Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

U. G‘AFUROV, Q. SHARIPOV

TADBIRKORLIK ASOSLARI 11

O‘rta ta’lim muassasalarining 11-sinfi va o‘rta maxsus, kasb-hunar ta’limi muassasalarining o‘quvchilari uchun darslik

O‘zbekiston Respublikasi Xalq ta’limi vazirligi tasdiqlagan

1-nashri

TOSHKENT
«O‘ZBEKISTON»
2018

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

UO‘K 338.22(075.32)
KBK 65.290-2
T 14

Taqrizchilar:

Respublika Ta’lim markazi «Iqtisodiy bilim asoslari» fani metodisti **A.N. Sattarov;**

Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston Milliy universiteti «Iqtisodiyot nazariyasi» kafedrasi dotsenti, i.f.n. **Sh.O. Olimjanova;**

Toshkent moliya instituti «Biznes va tadbirkorlik» kafedrasi katta o‘qituvchisi **U.K. Muxtorova**.

Shartli belgilar:

– *Faollashtiruvchi savol va topshiriqlar*

– *Bilimingizni sinab ko‘ring*

– *Mavzu yuzasidan amaliy topshiriqlar va mashqlar*

– *Bu qiziq...*

– *Bilasizmi?*

Shartli qisqartmalar

AITB	Aksioner innovatsion tijorat banki
AJ	Aksiyadorlik jamiyati
MCHJ	Mas’uliyati cheklangan jamiyat
O‘RQ	O‘zbekiston Respublikasi Qonuni
OK	Oilaviy korxona
OT	Oilaviy tadbirkor
PF	Prezident Farmoni
XK	Xususiy korxona

Respublika maqsadli kitob jamg‘armasi mablag‘lari hisobidan chop etildi.

© U. G‘afurov, Q. Sharipov, 2018
© «O‘ZBEKISTON» NMIU, 2018

ISBN 978-9943-25-562-3

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

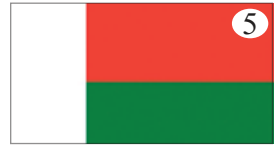
I BOB TADBIRKORLIK, UNING TURLARI VA SHAKLLARI

1-MAVZU TADBIRKORLIKNING MAZMUNI VA AHAMIYATI

Bizning yana bir muhim vazifamiz – kichik biznes va tadbirkorlik sohasini qo‘llab-quvvatlash va rag‘batlantirish, mamlakatimiz iqtisodiy qudratini, yurtimizda tinchlik va barqarorlik, ijtimoiy totuvlikni mustahkamlashdan, bu soha ulushini yanada oshirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratib berishdan iborat. Nega deganda, tadbirkor nafaqat o‘zini va oilasini, balki xalqni ham, davlatni ham boqadi. Men takror bo‘lsa ham, aytishdan hech qachon charchamayman, ya’ni, xalq boy bo‘lsa, davlat ham boy va qudratli bo‘ladi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev

AQSH



Madagaskar

Malayziya

FAOLLASHTIRUVCHI SAVOL VA TOPSHIRIQLAR

1. 1–3-rasmlarda ifodalangan odamlarning turmush sharoiti nimalar bilan farqlanadi?

2. 4–6-rasmlarda bayroqlari aks etgan qaysi mamlakatda tadbirkorlik faoliyati ko‘proq rivojlangan deb o‘ylaysiz? Nima uchun? Fikringizni asoslang.

3. Atrof-muhit va shart-sharoitlarning tadbirkorlik faoliyati rivojlanganlik darajasi bilan qanday aloqasi bor?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

TADBIRKORLIK NIMA?

Siz tadbirkorlik tushunchasi bilan 9-sinfda o‘tilgan «Iqtisodiy bilim asoslari» fani orqali yaxshi tanishsiz. Unda tadbirkorlik deganda kishilarning foyda olish maqsadida tavakkalchilik asosida o‘z mablag‘lari, mulki, bilimi va imkoniyatlarini ishga solib, tovar ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish faoliyati tushuniladi, deyilgan. Bundan ko‘rinadiki, tadbirkorlik bozor iqtisodiyotining asosini tashkil etib, uning ishtirokchilarini harakatga undovchi faoliyat hisoblanadi.

Tadbirkorlik faoliyati (tadbirkorlik) tadbirkorlik faoliyati subyektlari tomonidan qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiriladigan, o‘zi tavakkal qilib va o‘z mulkiy javobgarligi ostida daromad (foyda) olishga qaratilgan tashabbuskorlik faoliyatidir.

O‘zbekiston Respublikasining 2012-yil 2-maydagi O‘RQ-328-sonli yangi tahrirdagi «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risida»gi qonuni, 3-modda

Tadbirkor ishlab chiqarishning boshqa asosiy omillari – yer (tabiiy resurslar), kapital (ishlab chiqarish vositalari) va mehnat resurslarini o‘zaro biriktirib, ularning bir-biriga muvofiq harakatini ta’minlab, yangi mahsulotlarni ishlab chiqarish yoki xizmat ko‘rsatishni amalga oshiradi.

