bevosita bog'langan asosiy vazifalarini hal qilishda muhim o'rin tutmoqda va korxonani umumiy boshqarish tizimining ajralmas qismi sifatida qaralmoqda.

Joriy reja	Current plan	Текущий план	Joriy yilga mo'ljallangan maqsad va unga erishish imkoniyatlari, mavjud muammolar va ehtimol qillnadigan xavf-xatarlar, ularni bartaraf etish chora-tadbirlari, mo'ljallangan vazifalarga erishish uchun bajarilishi zarur bo'lgan hatti-harakatlar majmuasi.
Kafolat muddati	Warranty period	Гарантийный срок	Tovar (xizmat) dan foydalanishning (oylar hisobidagi) normativ muddati yoki tovar (xizmat) ning muayyan vazifani (nechasoatda, nechta ish jarayonida, qancha kilometr masofani bosib o'tib va h.k.) bajarish vaqti tarzida belgilanga nmuddati. Bumuddat ichida tovarni ishlatish (xizmatdan foydalanish) qoidalariga rioya etilgan bo'lsa, ishlabchiqaruvchi (ijrochi) tovarning (xizmatning) sifatiga nisbatan normativ hujjatlardan azardatutilgan talablar bajarilishini kafolatlaydi va ta'minlaydi.
Kommunikativ siyosat	Communication policy	Политика связи	1) Korxonaning istiqboldagi harakatlar kursi hamda talabni shakllantirish, iste'molchilar ehtiyojini qondirish va foyda olish maqsadida tovar va xizmatlarni bozorga olib kirish bo'yicha samarali va barqaror faoliyatni ta'minlovchi marketing tizimining barcha subyektlari bilan o'zaro harakatlarni kommunikativ vositalar (kommunikativ miks) majmuasidan foydalanish strategiyasining mavjudli.

			2) Rag'batlantirish majmuasini ishlab chiqish, ya'ni biznes – hamkorliklarning o'zaro aloqalari samarali bo'lishini ta'minlash bo'yicha, tadbirlar, reklamani tashkil etish, savdoni rag'batlantirish usullari, jamoatchilik bilan aloqa va shu kabilar.
Konglomerat diversifikatsiya	Conglomerate diversification	Конгломерат диверсификации	Firma assortimentini na firmada qo'llanayotgan texnologiyalarga, na ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarga, na hozirgi bozorga hech qanday aloqasi bo'lmagan mahsulotlar bilan to'ldirish.
Konsentrik (markazlash -tirilgan) diversifikatsiya	Concentrated (centrally) diversification	Концентрированная (централизованная) диверсификация	Firma assortimentini mavjud tovarlarga texnik va marketing nuqtai nazaridan o'xshash bo'lmagan mahsulotlar bilan to'ldirish.
Konsorsium	Consortium	Консорциум	(Lat.consortium-shirkat, uyushma)-korporatsion vaqtincha tashkil etilgan birlashmalari, ular odatda moliyaviy ishlar yuzasidan tashkil etiladi. Unda davlat, banklar, moliyaviy muassasalar, yirik firmalar eshtirok etadi.
Konsalting firmalar	Consulting firms	Консалтинговые фирмы	Ishlab chiqarishning turli muam-molari yuzasidan maslahatlar beradi, loyihalash bilan shug'ullanadi, xo'jalik yuritishning yangi shakllariga o'tish, boshqaruv tizimlarini

			takomillashtirish va shunga o'xshash faoliyat turlariga ko'maklashuvchi firmalar.
Kliring	Cliring	Клиринг	(Ingl.clearing, clear- tozalash, ravshanlashtirish)- o'zaro talab va majburiyatlarni hisobga olib, amalga oshiriladigan naqd pulsiz hisob-kitob tizimi. Mamlakat ichidagi K. banklar o'rtasidagi to'lovlarni, naqd pulsiz hisob-kitoblarni o'z ichiga oladi. Xalqaro hisob-kitoblarda K. Keli-shuvlar (kliring kelishuvlari, valyuta K.) ko'rinishida amalga oshiriladi. Davlatlararo o'zaro qarzlarini tilla va valyutaga o'tkazmasdan savdo-sotiq talablariga ko'ra amalga oshiradilar. Masalan, paxta tolasi o'rniga uning qiymatiga teng miqdorda mashina, asbobuskuna olish.
Lizing	Leasing	Лизинг	Asosiy fondlarni uzoq muddatga ijaraga olish. Yangillklarni, ishlab chiqarish va sotishni moliya bilan ta'minlash usuli. L. sanoat korxonalariga bir yo'la katta miqdorda pul sarf qilmasdan kerakli mahsulotlarni olish imkonini beradi. L. ikki ko'rinishda : moliyaviy va tezkor bo'ladi. Moliyaviy L. ijaraga olingan fondning to'la qiymatini va ijarachi foydasini qoplashni ko'zda tutadi. Tezkor L.- amortizatsiya davridan qisqa muddatga tuzilgan kelishuv.

Limit	Limit	Лимит	Xo'jalik faoliyati turli jihatlarini miqdorining cheklanishi, faoliyat doirasi, chegarasining belgilanishi. L. davlat yoki yirik birlashma tomonidan o'z korxonasi uchun o'rnatiladi.
Litsenzion savdo	Licensing trading	Продажа лицензий	Xalqaro savdoda intellektual mulkni, texnologiyani, ixtiro va patentlarni oldi-sotdi qilishning asosiy ko'rmishi.
Litsenziya	Product is licensed	Продукт лицензирован	(Lat. licentia-erkinlik, huquq)- ruxsatnoma; 1) Chet mamlakatlardan mol keltirish yoki chet elga mol chiqarish uchun davlat organlari tomonidan beriladigan ruxsatnoma; 2) Biror narsadan engil shartlar bilan yoki bepul foydalanish huquqi; 3) Chegaradan mol chiqarish yoki mol kiritishda boj to'lovlarini kamaytirish. Patentlangan L.- ro'yxatga olinib, guvohnoma berilgan kashfiyotdan foydalanish huquqini boshqalarga berish.
Макромuhi	Macro environment	Макросреда	Firmaning marketing muhiti tarkibiy qismi, ijtimoiy jihatdan mikromuhitga ta'sir ko'rsatuvchi kuchlarga qaraganda keng ifodalanuvchi omillar, masalan, demografik, iqtisodiy, tabiiy, texnik, siyosiy va madaniy omillar.
Maqsadli bozor	Target market	Целевой рынок	U yoki bu mahsulotni sotish bozorini tadqiq etish natijasida tanlangan, marketing xarajatlarining minimalligi bilan tavsiflanuvchi va firma faoliyati

			natijalarining asosiy ulushini (qismini) ta'minlovchi bozor.
Marka	Марка	Марка	Sotuvchi tovarlari yoki xizmatlarini raqib tovarlari yoki xizmatlaridan ajratib olish maqsadida ularni tanib olishga mo'ljallangan nom, atama, belgi, timsol, chizma yoki ular majmui.
Marketing qarori qabul qilishning samaradorligi	Efficiency of marketing decision making	Эффективность принятия маркетинговых решений	1) Marketing vazifasini bajarishning ko'rib chiqilayotgan (kutilayotgan) ko'plab variantlari orasidan tanlab olishda iqtisodiy tavakkalchilik narxining natijasi, foydalilik ko'rsatkichi; 2) Marketing vazifasini bajarishning tanlab olingan variantining iqtisodiy samara keltirish qobiliyati.
Marketing majmuasi (marketing - miks)	Marketing (marketing mix)	Маркетинг (маркетинг-микс)	Marketing retsepti, undan foydalanish korxonaga maqsadli bozorlar ehtiyojlarini qondirish va atrof-muhitdagi o'zgarishlarga moslashishda eng yaxshi ko'rsatkichlarga erishishga imkon beradi. Eng sodda marketing resepti tovar, narx, savdo va kommunikatsiya siyosati sohasida muvofiqlashtirilgan chora-tadbirlar o'tkazishni talab qiladi.
Marketing modellari	Marketing models	Маркетинговые модели	1) Foyda olish yoki uni o'stirish maqsadida tovar va xizmatlarga talabni yaratish va takror ishlab chiqarish bo'yicha o'zaro aloqalar jarayonida marketing tizimi subyektlari xulq-atvorini ko'rsatish, sifat va sonlar jihatidan aks ettirish

			<p>shakli; 2) Marketing tizimini loyihalashtirish, rejalashtirish, tashkil etish, faoliyat ko'rsatish va rivojlanishda marketing muhiti va subyektlarining funktsional, sabab-oqibat va resurs aloqalarini ifodalovchi va aks ettiruvchi (imitatsiya, regressiya, korrelyatsiya va h.k.) modellar majmui;</p> <p>3) Marketing-miks yoki uning tarkibiy qismlari modellari (tovar siyosati modeli, narx hosil bo'lish modeli, reklama modeli va h.k.).</p>
Marketing o'zaro aloqalari	Marketing interactions	Маркетинговые взаимодействия	<p>1) Xizmat ko'rsatish tadbirkorligining tovar hayotiylik davrining har bir bosqichida barcha bozor subyektlari bilan aloqalarni rejalashtirish, tashkil tatbiq boshqarish jarayonida barcha faoliyat turlari va resurslarni qamrab olishga yo'naltirilgan istiqbolli kontseptsiyasi. Mijoz bilan uzoq muddatli o'zaro munosabatlarga va bitimda ishtirok etuvchi tomolar maqsadlarini qondirishga yo'naltirilgan kontseptsiya;</p> <p>2) Bajarish ma'suliyatini taqsimlash va kengaytirish tamoyillari bo'yicha marketingni tashkil etish usuli.</p>
Marketing operatsiyalari tadqiqoti	Marketing operations research	Исследование маркетинговых операций	<p>1) Marketing qarorlarini ishlab chiqish va qabul qilish tizimida foydalaniluvchi usullar (matematik dasturlashtirish, uyinlar nazariyasi, qarorlar nazariyasi, tasvirlarni tanib olish nazariyasi va hokazo) yig'indisi;</p>