Tadbirkor – tadbirkorlik layoqatiga, ya’ni qandaydir turdagi tovar ishlab chiqarish yoki xizmat ko‘rsatish jarayonini tashkil eta olish borasida bilim, ko‘nikma va tajribaga ega shaxs.

TADBIRKORLIKNING ASOSIY JIHATLARI

Agar tadbirkor bo‘lishni istasangiz, siz o‘zingizda tadbirkorlikning asosiy jihatlarini shakllantirishingiz zarur bo‘ladi. Ular quyidagilar:

1. Tashabbuskorlik. Aynan tadbirkor o‘z g‘oyasini amalga oshirib, foyda olish maqsadida iqtisodiy resurslarni o‘zaro biriktirish orqali yangi mahsulot va xizmatlar yaratish tashabbusini ilgari suradi.

2. Tavakkalchilik. Tadbirkor o‘z faoliyatini qanchalik puxta rejalashtirishidan qat’i nazar, uning muvaffaqiyatli amalga oshishi kafolatlanmagan. Faoliyat davomida uning natijasiga salbiy ta’sir ko‘rsatuvchi juda ko‘p xavf-xatar (risk)lar paydo bo‘lishi mumkin. Tadbirkor – bu turli xavf-

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

xatar, muammo va to‘siqlardan cho‘chimasdan, o‘z maqsadiga erishishda tavakkalchilikka bora oluvchi shaxs hisoblanadi.

3. Mas’uliyat. Tadbirkorning tashabbusi va tavakkalchiligi ortida uning mas’uliyati, ya’ni o‘zining xatti-harakati uchun mol-mulki va resurslari bilan javobgar bo‘lishga tayyorligi turadi.

4. Yangilikka intilish. Tadbirkorlikning mazmunida yangilikka intilish, ya’ni o‘z faoliyatini tashkil etish va amalga oshirishda yanada yuqori natijalarga erishish uchun muayyan yangilik va o‘zgarishlar kiritib borish muhim o‘rin tutadi.

TADBIRKORLIKNING AHAMIYATI

Siz o‘z oila a’zolaringiz turmush sharoitining yuqori darajada bo‘lishini xohlaysizmi? Bu sharoit va imkoniyatlarning aksariyat qismi tadbirkorlik faoliyati orqali yaratilishini hech o‘ylab ko‘rganmisiz?

Tadbirkorlik har bir insonni muayyan daromad bilan ta’minlab, uning o‘z ehtiyojlarini to‘laroq qondirish, turmush darajasini oshirishga imkon yaratadi. Agar jamiyatda tadbirkor insonlar ko‘p bo‘lsa, unda tinchlik va osoyishtalik, barqarorlikka intilish shunchalik kuchli bo‘ladi. Tadbirkorlik yaxshi rivojlangan jamiyatda yaratuvchanlik, ilm-ma’rifat va saxovat yetakchi o‘rin tutadi.

Tadbirkorlik o‘z faoliyatidan to‘lanadigan soliq va ajratmalar orqali davlat budjeti daromadlarini ham ta’minlaydi. Budjet mablag‘lari qanchalik ko‘p bo‘lsa, jamiyat a’zolariga xizmat qiluvchi shart-sharoitlar (uy-joylar, yo‘llar, tibbiyot muassasalari, o‘quv maskanlari va boshqalar)ni yanada yaxshilash imkoni paydo bo‘ladi. Demak, tadbirkorlikning ahamiyati uning har bir shaxs, jamiyat va davlatning imkoniyatlarini kengaytirishi orqali namoyon bo‘ladi. Shunga ko‘ra, mamlakatimizda tadbirkorlik faoliyati davlat tomonidan muhofaza qilinadi va qo‘llab-quvvatlanadi.

KIM TADBIRKOR BO‘LISHI MUMKIN?

Tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanishni xohlagan barcha fuqarolar tadbirkor bo‘lishi mumkin. Biroq buning uchun fuqaro muomala layoqatiga ega bo‘lishi, ya’ni o‘n sakkiz yoshga to‘lgan bo‘lishi lozim.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

O‘n olti yoshga to‘lgan voyaga yetmagan shaxs mehnat shartnomasi bo‘yicha ishlayotgan bo‘lsa yoki ota-onasi, farzandlikka oluvchilari yoxud homiysining roziligiga binoan tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanayotgan bo‘lsa, u to‘la muomalaga layoqatli deb e’lon qilinishi mumkin.

O‘zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksi, 28-modda

Shu bilan birga, ayrim sabablarga ko‘ra tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanishi mumkin bo‘lmagan shaxslar yoki guruhlar mavjud. Bularga:

– davlat organlari;

– davlat organlarining mansabdor shaxslari;

– tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanishi qonun hujjatlarida man etilgan boshqa shaxslarni kiritish mumkin.

TADBIRKORLIK UCHUN NIMALAR ZARUR?