			2) "Boshqa usullar yordamida bundan ham yomon javob beriladigan amaliy savollarga yomon javob berish san'ati" (T.A.Saati, operatsiyalar tadqiqoti sohasidagi Amerikalik mutaxassis).
Marketing rejasi	Marketing plan	Маркетинговый план	Belgilangan marketing maqsadlariga erishishda yordam berishi kutilayotgan chora-tadbirlarning ketma-ketlikda detalli ravishda ifodalanishi.
Marketing salohiyati (potensial)	Marketing potential (potential)	Маркетинговый потенциал (потенциал)	1) Korxonalar salohiyatining ajralmas qismi; 2) Tovar, narx kommunikatsiya va savdo siyosati, talabni o'rganish sohasida samarali marketing tadbirlarini rejalashtirish va o'tkazish hisobiga marketing tizimining korxonaning doimiy raqobatbardoshligi, tovar va xizmatlarning bozordagi iqtisodiy va ijtimoiy konyunkturasini ta'minlash qobiliyatlari majmui.
Marketing tizimi	Маркетинговая система	Marketing system	Bozor muhitining mustaqil, foyda olish maqsadida tovar va xizmatlarga talabni shakllantirish va rivojlantirish bo'yicha o'zaro uzluksiz aloqada buluvchi ijtimoiy-iqtisodiy elementlar majmui. Marketing tizimi o'z ichiga quyidagilarni kiritadi; ishlab chiqaruvchi firma, ta'minotchi firma, raqobatchi firma vositachi firma, iste'molchi (bozor).
Marketing tizimini axborot	Информационная система	Information system	1) Marketing hujjatlarini rasmiylashtirish usullari va vositalari majmuasi, marketing tizimining holati

<p>bilan ta'minlash</p>	<p>марке тинга</p>	<p>marke ting</p>	<p>va xulq-atvori to'g'risidagi ma'lumotlarni izlab topish, kodlashtirish va saqlashni tashkil etish; 2) marketing tizimining normal faoliyat ko'rsatishini ta'minlovchi quyi tizimlardan biri (tashkiliy, huquqiy, iqtisodiy, texnik, dasturiy, matematik ta'minot va boshqalar); 3) marketing axborotlari manbai, uning asosida korxonada menejmenti turli xil boshqaruv qarorlarini qabul qiladi; 4) ma'lumotlarni olish, ishlov berish, tizimlashtirish va ularni «iste'mol uchun tayyor» axborotga aylantirish.</p>
<p>Marketing tizimining samaradorligi</p>	<p>Efficiency of marketing system</p>	<p>Эффективность маркетинговой системы</p>	<p>1) Marketing tizimining marketing xarajatlari belgilab qo'yilgan holda tovar va xizmatlarga talabni takror ishlab chiqarishni to'xtovsiz shakllantirish jarayonini ta'minlash qobiliyati ko'rsatkichi; 2) Marketing tizimi faoliyatining sifat ko'rsatkichi; 3) Marketing tizimi subyektlarining resurslar ayirboshlash jarayonida o'zaro aloqalari natijaviyligining kompleks ko'rsatkichi.</p>
<p>Marketing faoliyati</p>	<p>Marketing activities</p>	<p>Маркетинговая деятельность</p>	<p>1) Tadbirkorlik sohasida bajariladigan ishlar va vazifalar turi; 2) Talabni shakllantirish va takror ishlab chiqarish, firmaning foyda olishini ta'minlash maqsadida amalga oshiriluvchi marketing funksiyalari (marketing tadqiqotlari, savdo, narxning hosil bo'lishi, tovarni yetkazib berish, marketing</p>

			<p>razvedkasi, benchmarking va h.k.) bilan bog'liq faoliyat; 3) Bozor iqtisodiyotida takror ishlab chiqarish zanjirining barcha bo'g'inlarida marketing vositalari va falsafasini qo'llash jarayonini qamrab oluvchi hamda tovar yoki xizmat talabni qondirish va foyda keltirish uchun nimani, qaerda, qancha va qanday qilib ishlab chiqarish lozim degan savollarga javob berishga imkon beruvchi har kandan faoliyat.</p>
<p>Marketing faoliyatining iqtisodiy samaradorligi</p>	<p>Economic efficiency of marketing activities</p>	<p>Экономическая эффективность маркетинговой деятельности</p>	<p>1) Marketing faoliyatining oraliq va yakuniy maqsadlarini amalga oshirishga javob beruvchi nisbatan ko'p turli (marketing jarayonining barcha bosqichlari bo'yicha) natija; 2) Marketing faoliyatini amalga oshirish samarasining (natijasi) bu jarayonda sarflanuvchi barcha xarajatlarga nisbati; 3) Marketing faoliyati bilan bog'liq xarajatlar qaytimi, natural yoki qiymat (narx) shaklida aks ettirilgan natija va samaraning marketing faoliyatini tashkil tatbiq amalga oshirish uchun zarur bo'lgan barcha 4)(Moddiy-texnik mehnat va hokazo) resurslarga nisbati yordamida baholanadi.</p>
<p>Marketing xarajatlari</p>	<p>Marketing costs</p>	<p>Маркетинговые расходы</p>	<p>Tovar va xizmatlarni shakllantirish va takror ishlab chiqarish bo'yicha marketing chora-tadbirlari va marketing faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan sarf va chiqimlar</p>

			yig'indisi. Marketing xarajatlarining asosiy tarkibiy qismlari: boshqaruv xarajatlari, marketing bo'limi xodimlari maoshi, amortizatsion ajratmalar, marketing bo'limining normal faoliyat ko'rsatishi uchun zarur bo'lgan material va resurslar, tovar siyosati, narx siyosati, kommunikativ siyosat, savdo va distributiv siyosat uchun sarflanuvchi xarajatlar.
Marketing ni rejalashtirish	Marketing planning	Маркетинговое планирование	Marketing rejasini tuzish, tovarlarni sotish hajmining o'sishi va firma foydasini maksimalashtirishga qaratilgan marketing strategiyasi tanlash bilan bog'liq jarayon.
Marketing byudjeti	Marketing budget	Маркетинговый бюджет	Firmaning marketing faoliyatini amalga oshirishdagi xarajatlar, foyda va daromadlar miqdori detallashtirilgan tarzda (marketing kompleksi elementlari yoki marketing tadbirlari bo'yicha) aks ettirilgan ko'rsatkichlar tizimi, marketingning moliyaviy rejasini, korxonaning marketing rejasining bo'limi. Marketing byudjetini rejalashtirish maqsadli foydaga asoslanishi yoki foydani optimallashtirishdan kelib chiqishi mumkin.
Marketing da tarmoq yondashuvi	Network approach to marketing	Сетевой подход к маркетингу	Marketing tizimi sub'ektlarining nafakat ikkitomonlama (xaridor va sotuvchi) emas, balki kuptomonlama uzaro alokalari jarayonini aks ettirish

			<p>kontseptsiyasi. Tarmoq yondashuvi na sotuvchilar va na xaridorlar uzlariga xamkorni tanlash va ularni almashtirishda erkin emas, chunki resurslar uzgarganda ularning bir-biriga karamligi yuzaga keladi, ya'ni alokalar almashuvi buziladi degan fikrni olga suradi. Marketing tarmogi a'zolari urtasida resurslar ayirboshlash "karamlik" va "xokimlik" manbai xisoblanadi. Marketing tarmogi uchta uzaro boglik tarkibiy kismdan iborat: ishtirokchilar (firmalar), resurslar va faoliyat turlari. Tarmoq yondashuvi resurslarning turli xilligi va ularni ierarxik nazorat killshni talab kiladi.</p>
Marketingning tashkiliy tuzilmalari	Organizational structures of marketing	Организа ционные струк туры маркетин га	<p>Menejmentning asosiy tamoyillari - markazlashtirish, detsentralizatsiya va moslashuvchanlikni modifikatsiya qilishga asoslangan marketing xizmati asosiy bo'linmalarining o'zaro harakatlari sxemasi turlari. Funktsional, mahsulot, bozor va matritsa strukturalari va ularning modifikatsiyalarini ajratib ko'rsatish mumkin.</p>
Marketing chora-tadbirlarining iqtisodiy samaradorligi	Cost-effectiveness of marketing measures	Экономическая эффективность маркетин говых	<p>1) Marketing chora-tadbirlarini amalga oshirish samarasining (natijasi) buning uchun sarflangan barcha xarajatlar mikdoriga nisbati;</p>

		мероприятий	2) Marketing majmuasining (marketing-miks) samaradorlik kursatkichi. Natural va qiymat shaklida o'lanadi.
Mikro muhit	Micro environment	Микро среда	Firma marketing muhitining tarkibiy qismi, bevosita firmaning o'ziga va uning mijozlarga xizmat ko'rsatish inkoniyatlariga munosabatlariga taalluqli kuchlar, ya'ni ta'minotchilar, marketing vositachllari, mijozlar, raqobatchilar bilan ifodalanadi.
Motivatsiya	Motivation	Мотивация	1) Ehtiyojlarni qondirish bo'yicha qaror qabul qilishda individuumlar harakatini faolashtirish maqsadida ularning motivlarini kuchaytirish jarayoni; 2) Xaridorning xarid qilish qarorini qabul qilish jarayonida uning faolliga ta'sir ko'rsatuvchi majburlovchi harakatlar.
Moliyaviy tahlil	Financial analysis	Финансовый анализ	Korxonalar faoliyatining moliyaviy ko'rsatkichlari va ular yordamida moliyaviy ahvolni o'rganish va baholash.
Moliyaviy investitsiyalar	Financial investments	Финансовые вложения	Davlat yoki xususiy kompaniyalar tomonidan chiqarilgan, banklar va boshqa moliyaviy muassasalarning depozit raqamiga joylashtirilgan qimmatli qog'ozlarga qo'yilmalar.
Moliyaviy injiniring	Financial engineering	Финансовый инжиниринг	Moliya-kredit operatsiyalarini amalga oshirish uchun yaroqli bo'lgan yangi moliyaviy instrumentlar va operatsiya sxemalarini ishlab chiqish.