Siz tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishingiz uchun quyidagilar taqozo etiladi:

– biznes-g‘oyaga ega bo‘lish;

– biznes-g‘oyani amalga oshirish uchun aniq xatti-harakatlar rejasi (biznes-reja) ishlab chiqish;

– tadbirkorlik faoliyatini yo‘lga qo‘yish uchun zarur bo‘lgan dastlabki (boshlang‘ich) kapitalga ega bo‘lish;

– tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun kerakli moddiy resurslar va shart-sharoitlarga ega bo‘lish.

BU QIZIQ...

1997-yili kollejda birga tahsil olgan do‘stlar Internetdan har qanday ma’lumotni topib bera oladigan algoritmni yaratish g‘oyasi bilan qiziqqan vaqtlarida buning nima bilan yakun topishini, hatto tasavvur ham qilmaganlar. Bu vaqtda ular yaxshi ta’lim olishga intiluvchi yosh talabalar edilar. Algoritm yaratish ustida ishni davom ettirish uchun vaqt yetmagani uchun ular o‘z ishlanmalarini «Yahoo» kompaniyasiga 1 mln. dollarga sotishga qaror qildilar. «Yahoo» bilan savdolashish narxi 500 ming dollargacha bordi, biroq oxir-oqibat algoritmni sotish-

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

dan voz kechdilar. Yigitlar algoritm ustida ishlashni davom ettirdilar. Natijada hozirda qiymati 250 mlrd. dollarga baholanayotgan «Google» kompaniyasi tashkil topdi.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Tadbirkorlik tushunchasi nimani anglatadi?
2. Nima uchun tadbirkorlik bozor ishtirokchilarini harakatga undovchi faoliyat hisoblanadi?
3. Tadbirkorlik layoqati qanday xislatlar orqali namoyon bo‘ladi?
4. Nima uchun tadbirkorlik ishlab chiqarish omillari orasida eng muhimi hisoblanadi?
5. Tadbirkorlikning asosiy jihatlarini izohlab bering.
6. Tadbirkorlik alohida shaxs, jamiyat va davlatga qanday manfaat keltirishi mumkin?
7. Kimlar tadbirkor bo‘la oladi?
8. Tadbirkorlikni boshlash uchun nimalar zarur?

MAVZU YUZASIDAN AMALIY TOPSHIRIQ VA MASHQLAR

Test: «Siz tadbirkorlik layoqatiga egamisiz?»

Ushbu test sizning tadbirkorlik layoqatingiz darajasini baholash imkonini beradi. Savollarga «Ha» yoki «Yo‘q» deb javob bering.

1. Boshlagan ishingizni qandaydir to‘siqlar chiqishiga qaramasdan oxirigacha yetkaza olasizmi?
2. O‘z qaroringizda qat’iy tura olasizmi yoki sizni osongina fikringizdan qaytarish mumkinmi?
3. Siz o‘zingizga mas’uliyatni olish, boshqarishni yoqtirasizmi?
4. Atrofingizdagilarning hurmat va ishonchiga sazovormisiz?
5. Sog‘lommisiz?
6. Darhol natija olmasangiz ham tong otgandan kun botgunga qadar mehnat qilishga tayyormisiz?
7. Boshqalar bilan muloqot qilish va hamkorlikda ishlashni yoqtirasizmi?
8. Boshqalarni ham tanlangan yo‘lning to‘g‘riligiga ishontira olasizmi?
9. Sizga boshqalarning g‘oya va fikrlari tushunarlimi?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

10. Siz o‘z ishingizni boshlashni xohlagan soha bo‘yicha tajribangiz bormi?

11. Siz amaldagi soliqqa tortish, ish haqini hisoblash, buxgalteriya hisobini yuritish qoidalari bilan tanishmisiz?

12. Siz taklif qilmoqchi bo‘lgan tovar yoki xizmatga o‘zingiz yashayotgan shahar yoki viloyatda talab bo‘ladimi?

13. Sizda marketing va moliya sohasida boshlang‘ich bilimlar bormi?

14. Yashayotgan shahringiz (viloyatingiz)da siz tanlagan yo‘nalishdagi boshqa tadbirkorlarning ishlari yaxshi ketyaptimi?

15. Mo‘ljalingizda ijaraga olish mumkin bo‘lgan bino bormi?

16. Siz o‘z korxonangizni faoliyatning birinchi yilida ta’minlab turish uchun yetarli moliyaviy mablag‘ga egamisiz?

17. Sizda o‘zingiz tashkil etayotgan korxonani moliyalashtirishga qarindoshlar va tanishlarni jalb etish imkoniyati bormi?

18. Mo‘ljalingizda zarur materiallarni yetkazib berishi mumkin bo‘lgan ta’minotchilar bormi?

19. Mo‘ljalingizda sizda yetishmaydigan bilim va tajribaga ega bo‘lgan mutaxassislar bormi?

20. O‘z shaxsiy ishiga ega bo‘lish – sizning asosiy orzungiz ekanligiga ishonasizmi?

Kalit

Har bir ijobiy javob uchun bir ballga ega bo‘lasiz. Ballar yig‘indisini hisoblab chiqing.