Moliyaviy innovatsiyalar	Financial innovation	Финансовые инновации	kompaniyaning moliyaviy resurslarida samaraliroq foydalanishga imkon beradigan moliyaviy aktivlarning yangi turlari bilan bitimlarni yoki amaldagi aktivlar bilan yangi operatsiyalarni amalga oshirish maqsadida qo'llaniladigan materiallar.
Multimedia-texnologiyalar	Multimedia technology	Мультимедийные технологии	1) Reklama faoliyatini rejalashtirish, tashkil tatbiq boshqarish jarayonida foydalaniluvchi zamonaviy audio-, tele-, vizual va virtual kommunikatsiya vositalari majmui; 2) Marketingni boshqarish tizimini tashkil etish tizimiga kiritiluvchi tovar va xizmatlarni harakatlantirish usul va vositalari.
Metrologiya	Metrology	Метрология	Faoliyat turlari va bilimlar sohasi bo'lib, o'lchovlar bilan bog'liqdir. Metrologiya ob'ektlariga: yagonalik, o'lchovlar vositasi, etalonlar, o'lchovlarni bajarish uslublari kiradi.
Narx	Price	Цена	1) Qiymatning pul ko'rinishida aks ettirilishi, iste'molchilar tovarga ega bo'lish uchun to'lashlari lozim bo'lgan pul miqdori. Firma belgilagan narx qabul qilinuvchi taklifning qiymatiga mos kelishi lozim; 2) Marketing-majmuasi, marketing-miksning samarali vositasi.

Narx hosil bo'lishi usullari	Pricing Methods	Способы ценообразования	Mahsulot va xizmatlar narxini shakllantirishda qo'llanuvchi usullar. Xarajatlarga asoslangan, xaridorlar liyiyasiga asoslangan va raqobatchilar narxiga asoslangan turlari mavjud.
Narx siyosati	Price policy	Ценовая политика	Narxni va narx hosil bo'lishini boshqarish tadbir va strategiyalari, tovar yoki xizmatlarga ishlab chiqarish xarajatlari va bozor konyunkturasiga mos keluvchi, xaridorni qondiruvchi va rejalashtirilgan foydani keltiruvchi narx belgilash san'ati.
Notijorat tashkilotlar	Nonprofit Organizations	Некоммерческие организации	Foyda olishni va uni ishtirokchilar o'rtasida taqsimlashni o'z oldiga maqsad qilib qo'yumagan muassasalardan iborat. M: jamoatchilik yoki diniy tashkilotlar, xayriya fondlari va hokazo. Odatda ixtiyoriylik asosida, yagona maqsad bilan ma'naviy va boshqa nomoddiy ehtiyojlarni qondirish maqsadida tashkil etiladi.
Onsas 18001	Onsas 18001	Онсас 18001	ONSAS 18001 ya'ni, xodimlar sog'lig'ini himoya qilish va sanoatda xavfsizlikni boshqarish tizimini yaratish bo'yicha xalqaro standart ham qo'llanib kelinmoqda.
Operativ tahlll	Operative analysis	Оперативный анализ	Korxonada ishning borishini har kuni ish joyi va uchastkasi tezkor aniqlash va baholash.
Obligatsiya	Bonding	Облигация	Qimmatbaho qog'ozning bir turi, qarz majburiyati. qarz olgan shaxsni O.ni sotib olgan shaxsga to'lashi lozim

			bo'lgan yozib qo'yilgan qiymatga oldindan belgilangan foiz hisobidagi yillik to'lovning miqdorini belgilab beradi. O.lar bo'yicha daromad yutuqlar ko'rinishida maxsus tiraj o'yinlarida yoki kupon ko'rinishida to'lanishi mumkin.
Passiv	Passiv	Пассив	Buxgalteriyada balansning buromad, xarajat, chiqim qismi; korxonada, muassasa va shu kabilarning majburiyat va qarzlari majmui.
Patent	Patent	Патент	(Lat. patens-guvohnoma, yorliq)- 1) xususiy tarzda tadbirkorlikning biror bir turi bilan shug'ullanishga ruxsat beruvchi guvohnoma, tegishli hujjatlar asosida moliya organlari tomonidan beriladi; 2) ilmiy kashfiyot va ixtiroga mualliflikni tasdiqlovchi guvohnoma. P. davlat tomonidan patentlashtiriladi.
Prognozlash (bashorat qilish) usuli	Forecasting	Прогнозирование (прогноз)	O'rganilayotgan obyektning utmishdagi va hozirgi ma'lumotlarini tahlil qilishga asoslangan ilmiy asoslangan oldindan ko'ra bilish. Turli xil tarkibiy qismlarni prognozlashga asoslangan qisqa muddatli (1,5) yilgacha, o'rta muddatli (5 yil) va uzoq muddatli (10-15 yil) prognozlar mavjud. Taqdim etish shakliga ko'ra, miqdoriy va sifat prognozlariga, tadqiqot obyektlarini qamrab olish bo'yicha umumiy va qisman prognozlashga taqsimlanadi.

Polis	Polis	Полис	(fr.police, ital, pollissa-tilxat)-shaxsiy yoki mulkiy sug'urta shartnomasi tuzilgani va uning shartlari haqidagi hujjat.
Qo'shma korxonona	Joint venture	Совместное предприятие	Bir nechta davlatlar vakiliar hisoblangan ishtirokchilarning mulklarini birlashtirish, xo'jalik faoliyatini birgalikda yuritish va boshqarish hamda olingan foydani taqsimlash kelishuvlariga asoslangan korxonona.
Raqobatchilik muhiti diagnostikasi	Diagnosis of competiti ve environment	Диагностика конкурентной среды	Marketing tadqiqotining raqobatchilar xatti-harakatlarining ichki motivlari haqida to'liq va aniq tasavvurni shakllantirish uchun zarur bo'lgan o'ziga xos mustaqil bosqichi.
Raqobat	Competition	Конкуренция	1) Alohida shaxslar o'rtasida har biri o'zi uchun shaxsan erishishni maqsad qilgan bitta yo'nalishdagi, xususan tadbirkorlar o'rtasida kattaroq foyda olish, savdo bozori, xomashyo manbalari uchun kurash; 2) Moddiy va ma'naviy ne'matlar yaratish, sotish va iste'mol qilish jarayonida bozor tizimi subyektlarining kommuhikatsiyasi, kurashi, o'zaro aloqalari iqtisodiy jarayoni; 3) Bozor munosabatlarining tartibga soluvchisi, FTT va jamoatchilik ishlab chiqarishining samaradorligini kuchaytirish stimulyatori.

Raqobat strategiyasi	Competitive strategy	Конку- рентная стратегия	Raqobat vositalari, usullari va tadbirlarini maqsadga muvofiq o'zaro uyg'unlashtirib bog'lash va qo'llash tartibi.
Reinjining yoki biznes-jarayonini qayta loyihalashtirish	Reengineering or designing a business process	Рейжинг или разработка бизнес-процессов	Bu kompaniyaning rivojlanishiga yondashuv bo'lib, u e'tiborni funksiyalarga emas, balki jarayonlarga qaratadi. Reinjining ishlab chiqarishda maksimal samaraga erishish uchun biznes jarayonlarni eng qulay usullar (vositalar, vaqt, resurslar bo'yicha) bilan olib borishni nazarda tutadi.
Regional marketing	Regional marketing	Региональный маркетинг	1) Regionda marketing faoliyatini tashkil etish; 2) Regionning mahalliy, milliy va xalqaro investorlarga ko'rsatiluvchi xizmat va tovarlar marketingi; 3) Regionning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni boshqarish tizimidagi marketing.
Reklama	Advertising	Реклама	1) G'oya, tovar va xizmatlarni ma'lum xomiy nomidan taqdim tatbiq taklif qilishning shaxsiy bo'lmagan pulli shakli; 2) tovar va xizmatlar sifatini xaridorlarning talab va ehtiyojlari tiliga o'girishga intiluvchi kommunikatsiya shakli.
Reklama auditoriyasi	Advertising audience	Рекламная аудитория	Muayyan axborot manbalari orqali e'lon qilingan reklama xabarlarini eshitishi, qurishi va o'qishi mumkin bo'lgan barcha shaxslar.
Reklama samarador-	Adver-	Эффективность	Reklama vositalarining ishlab chiqaruvchi yoki vositachilari

Iligi	tising effectiveness	рекламы	manfaatlari yo'lida iste'molchilarga ta'sir ko'rsatish darajasi. Reklama murojaatidan oldin va keyin aniqlanadi. Reklamanning savdo natijalariga ko'rsatuvchi ta'sirini aniqlash (iqtisodiy samaradorlik) reklama xarajatlarini avvalgi faoliyat natijalari bo'yicha tovar sotish hajmiga nisbati yordamida aniqlanadi. Bu usulning aniqligi yuqori emas, chunki savdo natijalariga reklamadan tashqari boshqa ko'plab omillar ham ta'sir ko'rsatadi.
Raqobatbar doshlik	Competitiveness	Конкурен-тоспособ-ность	O'z faoliyatini bozor munosabatlari sharoitida amalga oshirish va bunda ishlab chiqarishni ilmiy-texnik jihatdan takomillashtirish, xodimlarni rag'batlantirish va mahsulot sifatining yuqori bilishini ta'minlashga yetarli bo'lgan foyda olish.
Rentabellik	Profita bility	Рента бельность	(Nem.rentabel-foydali, daromadli)-foydali olish darajasi. R. ma'lum davr mobaynida olingan foyda miqdorining shu davrda sarflangan asosiy ishlab chiqarish fondlari va oborot vositalari qiymati yig'indisiga yoki mahsulotning ishlab chiqarish va sotish xarajatlari- tannarxga nisbati sifatida foizlarda hisoblanadi.
Real sektor	Real sector	Реальный сектор	Moddiy va nomoddiy ne'matlar yaratiladigan, tovarlar ishlab

			chiqarish, ishlar bajarish, xizmatlar ko'rsatish sohalari majmui.
Restriksiya	Restore	Восстано-вление	Ishlab chiqaruvchi tomonidan mahsulotning narxlarini oshirish, ko'p foyda olish maqsadida ishlab chiqarishni, oldi-sotdini, eksportni cheklash.
Sanatsiya	Magni-tude	Улучше-ние	Davlat yoki yirik bank yordamida katta korxonalar va firmalar sinishining oldini olish chora-tadbirlari.
Sertifikat	Certifi-cate	Серти-фикат	(Fr.certifikat-tasdiqlayman, guvohlik beraman) - bu guvohlik beruvchi hujjatdir. M : auditor sertifikati- e'lon qilingan firma balansining to'g'riligini tasdiqlovchi hujjat. Sug'urta sertifikati- bu sug'urta shartnomasining shartlari qayd etilgan hujjat. Aktsionerlik sertifikati- bu o'z egasining jamiyat (kompaniya) kapitalining bir qismiga egaligini tasdiqlovchi hujjat. Tashqi iqtisodiy aloqalarda tovar sifati guvohnomasi va h.k.
Sof foyda	Net profit	Чистая прибыль	Korxonalar moliyaviy faoliyati natijasida ko'rilgan daromaddan mahsulot tannarxi va soliqlar hisoblanganidan so'ng korxonalar ixtiyorida qoldirilgan foyda.
Savdo agenti	Sales Agent	Агент по прода-жам	Bir yoki bir qancha korxonalar tovarlarini shartnoma asosida sotadigan vakil.
Savdo uyi	Trading bouse	Торговый дом	Savdo korxonasi maxsus turi, ixtisoslashgan yoki sertarmoq bo'ladi.

			Ixtisoslashgan SU ayrim tovarlar bilan, masalan, ust kiyim, oyoq kiyimi, gazlama va hokazolar bilan universal (sertarmoq) SU har xil tovarlar bilan savdo qiladi.
Saldo	Balance	Баланс	(Ital.saldo-hisob.qoldiq)- qoldiq, ma'lum bir muddatda kiritim va chiqim orasida vujudga kelgan farq; buxgalteriyada- debet va kredit, umumiy aktiv va passiv o'rtasidagi tafovut, farq; xalqaro savdoda- eksport hamda import o'rtasidagi farq.
Strategik reja	Strategic plan	Стратегический план	Korxonada faoliyatining maqsadi va imkoniyatlarini o'zaro strategik muvofiqligini ta'minlash va ushlab turishga mo'ljallangan reja.
Savdo tuzilmalari	Trade structures	Торговые структуры	Tovarlar harakatini uyushtirib hamda savdo-sotiq ishlarini tashkil etish va amalga oshirish bilan shug'ullanuvchi korxonalar va tashkilotlar.
Servis (xizmat ko'rsatish)	Service (service)	Сервис (услуга)	Korxonada marketing faoliyatining mashinalar, asbob-uskunalar va transport vositalarini sotish va ekspluatatsiya qilishni ta'minlovchi bo'limi, quyi tizimi.
Sifat	Quality	Качество	Tovarning muayyan iste'molchilar ehtiyojini qondirish qobiliyatini belgilab beruvchi, qo'yilgan talablarga mos keluvchi xususiyatlari majmui. Oldi-sotdi shartnomalarida tomonlar sifat ko'rsatkichlari, uni tekshirish tartibi, tovar sifatining belgilangan talablarga mos kelishini

			tasdiqlovchi hujjatlarni taqdim etish tartibi kelishib olinadi, zarur hollarda tovarni sifati bo'yicha qabul qilish va topshirish shartlari, shuningdek tovar sifati yoki uni saqlash muddati bo'yicha kafolatlar belgilab qo'yiladi.
Strategik marketing	Strategic marketing	Стратегический маркетинг	1) Asosiy iste'molchilar guruhlarini talab va ehtiyojlarini muntazam, tizimli tahlil qilish, shuningdek, kompaniyaga xaridorlarning tanlab olingan guruhlariga raqobatchilarga qaraganda yaxshiroq xizmat ko'rsatish va shu tariqa raqobatchilik ustunligiga ega bo'lish imkonini beruvchi tovar va xizmatlar kontseptsiyasini ishlab chiqish; 2) Tashkilotlar va jismoniy shaxslar ehtiyojlarini tahlil qilish; 3) Firmaning maqsadlarini belgilab olish, rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish va muvozanatlangan tovar portfeli tuzilmasini ta'minlash; 4) Strategik majmua-miks hamda muntazam o'zgarib turuvchi marketing muhiti omillarini hisobga olgan holda firmaning tovar, narx, kommunikatsiya, taqsimlash va sotish sohasidagi strategik siyosatining asosiy yo'nalishlarini ishlab chiqish jarayoni.
Strategik rejalashtirish	Strategic planning	Стратегическое планирование	Firmaning maqsadlari, uning marketing sohasidagi potensial imkoniyatlari o'rtasidagi strategik muvozanatni yaratish va qo'llab-

			quvvatlashni boshqarish jarayoni. U firmaning aniq shakllantirilgan dasturi, qo‘shimcha vazifa va maqsadlarni ifodalash, sog‘lom xo‘jalik portfeli va o‘shish strategiyasiga asoslanadi.
Strategik nazorat	Strategic control	Стратегический контроль	Korxonaning strategiyasini amalga oshirish jarayonini kuzatib borish, yo‘l qo‘yilgan kamchiliklar va chetlanishlarni aniqlab, ularni bartaraf etish chora-tadbirlarini kuzatib borish jarayoni.
Sug‘urta polisi	Insurance policy	Страховой полис	Sug‘urta tashkiloti tomonidan berilgan tashkilotga subektning turli yo‘qotishlardan himoyalanganligini tasdiqlovchi hujjat.
Soliqlar	Taxes	Налоги	Jamiyatda vujudga keltirilgan sof daromadning bir qismini byudjetga jalb qilish shakli.
Soliq stavkasi	Tax rate	Налоговая ставка	Soliq summasining soliq olinadigan summaga nisbatining foizdagi ifodasi.
Tarif setkasi	Tariff nets	Тарифные сетки	Ish toifalari nisbatiga qarab ish haqi to‘lash.
Tashkiliy kapital	Organizational capital	Организационный капитал	Bu uzoq muddat mobaynida ko‘pgina insonlar tomonidan jamlangan tajriba va bilimlarni ifoda etuvchi firma uchun standart bo‘lgan barcha jarayonlar, tizimlar va strategiyalardir.
Tarkibiy ishsizlik	Structural unemployment	Структурная безработица	Iqtisodiyotni tarkibiy qayta qurish oqibatida ishchi kuchiga talab Tarkibida o‘zgarish ro‘y berishi natijasida yuzaga

			keladigan majburiy ishsizlikning ko'rimishi.
Tarif stavkasi	Rate rate	Оценить курс	Tegishli ish toifasiga ega bo'lgan ishchining mehnatiga to'lanadigan haq miqdorini belgilab beradi.
Tender	Tender	Тендер	Biror bir ishni amalga oshirish uchun e'lon qilingan tanlov. Xaridor yoki buyurtmachi eng avvalo tanlov e'lon qilib, tanlov shartlari bilan tanishtiradi. Tanlovda ishtirok etish niyatini bildirgan firmalar, korxonalar va tashkilotlar o'z takliflarini - tenderlarni buyurtmachiga ko'rib chiqish uchun yuborishadi.
Tovar belgisi	Trade mark	Торговая марка	Muayyan firma tovarlariga qo'yiladigan belgi. TB (savdo markasi) faqat ma'lum firmaga tegishli bo'ladi va uni boshqa firmalar o'z tovarlariga qo'ya olmaydilar.
Tovar birjasi	Commodity exchange	Товарная биржа	Bir yoki bir necha xil tovar bilan ulgurji savdo-sotiqni amalga oshiruvchi tijorat korxonasi, bozor iqtisodiyoti infrastrukturasi ajralmas qismi bo'lib, korxonalar va tashkilotlar o'rtasidagi oldi-sotti aloqalarini olib boradi. TB ikki guruhga bo'linadi: 1) ochiq birja, bunda uning a'zolari bilan bir qatorda boshqa tadbirkorlar ham savdo qila oladi; 2) yopiq birja, bunda faqat birja a'zolarigina bitimlar tuzish huquqiga ega bo'ladilar.
Tijorat siri	Бизнес-секреты	Business secrets	Uchinchi shaxslarga noma'lumligi sababli fantexnika, texnologiya,

			ishlab chiqarish, moliya-iqtisodiyot sohalorida hamda boshqa sohalarda tijorat qimmatiga ega bo'lgan, qonuniy asosda erkin foydalanilmaydigan axborot bo'lib, ushbu axborot mulkdori uning maxfiylikini muhofaza qilish bo'yicha chora-tadbirlarni ko'radi.
Tijoratlash tirish	Commercialization	Коммерциализация	Yangi mahsulotni ishlab chiqish bosqichi; bozorga kirib borish vaqtini to'g'ri tanlash, turli bozorlarda faoliyat ko'rsatish hajmi va ketma-ketligi, mahsulotni operativ harakatlantirish va taqsimlash bo'yicha samarali usullar, shuningdek, marketing rejasini ishlab chiqish jarayoni.
Tovar innovatsiyasi	Brand innovation	Инновации бренда	1) Mahsulotni takomillashtirishning original, sifati yaxshilangan va modifikatsiyalangan mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan uzluksiz jarayoni. Tovarining hayotiylik davri uzunligini va korxonaning rentabelligini ta'minlovchi chora-tadbirlar ichida alohida o'ringa ega. O'z ichiga mahsulotni differensiyalash va diversifikatsiyalashni kiritadi; 2) Bozorga yangi mahsulotni yoki mahsulotlar guruhini olib kirish.
Tovarni hozorda joylashtirish	Placement of goods on the market	Размещение товара на рынке	Tovarlarning bozordagi raqobatbardoshligini ta'minlash va Mos keluvchi marketing majmuasini