Natija

Agar ballar yig‘indisi 17 va undan ko‘p bo‘lsa, u holda siz tadbirkor bo‘lish uchun barcha zarur sifatlarga egasiz. Sizning maqsad sari intiluvchanligingiz, kuch va muvaffaqiyatga ishonchingiz har qanday g‘oyani amalga oshirishda yordam beradi.

Agar ballar yig‘indisi 13 dan 17 gacha bo‘lsa, sizning tadbirkor sifatida muvaffaqiyatga erishishda ishonchingiz u qadar qat’iy emas. Biroq siz yaxshi ishbilarmon bo‘lishingiz mumkin.

Agar ballar yig‘indisi 13 dan kam bo‘lsa, sizdan tadbirkor bo‘lishingiz uchun ko‘proq tajriba to‘plash va harakat qilish talab etiladi. Tadbirkorlikni boshlashdan avval o‘z qiziqishlaringiz, xohishingiz va imkoniyatlaringizni taqqoslab, aniq maqsad sari intilishingiz lozim.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

2-MAVZU TADBIRKORLIK TURLARI VA SHAKLLARI

Faol tadbirkor deganda, biz raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarishga qodir, eng muhimi, yangi ish o‘rinlari yaratib, nafaqat o‘zini va oilasini boqadigan, balki butun jamiyatga naf keltiradigan ishbilarmon insonlarni tushunamiz.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev

FAOLLASHTIRUVCHI SAVOL VA TOPSHIRIQLAR

1. Yuqoridagi rasmlarda tadbirkorlikning qanday turlari ifodalangan? O‘z fikringizni asoslab bering.
2. Bir vaqtning o‘zida bir necha tadbirkorlik turi bilan shug‘ullanish mumkinmi? Misollar keltiring.

TADBIRKORLIK FAOLIYATI TURLARI

Iqtisodiy faoliyat turli ko‘rinishlarda amalga oshiriladi. Masalan, biz turli mahsulotlar (non, kiyim, o‘quv qurollari, avtomobil, uy va boshqalar)ni ishlab chiqarish bilan xizmat ko‘rsatish (maishiy xizmat, ta’lim xizmati, sog‘liqni saqlash, maslahat berish va boshqalar)ni farqlaymiz. Shunga ko‘ra, iqtisodiyot sohalari va tarmoqlarining xususiyatlaridan kelib chiqqan holda tadbirkorlik faoliyati turlari o‘zidagi jarayonlar shakli va mazmuni hamda ularni amalga oshirish usullariga ko‘ra farqlanadi. Tadbirkorlik faoliyati xizmat ko‘rsatish, vositachilik faoliyati, iste’mol tovarlari ishlab chiqarish, moliyaviy operatsiyalar kabi sohalarda nisbatan samarali amalga oshadi. Tadbirkorlik faoliyatining yo‘naltirilganligi, kapitalni kiritish obyekti va aniq natijalariga ko‘ra tadbirkorlik turlari farqlanadi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Tadbirkorlik turi – tadbirkorlik faoliyati yo‘nalishi, kapital kiritish sohasi va faoliyat natijasiga ko‘ra farqlanuvchi belgilar tizimi.

ISHLAB CHIQARISH TADBIRKORLIGI

Siz tadbirkorlik bilan shug‘ullanishni boshlashdan avval uning o‘zingizga mos turini tanlashingiz lozim. Aytaylik, siz kichik qandolatchilik sexi ochmoqchisiz. Buning uchun sizda bino, zarur asbob-uskuna va jihozlar hamda yetarlicha moliyaviy mablag‘lar bo‘lishi talab etiladi. Sizning qandolatchilik mahsulotlari ishlab chiqarish faoliyatingiz ishlab chiqarish tadbirkorligi deyiladi.

Ishlab chiqarish tadbirkorligi – iste’molchilarga sotish maqsadida mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmat ko‘rsatishga yo‘naltirilgan faoliyat.

Ishlab chiqarish tadbirkorligi o‘z ichiga xizmat ko‘rsatishni ham oladi. Masalan, avtomobillarga texnik xizmat ko‘rsatish, kiyimlarni kimyoviy tozalash, turli masalalarda maslahat berish, ta’lim xizmati va boshqalar shular jumlasidandir.

Ishlab chiqarish tadbirkorligi faoliyat sohasini tanlash tadbirkorning moliyaviy resurslari va shaxsiy moyilligi orqali belgilanadi. Dastlab marketing tadqiqotlari o‘tkaziladi, bozor o‘rganiladi, taklif etiladigan tovarning qay darajada iste’molchiga zarurligi, talabning darajasi va o‘zgarishi, talab darajasiga ta’sir ko‘rsatuvchi omillar, taxminiy xarajatlar va sotish hajmlari aniqlanadi.

TIJORAT TADBIRKORLIGI

Aytaylik, sizda ishlab chiqarish tadbirkorligi uchun yetarli resurs bo‘lmasligi mumkin. U holda siz ishlab chiqarish resurslari kabi katta ehtiyoj talab etmaydigan, ko‘proq aylanma mablag‘lar yetakchi o‘rin tutadigan tijorat tadbirkorligi bilan shug‘ullanishingiz mumkin.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Tijorat tadbirkorligi – tovar-pul munosabatlari va savdo-ayirboshlash operatsiyalariga, ya'ni tovar va xizmatlarni qayta sotishga asoslangan faoliyat.