			ishlab chiqish uchun amalga oshiriluvchi harakatlar.
Tovarning hayotiylik davri	Product life cycle	Жизненный цикл продукта	Tovar rivojlanishining uni ishlab chiqishdan to bozorga olib kirishgacha bo'lgan asosiy bosqichlarini aks ettiruvchi ma'lum bir vaqt davri (sikli); sotuvchining har bir bosqichda oluvchi foyda miqdori unga bog'liq bo'ladi. Tovarni sotish va foyda olish jarayomida besh bosqich ajratib ko'rsatiladi: tovarni ishlab chiqish (bozorgacha) bosqichi, tovarni bozorga olib kirish (kiritish) bosqichi, tovarni sotish hajmining o'sish bosqichi, yetuklik (to'yinganlik) bosqichi, tovarning susayish bosqichi yoki tovar eliminatsiyasi.
Tovarning raqobatbardoshligi	Competitiveness of the brand	Конкурентоспособность бренда	1) Aniq ehtiyojni qondirishda bozordagi raqobatchilar tovarlari oldida ustunlikni ta'minlovchi tovarning sifati va narx tavsifnomalari majmui; 2) Tovarining raqobatchi tovarlar bozorida birinchi bo'lib xarid qilish qobiliyati; 3) Tovarni iste'mol qilish (foydalanish) samarasining uni sotib olish va ekspluatatsiya qilishga sarflanuvchi xarajatlarga (iste'mol narxi) nisbati; 4) Korxonaning milliy va jahon tovar bozorlariga chiqishi maqsadga muvofiqligining muhim ko'rsatkichi.

Tadbirkorlik sektori	The business sector	Деловой сектор	Bu iqtisodiyotning daromad (foyda) olish maqsadida amal qiluvchi birlamchi bo'g'inidir.
Tashkiliy-ma'muriy usullar	Organizational and administrative methods	Организа- ционные админист- ратив- ные методы	Boshqaruv organlarining o'zaro aloqada ishlashini, boshqaruv munosabatlarini aks ettirib, boshqariluvchi ob'ektlarga ma'muriy ta'sir ko'rsatishning butun mexanizmini ifodalaydi.
Texnik-iqtisodiy kashfiyotlar	Feasibility studies	Технико- экономическое обосно- вание	Yangi va mukammallashtirilgan buyumlarni, inshootlarni, mehnat unumdorligini o'sishiga, materiallar xarakterini qisqarishiga, tabiiy resurslarni ratsional ishlatishga sezilarli ta'sir qiluvchi boshqaruvning tizim va jarayonlarini ta'minlashga imkon beruvchi prospektiv konstruktorlik, texnologik, proekt va iqtisodiy kashfiyotlarni tanlashni ko'zda tutadi.
Tajribiy ishlab chiqarish	Experimental production	Экспериментальная продукция	Buyumlarni birinchi nusxasini va uning original ko'rinishini, ularning texnik vazifasiga mos kelishini va sifatini sinovdan o'tkazish maqsadida ishlab chiqarilishi.
Trend tahlil	Trend Analysis	Анализ тенденций	Korxonalar faoliyatining asosiy ko'rsatkichlarini bir necha yillar davomida o'zgarish yo'nalishlari va xarakterini aniqlash va baholash.
Transfert to'lovlari	Transfer payments	Переводные платежи	Evaziga hech qanday tovar yoki xizmatlar olinmaydigan davlat xarajatlari (pensiya, stipendiyalar, ishsizlik nafaqasi va boshqalar).

Universal xizmatlar	Universal services	Универсальные услуги	Umumiy foydalanishdagi telekommunikatsiya tarmoqlari orqali barcha foydalanuvchilarga ko'rsatiladigan belgilangan sifatdagi majburiy xizmatlar to'plami (foydalanuvchilarning bu tarmoqdan foydalanishini ta'minlash, mahalliy, shaharlararo va xalqaro telefon so'zlashuvlari, telegrammalar jo'natish va boshqalar).
Ustama xarajatlar	Overhead costs	Накладные расходы	Ishlab chiqarishning umumiy shartlarini, uning boshqarish va xizmat qilish tashkilotlarini tashkil etish bilan bog'liq xarajatlarning yig'indisidir.
Ulgurji haho	Wholesale price	Оптовая цена	Korxonalar yoki mol yetkazib beruvchilarning katta miqdordagi o'z mahsulotini boshqa korxonalar yoki tashkilotga ko'tarasiga sotadigan baholari.
Vertikal savdo maydoni	Vertical trading space	Вертикальное торговое пространство	Korxonalarni bir tarmoq (iste'molchilar, dilerlar yoki yetkazib beruvchilar) chegarasida birlashtirib turuvchi tizim.
Venchor firmalari	The firms of venchor	Фирмы венчур	Kichik biznesning bir turi bo'lib: ilmiy-muhandislik ishlari; yangi texnika, texnologiya, tovar

			<p>namunalarini yaratish; tijorat ishini tashkil etish usullarini ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish; yirik firmalar va davlat ijara kontrakti buyurtmalarini bajarish; ishlab chiqarishni boshqarish bilan shug'ullanadi.</p>
<p>Xalqaro standartlash -tirish tashkiloti</p>	<p>International Organization for Standardization</p>	<p>Международная организация по стандартам</p>	<p>ISO tashkilotining dunyodagi eng obro' e'tiborli (avtoritet) adolatli va mustaqil tashkilot bo'lib, xalqaro tashkilotlar orasida yuqori maqomga ega.</p>
<p>Xolding</p>	<p>Holding</p>	<p>Холдинг</p>	<p>(Ingl.holding- ega)-o'zga firma, korxonaning nazorat paketini o'zida ushlab turuvchi bosh kompaniya. X. qo'l ostidagi kompaniyalarni rivojlantirib, daromadni ko'paytirish bilan birgalikda o'zi ham tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanadi. Huquqiy nuqtai nazardan aksionerlik jamiyati, mas'uliyati cheklangan jamiyat yoki xususiy korxonalar sifatida harakat qiladi.</p>
<p>Yangi tovarni ishlab chiqish</p>	<p>Developing a new brand</p>	<p>Разработка нового товара</p>	<p>Korxonaning o'z kuchi bilan IITKI o'tkazish asosida original, sifati yaxshilangan va modifikatsiyalangan mahsulotlarni yaratish jarayoni. Bu jarayon odatda g'oyalarni ishlab chiqish, tanlash, yangi tovar kontseptsiyasini ishlab chiqish va uni</p>

			tekshirish, marketing strategiyasini ishlab chiqish, biznes tahlili, yangi mahsulotni ishlab chiqish, sinov marketingi va tijoratlantirishdan iborat bo'ladi.
O'rov (qadoqlash)	Упаков ка	Ракка ging	1) Tovar solinuvchi, joylashtiriluvchi idish, material. Tovar ishlab chiqarilgandan so'ng uning xususiyatlarini saqlash hamda yukni tashishda qulaylik yaratish uchun mo'ljallanadi; 2) muhim reklama manbai.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

I. Me‘yoriy-huquqiy hujjatlar va metodologik ahamiyatga molik nashrlar

1.1. O‘zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi.–T.: “O‘zbekiston”, 2018-yil.

1.2. O‘zbekiston Respublikasining “Erkin iqtisodiy zonalar to‘g‘risida”gi Qonuni. 1996-yil 25-aprel.

1.3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-4947-sonli Farmoni.

1.4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008-yil 2-dekabrda “Navoiy viloyatida erkin industrial-iqtisodiy zona tashkil etish to‘g‘risida”gi PF-4059-sonli Farmoni.

1.5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2013-yil 18- martdagi “Jizzax maxsus industrial zonasini tashkil etish to‘g‘risida”gi PF-4516-sonli Farmoni.

1.6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 26-noyabrda “Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini faollashtirish va kengaytirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-4853-sonli Farmoni.

1.7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti 2017-yil 24-dekabrda “To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF – 5285 sonli Farmoni

1.8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2010-yil 15-dekabrda “2011-2015-yillarda O‘zbekiston Respublikasi sanoatini rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishari to‘g‘risida”gi PQ-1442-sonli qarori.

1.9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008-yil 15-iyuldagi “Innovatsion loyihalar va texnologiyalarni ishlab chiqarishga tatbiq etishni rag‘batlantirish borasidagi qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ-916-sonli qarori.

1.10. Mirziyoyev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qa'tiy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik-har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak.-T.: "O'zbekiston", 2017.-104 b.

1.11. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi.-T.: "O'zbekiston", 2011. - 48b.

1.12. Karimov I.A. Asosiy vazifamiz-Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir.-T.: "O'zbekiston", 2010. - 80 b.

1.13. Ortiqov A. Sanoat iqtisodi. Darslik. Toshkent, TDIU, 2009. 236 b.

1.14. Nazarova G.G', Xalilov X.X, Salixova N.M, Safarov N.Ch, Saidnazarov F.A. Erkin iqtisodiy hududlar. O'quv qo'llanma. T.:TDIU, 2011.-348 b.

1.15. Войтенко, Александр Иванович. Организация, управление и администрирование в социальной работе: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Социальная работа" / А. И. Войтенко, Е. И. Комаров. - М. : РИОР: Инфра-М, 2010. - 255 с. - (Высшее образование).

1.16. Пленкина, Вера Владимировна. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие по направлению "Менеджмент"/ В. В. Пленкина, Г. А. Чистякова, О. В. Ленкова; ТюмГНГУ. - Электрон. текстовые дан. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2010 эл. опт. диск (CD-ROM)

1.17. Исаева, Екатерина Анатольевна. Стратегический менеджмент в финансово-кредитных организациях: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Е. А. Исаева. - М. : КноРус, 2010. - 174 с.

1.18. Малюк, Владимир Иванович. Менеджмент: деловые ситуации, практические задания, курсовое проектирование : практикум для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)" / В. И. Малюк. - М. : КноРус, 2010. - 304 с.

1.19. Попов, Сергей Александрович. Актуальный стратегический менеджмент: учебно-практическое пособие / С. А. Попов. - М. : Юрайт, 2010. - 448 с.

1.20. Пленкина, Вера Владимировна. (д-р экон. наук; проф. ТюмГНГУ; 1952-). Стратегическое планирование : учебное пособие для магистров, обучающихся по магистерской программе направления 080500 “Менеджмент” / В. В. Пленкина, Г. А. Чистякова, О. В. Ленкова; ТюмГНГУ. - Тюмень: ТюмГНГУ, 2010. - 228 с.

1.21. Пленкина, Вера Владимировна. Стратегическое планирование [Электронный ресурс] : учебное пособие для магистров, обучающихся по магистерской программе направления 080500 “Менеджмент” / В. В. Пленкина, Г. А. Чистякова, О. В. Ленкова ; ТюмГНГУ. - Электрон. текстовые дан. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2010 эл. опт. диск (CD-ROM)

1.22. Боссиди, Ларри. Искусство результативного управления - Execution. The Discipline of Getting Things Done / Л. Боссиди, Р. Чаран ; пер. с англ. Т. Талановой ; ред. М. Драпкина. - М. : Альпина Паблишерз, 2010. - 279 с. Исаева, Екатерина Анатольевна. Стр 23
10.Беляцкий, Николай Петрович. Управление персоналом : учебник для студентов вузов по специальности “Экономика и управление на предприятии” / Н. П. Беляцкий. - 2-е изд. - Минск : Современная школа, 2010. - 447 с.

1.23. Бизнес-планирование : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / В. М. Попов [и др.] ; ред.: В. М. Попов, С. И. Ляпунов, С. Г. Млодик. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Финансы и статистика, 2009. - 815 с.

1.24. Кузык, Борис Николаевич. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование: учебник / Б. Н. Кузык, В. И. Кушлин, Ю. В. Яковец. - 3-е изд. - М.: Экономика, 2009. - 591 с.

1.25. Куницына, Наталья Николаевна. Бизнес-планирование в коммерческом банке : учебное пособие / Н. Н. Куницына, А. В. Малеева, Л. И. Ушвицкий. - М. : Магистр, 2009. - 383 с.

1.26. Ансофф, Игорь. Стратегический менеджмент = Strategic management: классическое издание / И. Ансофф. - М. [и др.] : Питер, 2009. - 344 с.

II. Асосий адабиётлар

2.1. Бизнес-планирование: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / В. М. Попов [и др.]; ред.: В. М. Попов, С. И. Ляпунов, С. Г. Млодик. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2009. - 815 с.

2.2. Кибанов, Ардальон Яковлевич. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Менеджмент организации» и «Управление персоналом» / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. - М. : ИНФРА-М, 2009. - 300 с. - (Высшее образование)

2.3. Пленкина, Вера Владимировна. (д-р экон. наук; проф. ТюмГНГУ; 1952-). Стратегический менеджмент (в схемах и таблицах): учебное пособие для студентов всех форм обучения специальностей 080507 «Менеджмент организации» 080503 «Антикризисное управление», 080505 «Управление персоналом» / Пленкина В. В., Г. А. Чистякова, О. В. Ленкова; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2009. - 196 с.

2.4. Пленкина, Вера Владимировна. (д-р экон. наук; проф. ТюмГНГУ; 1952-). Стратегический менеджмент (в схемах и таблицах) [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов всех форм обучения специальностей 080507 «Менеджмент организации» 080503 «Антикризисное управление», 080505 «Управление персоналом» / Пленкина В. В., Г. А. Чистякова, О. В. Ленкова; ТюмГНГУ. - Электрон. текстовые дан. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2009 эл. опт. диск (CD-ROM).

2.5. И.А.Норин, Г.М.Кижлай, Н.С.Рогалева. Учебно-методическое пособие по прохождению производственной практики для

студентов направления 080100.62 “Экономика” профиль “Экономика предприятий и организаций” Изд. УрГАУ, 2014 – 78 стр.

2.6. R.O.Alimov, A.F.Rasulov, A.M.Qodirov va boshqalar. O‘zbekiston iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirish muammolari: nazariya va amaliyot. // G‘ulomov S.S. tahriri ostida. –Toshkent. Kon-sauditinform-Nashr, 2006. 380 h.

2.7. Бизнес-планирование : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / ред. В. М. Попов, С. И. Ляпунов, С. Г. Млодик. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2008. - 816 с1 Баринов, Владимир Александрович. Стратегический менеджмент: учебное пособие по специальностям 080507 “Менеджмент организации”, 080503 “Антикризисное управление” и другим экономическим 24 специальностям / В. А. Баринов, В. Л. Харченко. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 285 с. - (Высшее образование).

2.8. Бухалков М. И. Планирование на предприятии : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / М. И. Бухалков. - 3-е изд., испр. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 416 с. - (Высшее образование)

2.9. Григорьян, Тамара Александрована. Планирование на автотранспортном предприятии [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 «Экономика и управление на предприятии транспорта» / Т. А. Григорьян, И. И. Карамышева ; ТюмГНГУ. - Электрон. Текстовые дан. - Тюмень: ТюмГНГУ, 2008 эл. опт. диск (CD-ROM)

2.10. Мескон, Майкл Х. Основы менеджмента = Management / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. - 3-е изд. - М.; СПб.: Вильямс, 2008. - 672 с. 24.Харрингтон, Джеймс. Совершенство управления ресурсами = Resource management excellence: Искусство совершенствования управления ресурсами / Д. Харрингтон. - М. : Станарты и качество, 2008. - 352 с.

2.11. Грант, Роберт. Современный стратегический анализ = Contemporary strategy analys : учебник для слушателей, обучаю-

щихся по программе “Мастер делового администрирования” / Р. М. Грант. - М. [и др.] : Питер, 2008. - 560 с.1

2.12. Парахина В. Н. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: электронный учебник / В. Н. Парахина, Л. С. Максименко, С. В. Панасенко. - Электрон. текстовые дан. Электрон. прикладная прогр. - М.: КноРус, 2008 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Электронный учебник)

2.13. Основы менеджмента: учебное пособие для студентов вузов / А. О. Блинов [и др.]. - М. : ЭЛИТ, 2008. - 352 с.

2.14. Chandler, Alfred D. Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise / Chandler, Alfred D. – Cambridge, MA: MIT Press, 2016.

2.15. Kenneth R. Andrews. The Concept of Corporate Strategy, rev. edn., copyright (c) by Richard D. – Irwin, Inc., 2016.

2.16. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика; 1989. – 358 с.

2.17. Парахина, Валентина Николаевна. Стратегический менеджмент: учебник по специальности “Менеджмент организации” / В. Н. Парахина, Л. С. Максименко, С. В. Панасенко. - 4-е изд., стер. - М. : КноРус, 2008. - 496 с. Стратегический менеджмент: учебник по специальности “Менеджмент организаций” / ред. А. Н. Петров. - 2-е изд. - М. [и др.] : Питер, 2008. - 495 с. - (Учебник для вузов).

2.18. Переходов В. Н. Основы управления инновационной деятельностью. – М.: Инфра-М, 2005. – 221 с.

2.19. Черняк В. З. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: электронный учебник / В. З. Черняк. - Электрон. Прикладная прогр. - М.: КноРус, 2008 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Электронный учебник)

2.20. Тебекин А. В. Менеджмент организации [Электронный ресурс]: электронный учебник / А. В. Тебекин, Б. С. Касаев. - Электрон. текстовые дан. - М. : КноРус, 2008 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Электронный учебник). Стратегический менеджмент.

Учебное пособие./ В.В. Пленкина, О.В. Ленкова, Г.А. Чистякова-Тюмень:ТюмГНГУ, 2013, 192 с.

2.21. Taraxtiyeva G.K. Innovatsion menejment. O‘quv qo‘llanma.– T.: “Fan va texnologiyalar”, 2013.–208 b.

2.22. Парамонова Т.Н. Маркетинг.Учебное пособие. Т.Н.Парамонова, И.Н. Красюк; под ред.Т.Н.Парамоновой.–М.:КНОРУС, 2010.–190 с.

2.23. Кибанов А.Я, Дурякова И.Б. Управление персоналом организации. Учебное пособие.–М.: ИНФРА-М, 2007.– 301 с.

2.24. Лапуста М.Г. Предпринимательство: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2002. — С. 101.

2.25. Lin, Justin, 2011, “New Structural Economics: A Framework for Rethinking Development,” World Bank Research Observer, Vol. 26, No. 2, pp. 193–221; Rodrik, Dani, 2011, “The Manufacturing Imperative,” Project Syndicate.

2.26. Bernard Hoekman, Aaditya Mattoo, and Philip English , editors. 2002. “Development, Trade, and the WTO”, P. -149. World Bank, Washington, D.C

2.27. O‘zbekiston: jahon moliyaviy– iqtisodiy inqirozi, innovatsion taraqqiyot va milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirish / O‘z FA, Iqtisodiyot in-ti; A.F.Rasulovning tahriri ostida. -T.: KONSAUDIT-INFORM -NASHR, 2011.-408 b.

2.28. Bababekova D.Sh, Tursunov B.O. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning shart-sharoitlari va asosiy yo‘nalishlari. Monografiya. -T.: “VNESHINVESTPROM”, 2018.-112 b.

2.29. Raimjanova M.A. O‘zbekistonda erkin iqtisodiy hududlarga investitsiyalarni jalb qilish: nazariy asoslari, hozirgi holati va istiqbollari. Monografiya.-T.: “Extremum-Press”, 2013.-176 b.