Chakana va ulgurji savdo, turli mol-mulklar, shu jumladan ko'chmas mulklar savdosida vositachilik qilish tijorat tadbirkorligiga misol bo'la oladi.

Tijorat tadbirkorligida tovarni sotish narxi uning xarid narxidan yuqori bo'lishi asosiy qoida hisoblanadi. Shunga ko'ra, tijorat tadbirkorligini amalga oshirishdan avval bozor holati puxta tahlil qilinadi.

MOLIYAVIY TADBIRKORLIK

Siz, shuningdek, maxsus bilim va ko'nikmalar talab qiluvchi moliyaviy tadbirkorlik turi bilan ham shug'ullanishingiz mumkin.

Moliyaviy tadbirkorlik – pul va qimmatli qog'ozlar oldi-sotdisi bilan bog'liq tadbirkorlik faoliyati.

Moliyaviy tadbirkorlikda qimmatli qog'ozlar (aksiyalar, obligatsiyalar va boshqalar), valuta qimmatliklari va milliy pullar oldi-sotdi qilinishi uning o'ziga xos xususiyati hisoblanadi. Shuningdek, moliyaviy tadbirkorlikni tashkil etish uchun tijorat banklari, moliya-kredit kompaniyalari, fond, valuta birjalari va boshqa shu kabi maxsus muassasalar faoliyatini yo'lga qo'yish talab qilinadi.

SUG'URTA FAOLIYATI

Hayot turli tasodiflarga, kutilmagan hodisalarga to'la. Har qanday kishi kutilmaganda sog'lig'ini, tabiiy ofat yoki baxtsiz hodisa tufayli mol-mulkini yo'qotishi mumkin. Shuningdek, bozor iqtisodiyoti sharoitida hech kimning faoliyat natijasi to'liq kafolatlanmagan bo'lib, korxonalar moliyaviy inqirozga yuz tutishi mumkin.

Shunday holatlarda sug'urta faoliyatiga ehtiyoj seziladi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Sug‘urta – turli xil kutilmagan holatlar natijasida yuzaga keladigan moliyaviy muammolardan muhofaza qilish faoliyati.

Sug‘urta faoliyati ham tadbirkorlikning maxsus turi hisoblanadi. Unga mulk sug‘urtasi, hayot va sog‘liqning shaxsiy sug‘urtasi, risk sug‘urtasi, javobgarlik sug‘urtasi kabilar kiradi. Umumiy holda sug‘urta tadbirkorligini sug‘urta xizmatlarining oldi-sotdisi sifatida tavsiflash mumkin.

TADBIRKORLIK TURLARINING UMUMIY TAHLILI

Siz shug‘ullanmoqchi bo‘lgan tadbirkorlik turidan muvofiqini tanlash uchun har bir tadbirkorlik turining xususiyatli belgisi bo‘yicha ma’lumotlarni umumiy jadval yordamida tahlil qilishingiz mumkin. Bunda muayyan belgining murakkablik darajasini baholash uchun «past» – 1 ball, «ahamiyatli» – 2 ball, «yuqori» – 3 ball bilan ifodalab olamiz.

Xususiyatli belgilari	**Tadbirkorlik turlari**			
	Ishlab chiqarish tadbirkorligi	**Tijorat tadbirkorligi**	**Moliyaviy tadbirkorlik**	**Sug‘urta faoliyati**
Moddiy resurslarga talab darajasi	Yuqori (3)	Past (1)	Past (1)	Past (1)
Moliyaviy resursga talab darajasi	Ahamiyatli (2)	Yuqori (3)	Yuqori (3)	Yuqori (3)
Risk darajasi	Past (1)	Ahamiyatli (2)	Ahamiyatli (2)	Yuqori (3)
Maxsus bilim va ruxsatnomaga talab darajasi	Ahamiyatli (2)	Past (1)	Yuqori (3)	Yuqori (3)
Umumiy daraja	**8**	**7**	**9**	**10**

Masalan, ishlab chiqarish tadbirkorligida moddiy resurslar (bino, inshoot, texnologik liniya, stanoklar, xomashyo va materiallar)ga talab qolgan tadbirkorlik turlariga nisbatan yuqori bo‘ladi. Moliyaviy resursga bo‘lgan talab ham ahamiyatli darajada, biroq tijorat, moliyaviy va sug‘urta tadbirkorligiga nisbatan pastroq bo‘ladi. Shu tarzda har bir tadbirkorlik turining xususiyatli belgilari bo‘yicha hosil qilingan ballar yig‘indisi ular murak-

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

kabligining turli darajalarini ko‘rsatadi. Shunga ko‘ra, siz ham xususiyatli belgilarini baholash orqali o‘zingiz shug‘ullanishingiz mumkin bo‘lgan tadbirkorlik turini tanlashingiz mumkin.

TADBIRKORLIK SHAKLLARI

Tadbirkorlik turlari bilan bir qatorda, tadbirkorlik shakllarini ham to‘g‘ri tanlash muhim hisoblanadi. **Tadbirkorlik shakli** – faoliyat yuzasidan hamkorlar, boshqa tadbirkorlar va davlat idoralari bilan munosabati jihatidan farqlanuvchi belgilar tizimidir.

Tadbirkorlikning muayyan shakli bozorning holati va tadbirkor ixtiyorida kapitalning mavjudligi orqali belgilanadi. Tadbirkorlikning asosiy shakllariga yakka tartibdagi tadbirkorlik, jamoa tadbirkorligi, korporativ tadbirkorlik kiradi. Tadbirkorlik har bir shaklining o‘ziga xos xususiyatlarini keyingi mavzularda ko‘rib chiqamiz.

BU QIZIQ...

Berto Jekobs va uning ukasi Jon hayotga bo‘lgan ijobiy munosabatni ham sotish mumkin degan qarorga keldilar. Buning uchun ular «Life is good» brendini yaratdilar. Dastlab 1984-yilda 48 ta futbolkaga shunday shiorli logotiplar bosildi. Ular Boston shahrida to‘g‘ridan to‘g‘ri avtofurgonda sotila boshlandi. 45 daqiqa ichida barcha kiyimlar sotilib bo‘ldi! Shunda aka-uka kishilarga optimizm ulashish ham boylikka olib borishi mumkinligini tushunib yetdilar. Bugungi kunda «Life is good» brendi mahsulotlari AQSHning o‘zida 4500 ta savdo shoxobchasida sotiladi, dunyoning 27 ta mamlakatida uning filiallari mavjud. Jami do‘konlari soni yuzga yaqin. Kompaniyaning foydasi 2007-yilda 100 million dollarga yetgan.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Tadbirkorlik qanday turlarga bo‘linadi?
2. Muayyan tadbirkorlik turini tanlashda nimalar hisobga olinadi?
3. Ishlab chiqarish tadbirkorligining o‘ziga xos belgilari qanday?
4. Qaysi holatda ishlab chiqarish tadbirkorligini tanlash mumkin?
5. Tijorat tadbirkorligining asosiy jihatlarini izohlab bering.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

3-MAVZU YAKKA TARTIBDAGI TADBIRKORLIK

FAOLLASHTIRUVCHI SAVOL VA TOPSHIRIQLAR

1 Yuqoridagi rasmlarda ifodalangan qaysi faoliyat turlarini yakka tartibdagi tadbirkorlik shaklida tashkil etish mumkin?

2. Ushbu faoliyat turlarini yakka tartibdagi tadbirkorlik asosida olib borish mumkinligi nima bilan izohlanadi?

3. Kimlar yakka tartibdagi tadbirkorlar bo‘la oladi deb o‘ylaysiz?

YAKKA TARTIBDAGI TADBIRKORLIKNING MAZMUNI

Siz tadbirkorlikni boshlashdan avval uni qanday shaklda amalga oshirishingizni aniqlab olishingiz lozim. Buning uchun dastlab eng oddiy shaklni tanlash maqsadga muvofiqdir. Bu esa yakka tartibdagi tadbirkorlik hisoblanadi.

Yakka tartibdagi tadbirkorlik – yuridik shaxs tashkil etmasdan xususiy tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish shaklidir. Bunday faoliyatni amalga oshirish uchun «yakka tartibdagi tadbirkor» sifatida davlat ro‘yxatidan o‘tish kifoya.

Yakka tartibdagi tadbirkorlik jismoniy shaxs (yakka tartibdagi tadbirkor) tomonidan tadbirkorlik faoliyatini yuridik shaxs tashkil etmagan holda amalga oshirishdir.

O‘zbekiston Respublikasining 2012-yil 2-maydagi O‘RQ-328-sonli yangi tahrirdagi «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risida»gi qonuni, 6-modda

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

JISMONIY VA YURIDIK SHAXS

Yakka tartibdagi tadbirkorga berilgan ta'rifda jismoniy shaxs va yuridik shaxs tushunchalari uchraydi. Shunday ekan, mazkur tushunchalarning ma'nosini bilib olish tadbirkorlik shakllari to'g'risida kengroq tasavvur hosil qilish imkonini beradi.

Yuridik shaxs – fuqarolik huquq va majburiyatlarining subyektlari hisoblanuvchi korxona, muassasa, tashkilotlar. O'zbekiston Respublikasi qonunchiligiga ko'ra, yuridik shaxs o'z mulkida, xo'jalik yuritishda yoki operativ boshqaruvda alohida mol-mulkka ega bo'lgan hamda o'z majburiyatlari yuzasidan ushbu mol-mulk bilan javob beradigan, o'z nomidan mulkiy va shaxsiy nomulkiy huquqlarga ega bo'lib, ularni amalga oshira oladigan, majburiyatlarni bajara oladigan, sudda da'vogar va javobgar bo'la oladigan tashkilotdir. Yuridik shaxslar mustaqil balans yoki smetaga ega bo'lishlari kerak.