2.30. Abdullayev A., Aybeshev X. Biznes reja. O‘quv qo‘llanma. T.: “Moliya”, 2002. - 72 b.

2.31. Umarov I. Oziq-ovqat sanoatida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish istiqbollari. Monografiya/ –T.: Fan va texnologiyalar, 2014, 230 b.

2.32. Фомин Я.А. Диагностика кризисного состояния предприятия: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 439 с.

2.33. Махмудов Э.Х., Исаков М.Ю. Бизнес планирование. Учебное пособие.–Т.:Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004. - 160 с.

2.34. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие. - 5-е изд., переруб. и доп. - М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2005. - 400 с.

2.35. Романов А.П. Управление экономическим потенциалом организации: учеб.пособ. / А. П. Романов, Г. Г. Серебренников, В. М. Безуглая, О. В. Кириллина, М. К. Чарыкова. – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. – 88 с.

2.36. Шапкин А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций: Монография. –М.: Дашков и К, 2003. –554 с.

2.37. Чаусова Н.Ю., Калугина О.А. Менеджмент: Учебное пособие.– М.: КНОРУС, 2010. – 496 стр.

2.38. Любушин Н.П. Экономический анализ: учеб. пособие - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 24 стр.

III. Қўшимча адабиётлар

3.1. Kuziyeva N.R. Xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar faoliyatini rag'batlantirishning moliya-kredit mexanizmini takomillashtirish yo'nalishlari. Iqtisod fanlari doktori dis avtoriteti. – Т.:O'zR BMA, 2008. -41b.

3.2. Mirxamidova D.N “Innovatsiyalar va tadbirkorlikda yangilanish jarayonlari”, “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali.–Т.: 2013. № 6

3.3. Xuhaqulov X.D., Sayfullayev S.N. O'zbekiston sanoati tarmog'ining tarkibiy o'zgarishlarini xalqaro tasniflash asosida statistik o'rganish. Iqtisodiyot va ta'lim. 2017, 6-son, 129-133 b.

3.4. Нурмухаметов А.В. Теория и практика государственного регулирования и поддержки малого и среднего предпринимательства. «Актуальные проблемы экономики и права». 2014. №3. 83 -84 стр.

3.5. Kambarov J.X., Maxmudova N.J. Inqirozga qarshi innovatsion mexanizmni takomillashtirish. Iqtisod-moliya. 2016 y., №4. 72-b. B-10.

3.6. Qudbiyev D. Ishlab chiqarish xarajatlari hisobini takomillashtirish. Bozor, pul va kredit». –Т.: 2005, 15b.

3.7. Турсунов Б.О. Антикризисное финансовое управление предприятием и меры их стабилизации в инновационной экономике. IX Международная научно-практическая конференция «Инновационное развитие российской экономики»: в 6 т.–Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В.Плеханова», 2016.-321 с.

3.8. Tursunov B.O. Sanoat korxonalari raqobatdoshligini oshirishni moliyaviy mexanizmni takomillashtirish. “Iqtisodiyotni moderizatsiyalash sharoitida korxonaning investitsion faolligini oshirish muammolari va ustuvor yo‘nalishlari” mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy konfrensiasini materillarlarini to‘plami, 25aprel 2019 yil., T., 168-170 b.

3.9. Raimjanova M.A. Biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishning xorij tajribasi// “Iqtisodiyotda innovatsion jarayonlarni kichik rivojlanishida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rolini oshirish – iqtisodiy o‘shish omillaridir” mavzusidagi Respublika ilmiy-amaliy konferensiasini materiallari. – Toshkent, 2015., 101-103b.

3.10. Mesoeconomics transitional periods: markets, branches, enterprises./ Redaction G.B.Kleyner. – M. Science, 2010. – P. 11.

3.11. Мосейко В.О. Определение инновационного потенциала предприятия на основе факторного подхода/В.О.Мосейко, С.А.Князев //Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. – 2008. – №2. – С. 28-34

3.12. Пелих, С.А., Симанович, В.Л. Организация системы инновационного развития продукции в малом бизнесе // Механизм регулирования экономики. 2008. № 2. –С. 5.

3.13. Bababekova D.Sh. Korxonalar raqobat bardoshligini oshirishda korporativ boshqaruv tizimining o'rnini. "Korporativ boshqaruvning zamonaviy standartlarini joriy etishda aksiyadorlarning rolini kuchaytirish yo'llari" mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to'plami.T.: "Iqtisod-Moliya", 2018.-44-46 b.

3.14. Сорокин М.А. К вопросу об интеграции систем оптимизации параметров процесса контроля продукции массового производства и систем информационной поддержки се жизненного цикла //Системы проектирования, моделирования. подготовки производства и управление проектами: сборник материалов V Международной научно-практической конференции. CAD/CAM/CAE/PDM. Пенза: ПДЗ. 2011С. 59-62 ст.

3.15. Зверев В.С. Толковый словарь «Инновационная деятельность»: термины инновационного менеджмента и смежных областей (от А до Я). - Новосибирск: Сибирское научное издательство , 2010. - 269 с.

3.16. Strategy& 2015 Global Innovation 1000 survey data and analysis. www.strategyand.pwc.com

3.17. Strategy& 2015 Global Innovation 1000 survey data and analysis. www.strategyand.pwc.com

3.18. http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/factsfigures/scorboards/index_en.htm

3.19. <http://www.bloomberg.com/graphics/2015-innovative-countries/>

3.20. <http://www.dius.gov.uk/policy/innovation.html>

3.21. <http://www.innovation.gov.uk/lambertagreements>

3.22. <http://www.sba.gov>

3.23. www.SBIR.gov/about/index.htm

3.24. http://usa-patent.ru/patenting/patent_law_usa.html

3.25. http://www.web-globus.de/articles/patentnoe_pravo_germanii

3.26. www.stat.uz- O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi rasmiy axborot sayti

- 3.27. www.uza.uz- O‘zbekiston Respublikasi Milliy Axborot Agentligi rasmiy sayti
- 3.28. www.mf.uz – (O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi rasmiy sayti).
- 3.29. www.stat.uz- O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi rasmiy axborot sayti
- 3.30. www.uza.uz- O‘zbekiston Respublikasi Milliy Axborot Agentligi rasmiy sayti
- 3.31. www.mineconomy.uz- O‘zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va sanoat vazirligi rasmiy sayti.
- 3.32. www.lex.uz – O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi
- 3.33. www.gov.uz – O‘zbekiston Respublikasi hukumat portali.
- 3.34. www.press-service.uz – (O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining matbuot xizmati).

MUNDARIJA

KIRISH.....	3
I KORXONALARNI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASI FANIBOB. NING PREDMETI VA VAZIFALARI.....	7
1.1.Korxonalarni rivojlantirish strategiyasi - fan va o‘quv kursi sifatida.....	7
1.2.Kursning tuzilishi va uning iqtisodiy fanlar tizimida tutgan o‘rni hamda boshqa o‘quv fanlari bilan bog‘liqligi.....	9
1.3.Kursning bozor iqtisodiyoti sharoitiga va islohotlar talabiga xos vazifalari.....	11
1.4.O‘zbekistonda korxonalarni rivojlantirish to‘g‘risidagi qonunlar, farmonlar va nizomlar.....	12
Asosiy tayanch tushunchalar.....	13
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar.....	14
II KORXONALARNI STRATEGIK RIVOJLANISHIDA TADBIRBOb KORLIK TUZILMALARINING IQTISODIY BARQARORLIGI.....	15
2.1.Korxonaning iqtisodiy barqarorligi.....	15
2.2.Iqtisodiy barqarorlik va samaradorlik.....	17
2.3.Korxonada xo‘jalik tizimining samaradorligi.....	18
Asosiy tayanch tushunchalar.....	22
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar.....	23

III IQTISODIYOTNI MORDERNIZATSİYALASH SHAROITIDA	
bob. KORXONALAR FAOLIYAT YURITISHINING STRATEGIK	
MODELLARI.....	24
3.1.Korxonalar faoliyat yuritishida qoʻllaniladigan zamonaviy strategiyalar, ularning turlari.....	24
3.2.Zamonaviy strategiyalarni rejalashtirishda foydalaniladigan modellari.....	28
3.3.Zamonaviy strategiyalarni qoʻllashning chet el tajribasi (Benchmarkingning yaponcha chehrasi).....	32
3.4.Korxonalar faoliyati samaradorligini oshirishda zamonaviy strategiyalardan foydalanish.....	36
Asosiy tayanch tushunchalar.....	38
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar.....	39
IV KORXONALARNING TASHKILY TUZILMASI VA BOSHQARUV	
JARAYONLARI STRATEGIYASI.....	40
4.1.Korxonalar tashkiliy tuzilmasi haqida tushuncha va uning turlari.....	40
4.2.Korxonalar boshqaruv faoliyatida tashkiliy tuzilmalarning afzalliklari hamda kamchiliklari	46
4.3.Korxonalar tashkiliy tuzilmalarni loyihalashtirishning oʻziga xos xususiyatlari.....	57
4.4.Korxonani strategik boshqarish mazmuni va uning iqtisodiyotdagi ahamiyati	60

4.5.Korxonada boshqaruv jarayonida strategik rejalashtirish.....	66
4.6.Samarali faoliyat olib borishda strategiyani amalga oshirish bo'yicha asosiy vazifalar.....	75
Asosiy tayanch tushunchalar.....	80
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar.....	81