Jismoniy shaxs – huquqiy munosabatlarning ishtirokchisi bo'lgan alohida fuqaroni ifodalovchi tushuncha. U jamoaviy tuzilma bo'lgan yuridik shaxsdan farq qiladi: jismoniy shaxs bevosita o'z nomidan ish yuritadi – faoliyat yurgizishi uchun jamoaviy tuzilma – tegishli firma yoki korxonani qonunda belgilangan tartibda ro'yxatdan o'tkazishi shart emas.

YAKKA TARTIBDAGI TADBIRKORLIKNING	
AFZALLIKLARI	**KAMCHILIKLARI**
O'z faoliyatini mustaqil boshqarish huquqiga egaligi. Yakka tartibdagi tadbirkorlik murakkab boshqaruv tuzilmasiga ega emas. Ya'ni, unda korxonadagi singari direktor, buxgalter kabi lavozimlarni tashkil etish shart emas. Ushbu vazifalarning barchasini yakka tartibdagi tadbirkorning o'zi bajaradi	***O'z faoliyati natijalari uchun cheklanmagan shaxsiy javobgarlikka egaligi.*** Deylik, siz yakka tartibdagi tadbirkor sifatida zararga kirib qoldingiz. Bu qanday holda ro'y berganidan qat'i nazar, siz ushbu faoliyatga sarflangan mablag'larni o'z mol-mulkingiz bilan qoplashga majbursiz
Faoliyat yuritishning nisbatan yengilligi. Masalan, yuridik shaxs ko'rinishidagi korxonalar zarur hollarda o'z faoliyatini vaqtincha to'xtatib turish imkoniga ega emas. Yakka tartibdagi tadbirkor uchun esa tegishli soliq idorasiga murojaat	***Faoliyatni kengaytirishda yollanma mehnatdan foydalanishning cheklanganligi.*** Ya'ni, qonunchilikka ko'ra, faoliyat turiga qarab, bir nafardan uch nafargacha xodimni yollashga ruxsat etiladi. Bu esa, yakka tartibdagi tadbir-

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

qilish orqali o‘z faoliyatini muayyan muddatga to‘xtatib turish va bu davr uchun soliq hamda boshqa majburiy to‘lovlarni amalga oshirmasligi ruxsat etiladi	korga o‘z faoliyatida ko‘p ishchilarni talab qiluvchi texnologiyani joriy qilishga imkon bermasligi mumkin
Ustav fondini shakllantirishning talab etilmasligi. Ya’ni, siz hech qanday mablag‘ni alohida jamg‘armasdan, to‘g‘ridan to‘g‘ri faoliyatingizni boshlashingiz mumkin	***Shug‘ullanish mumkin bo‘lgan faoliyat turlarining cheklanganligi.*** Siz yakka tartibdagi tadbirkor sifatida faqat ruxsat etilgan faoliyat turlari bilan shug‘ullanishingiz mumkin
Alohida yuridik manzilning talab etilmasligi. Siz o‘zingizning doimiy yashash manzilingizni ko‘rsatgan holda yakka tartibdagi tadbirkorlikni ro‘yxatdan o‘tkazishingiz mumkin	***Mablag‘larning u qadar katta bo‘lmasligi yirik loyihalarni amalga oshirishga to‘sqinlik qilishi.*** Siz aksiyadorlik kompaniyasi singari qo‘shimcha aksiya chiqara olmaysiz, yirik hamkorlar, qo‘shimcha mablag‘larini jalb eta olmaysiz
Hisobotlar topshirishning yengillashtirilgan tartibi qo‘llanilishi. Masalan, qonunchilikka ko‘ra kichik tadbirkorlik subyektlari faqat davlat statistika organlari va davlat soliq xizmati organlariga, yakka tartibdagi tadbirkorlar esa, davlat soliq xizmati organlariga belgilangan shakllarda hisobot taqdim etadi	

BILASIZMI?

O‘zbekistonda tadbirkorlarni qo‘llab-quvvatlash, ularning manfaatlarini himoya qilish bilan shug‘ullanuvchi ko‘plab jamoat tashkilotlari faoliyat yuritadi. Quyida ularning ayrimlari bilan tanishtirib o‘tamiz.

O‘zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi

O‘zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2004-yil 7-iyuldagi farmoniga muvofiq tashkil etilgan. Savdo-sanoat palatasining asosiy maqsadi xususiy tadbirkorlikni yanada rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish hamda ishbilarmonlik muhitini takomillashtirish hisoblanadi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Shunga ko‘ra, Palataning asosiy vazifalaridan biri – respublikada tadbirkorlik faoliyati, avvalo, kichik va xususiy biznesni rivojlantirish, real mulkdorlarning keng sinfini shakllantirish, mamlakatning iqtisodiy hayotida xususiy sektor roli va ahamiyatini oshirishga ko‘mak berishdan iborat.