V KORXONALARNING STRATEGIK RIVOJLANISHIDA
bob. ERKIN- IQTISODIY ZONALARNI TASHKIL ETILISHI 82

5.1.Erkin-iqtisodiy hududlarning turli ko'rinishlari va ularning iqtisodiy mohiyati	82
5.2.Erkin-iqtisodiy hududlarni tartibga solishda iqtisodiy mexanizmlarning o'rni	90
5.3.Erkin-iqtisodiy hududlarning kichik biznes va innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirishdagi ahamiyati.....	93
5.4.“Navoiy” erkin industrial-iqtisodiy hududda amalga oshirilayotgan loyihalar	98
5.5.Erkin-iqtisodiy hududlarni shakllantirishda iqtisodiy samaradorlikni oshirish yo'llari.....	109
Asosiy tayanch tushunchalar.....	113
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar	114

VI KORXONALARNING ASOSIY VOSITALARI VA NOMODDIY
bob. AKTIVLARIDAN OQILONA FOYDALANISH STRATEGI-
YASI..... 115

6.1.Korxonalarining asosiy vositalari haqida tushuncha va uning ahamiyati.....	115
---	-----

6.2.Asosiy vositalar tarkibi, tuzilishi va dinamikasi tahlili	116
6.3.Asosiy vositalar harakati va texnik holatini tablili.....	119
6.4.Asosiy ishlab chiqarish fondlaridan samarali foydalanishni tahlili.....	123
6.5.Nomoddiy aktivlar to'g'risida tushuncha, ularning guruhlanishi va tasniflanishi.....	129
6.6.Korxonalarda nomoddiy aktivlarni hisobga olish vazifalari.....	135
Asosiy tayanch tushunchalar.....	141
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar.....	142

VII KORXONALARNING AYLANMA MABLAG‘LARIDAN SAMABOB. RALI FOYDALANISH ASOSIDA RIVOJLANISHINI TA’MINLASH

143

7.1.Aylanma mablag‘lar, ularning korxonada xo‘jalik faoliyatida tutgan o‘rni.....	143
7.2.Aylanma mablag‘lar strukturasi va hosil bo‘lish manbaalari.....	146
7.3.Aylanma mablag‘lar talabini aniqlash va ularni me‘yorlashtirish....	150
7.4.Korxonada aylanma mablag‘larni tejash va samarali foydalanishni boshqarish strategiyalari.....	152
7.5.Korxonaning aylanma mablag‘lari samaradorligini oshirish yo‘nalishlari.....	155
Asosiy tayanch tushunchalar.....	159
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar.....	160

VIII KORXONALARNI STRATEGIK RIVOJLANISHIDA XODIMBOB. LAR VA MEHNAT MOTIVATSIYASI TIZIMI

161

8.1.Xodimlari mehnatini rag‘batlantirish usullarining iqtisodiy mazmuni.....	161
8.2.Boshqaruvning motivlashtirish nazariyalarini qo‘llash orqali xodimlar mehnatini rag‘batlantirish usullari.....	171
8.3.Korxonada boshqaruv samaradorligini oshirishda rag‘batlantirish tizimi va unga ta’sir etuvchi motivlashtirish omillari.....	182
Asosiy tayanch tushunchalar.....	188
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar.....	189
IX KORXONALAR RIVOJLANISHIDA MOLIYAVIY RESURSLAR VA BIZNESNI MOLIYALASHTIRISH	190
9.1.Korxonalarni moliyaviy resurslar bilan ta’minlashning mohiyati.....	190
9.2.Moliyaviy resurslarni jalb etish shakllari. Moliyalashtirish manbalarining tasnifi.....	194
9.3.Korxonada faoliyatni moliyalashtirishda moliyaviy rejalashtirishning o‘rni.....	197
9.4.Korxonada innovatsion faoliyatni moliyalashtirish yo‘nalishlari.....	200
Asosiy tayanch tushunchalar.....	204
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar.....	204
X KORXONALARNI RIVOJLANISHIDA XARAJATLARNI TEBBOb JASH VA MAHSULOT TANNARXINI KAMAYTIRISH.....	206

10.1.Xarajatlarning mohiyati va ularning korxonada faoliyatidagi ahamiyati.....	206
10.2.Korxonada xarajatlarning tavsifi va tasnifi.....	209
10.3.Korxonada xarajatlari tahlilining vazifalari.....	219
10.4.Mahsulot tannarxini kalkulyatsiya qilish usullari.....	228
10.5.Korxonada xarajatlarini tejash va samaradorligini oshirish yo'nlari.....	240
Asosiy tayanch tushunchalar.....	245
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar.....	246

XI KORXONALARNI STRATEGIK RIVOJLANISHIDA DAROBob MADLAR VA UNI OSHIRISH 247

11.1.Korxonada faoliyatining moliyaviy natijalarini shakllanishi.....	247
11.2.Asosiy faoliyatdan olingan foyda va zararlar	250
11.3.Asosiy faoliyatdan tashqari olingan daromadlar	252
Asosiy tayanch tushunchalar	257
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar	258

XII KORXONADA BAHONI SHAKLLANTIRISH VA FIRMANING bob BAHO SIYOSATI 259

12.1.Bahosi siyosatining mohiyati va vazifalari.....	259
12.2.Baholarni belgilash strategiyasi.....	263
12.3.Baholarni hisoblash usullari	266
Asosiy tayanch tushunchalar.....	271
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar.....	272

XIII KORXONALARNI SOLIQQA TORTISH VA SOLIQ YUKINI	
bob PASAYTIRISH.....	273
13.1.Soliqlar va majburiy to'lovlarning mohiyati hamda ahamiyati.....	273
13.2.Korxonalarda soliqlar va majburiy to'lovlar hisobini tashkil etish zarurati.....	277
13.3.Korxonalarda soliqlar va majburiy to'lovlar hisob-kitoblarining hisobini tashkil qilish.....	279
13.4.Soliq yuki ko'rsatkichini hisoblash metodikasi.....	283
Asosiy tayanch tushunchalar.....	288
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar.....	289
XIV KORXONALAR IQTISODIY SAMARADORLIGI.....	290
bob	
14.1.Korxonada iqtisodiy samaradorligi tushunchasi, mezonlari va ko'rsatkichlar.....	290
14.2.Xarajatlarning umumiy va taqqoslama iqtisodiy samaradorligi.....	295
14.3.Korxonada iqtisodiy samaradorligini baholash uslubiyotini takomillashtirish.....	298
14.4.Ishlab chiqarish samaradorligini oshirishning asosiy yo'nalishlari.....	302
Asosiy tayanch tushunchalar.....	304
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar.....	305
XV KORXONALARNING STRATEGIK RIVOJLANISHIDA INVESTITSION SIYOSAT VA INVESTITSIYA MUHITI	306
bob	

15.1. Investitsiyalarning mazmuni, turlari va jalb qilishning nazariy asoslari.....	306
15.2. Korxonalariga investitsiyalarni jalb qilishning obyektiv zarurligi va boshqarish usuliari.....	313
15.3. Korxonalariga xorijiy investitsiyalarni jalb qilishning yo'nlari.....	318
15.4. Korxonalariga xorijiy investitsiyalarni jalb etish va ularni boshqarish samaradorligini oshirish jihatlari	324
15.5. Korxonalariga investitsiyalarni jalb qilish, yo'naltirish va boshqarish samaradorligining jahon amaliyoti	331
15.6. Korxonalariga xorijiy investitsiyalarni jalb qilish va boshqarishning zamonaviy usullari	334
Asosiy tayanch tushunchalar.....	338
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar.....	339

XVI KORXONALARNI STRATEGIK RIVOJLANISHIDA bob INNOVATSION FAOLIYATNI RIVOJLANTIRISH..... 340

16.1. Korxonada innovatsiya faoliyatini qo'llash zarurligi va innovatsiya turlari.....	340
16.2. Korxonalarining innovatsion faoliyat samaradorligini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash yo'nalishlari.....	345
16.3. Diversifikatsiya sharoitida korxonalarda innovatsiyalarni qo'llashning xorij tajribasi.....	350
16.4. Korxonalarida innovatsiya jarayonlarini amalga oshirishning zamonaviy strategiyalari.....	354
Asosiy tayanch tushunchalar.....	357
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar.....	358

XVII KORXONALARNING STRATEGIK RIVOJLANISHIDA MAR-bob KETING FAOLIYATI 359

17.1. Korxonalarda marketing faoliyatini boshqarish tizimining nazariy asoslari bo'limi faoliyatini rivojlantirish yo'llari	359
17.2. Marketing boshqarish tizimining tarkibiy qismlari va funksional vazifalari.....	370
17.3. Marketing faoliyatini boshqarishni rivojlantirish iqtisodiyot tarmoqlarining yuksalish omilidir	378
17.4. Ishlab chiqarish korxonalari boshqaruv tizimida marketing.....	381
17.5. Marketing tadqiqotlari asosida korxonalar tovar siyosatini ishlab chiqish.....	384
Asosiy tayanch tushunchalar	389
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar	390

XVII KORXONANING TASHQI IQTISODIY FAOLIYATINI RIVOJ-bob. LANTIRISH STRATEGIYASI 391

18.1. Korxonalar ishlab chiqarish samaradorligini oshirishda tashqi iqtisodiy aloqalarning o'rni	391
18.2. Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatini rejalashtirish va tashkil etish.....	398
18.3. Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatini moliyaviy ta'minlash mexanizmi.....	401
18.4. Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirishni davlat tomonidan boshqarilishi.....	405
18.5. Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirish yo'llari.....	416

Asosiy tayanch tushunchalar	415
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar	416

XIX KORXONANING STRATEGIK RIVOJLANISHINI BOSHQA-
bob. RISHDA AXBOROT TIZIMLARI 417

19.1.Axborotlarning mazmun-mohiyati va ularning boshqaruvdagi o‘rni	417
19.2.Korxonada boshqaruvida axborot-kommunikatsion jarayonlarning tarkibiy elementlarining ahamiyati	425
19.3.Boshqaruv jarayonlarida axborotlardan samarali foydalanishning xavfsizlik xususiyatlari	431
19.4.Boshqaruv jarayonida axborotlar strategiyasini rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlari	441
Asosiy tayanch tushunchalar	449
Takrorlash uchun savol va topshiriqlar	450