Palataga a’zo bo‘lgan tadbirkorlar uchun qator afzallik va imkoniyatlar yaratilgan. Jumladan, ular tadbirkorlarning huquqiy himoyasini ta’minlash, tovarlar va xizmatlar eksportini qo‘llab-quvvatlash, chet el investitsiyalari va minitexnologiyalarini jalb etish, kadrlarni o‘qitish va qayta tayyorlash hamda boshqa ko‘plab yo‘nalishlarda amaliy ko‘mak va xizmatlar olish imkoniga ega bo‘ladilar. Siz Savdo-sanoat palatasi to‘g‘risidagi boshqa ko‘plab foydali ma’lumotlar bilan tashkilotning http://www.chamber.uz elektron sahifasi orqali tanishib borishingiz mumkin.

O‘zbekiston Respublikasi «Hunarmand» uyushmasi

O‘zbekiston Respublikasi xalq ustalari, hunarmandlari va musavvirlari uyushmasi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 1997-yil 31-martdagi «Xalq badiiy hunarmandchiliklari va amaliy san’atini rivojlantirishni davlat yo‘li bilan qo‘llab-quvvatlash chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi 1741-sonli Farmoni asosida tashkil etilgan. Uyushmaning maqsadi O‘zbekiston xalqining boy madaniy merosi va tarixiy an’analarini to‘liq saqlab qolish va ko‘paytirish, milliy hunarmandchilik, xalq badiiy va amaliy san’atini yanada rivojlantirish, hunarmandchilik faoliyati bilan shug‘ullanuvchi fuqarolarni har tomonlama qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha maqsadli va kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirish, shu asosda aholi, ayniqsa yoshlar, ayollar va kam ta’minlangan oilalar bandligini ta’minlashdan iborat.

Respublikaning barcha viloyat va tumanlarida uyushmaning boshqarma (13 ta) va bo‘limlari (159 ta) mavjud.

Siz «Hunarmand» uyushmasi to‘g‘risidagi boshqa ko‘plab foydali ma’lumotlar bilan muassasaning http://handicraftman.uz elektron sahifasi orqali tanishib borishingiz mumkin.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

O‘zbekiston «Tadbirkor ayol» tadbirkor ayollar assotsiatsiyasi

O‘zbekiston ishbilarmon ayollar assotsiatsiyasi 1991-yilda tashkil topgan bo‘lib, ayollarning iqtisodiy va ijtimoiy huquqlarini kengaytirish va himoya qilish bilan shug‘ullanadi.

«Tadbirkor ayol» assotsiatsiyasining vazifasi ayollarning iqtisodiy, ijtimoiy huquqlari va imkoniyatlarini kengaytirish hamda himoyalash, ularning tadbirkorlik va jamoat tashabbuslarini qo‘llab-quvvatlash, moliyaviy, ta’lim axborot resurslaridan foydalanishini ta’minlashga ko‘maklashishdir.

Siz «Tadbirkor ayol» assotsiatsiyasi to‘g‘risidagi boshqa ko‘plab foydali ma’lumotlar bilan muassasaning http://adju.uz elektron sahifasi orqali tanishib borishingiz mumkin.

YAKKA TARTIBDAGI TADBIRKORLIKNING ASOSIY XUSUSIYATLARI

Yakka tartibdagi tadbirkorlar faoliyat turi va uni yuritish joyiga qarab eng kam ish haqiga karrali miqdorlarda qat’iy belgilangan soliq to‘lovlarini amalga oshiradilar.

Eng kam ish haqi – davlat tomonidan mamlakatda muayyan vaqt davri (masalan, soat, kun, hafta, oy yoki yil) uchun mehnatga haq to‘lashning belgilangan eng kam miqdori.

Misol uchun, qonun hujjatlariga asosan Toshkent shahridan ro‘yxatdan o‘tgan, oziq-ovqat va nooziq-ovqat tovarlarini chakana sotish faoliyati bilan shug‘ullanuvchi yakka tartibdagi tadbirkor eng kam ish haqining 7 barobari miqdorida qat’iy belgilangan soliq va eng kam ish haqining 1 barobari miqdorida sug‘urta badali summasini to‘lashi lozim. 2018-yil 1-yanvar holatiga ko‘ra, eng kam ish haqi 172 240 so‘mni tashkil etadi. Bu davr uchun yakka tartibdagi tadbirkor to‘lashi zarur bo‘lgan qat’iy belgilangan soliq summasi 1 205 680 so‘m (172 240 × 7)ni, sug‘urta badali summasi esa 172 240 so‘m (172 240 × 1)ni tashkil etadi.

Yakka tartibdagi tadbirkor O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilangan tartibda xodimlarni yollashga haqli. O‘zbekiston

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2015-yil 31-iyuldagi 219-sonli qarori bilan tasdiqlangan «Xususiy tadbirkorlar tomonidan xodimlarni yollagan holda tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish tartibi to‘g‘risida»gi Nizom bunga asos bo‘lib xizmat qiladi.

Xodimlar yollangan taqdirda har bir xodim uchun yakka tartibdagi tadbirkor tomonidan amalga oshiriladigan faoliyat bo‘yicha nazarda tutilgan stavkaning 30 foizi miqdorida qat’iy belgilangan soliq to‘lash majburiyati yuklatiladi.

Hunarmandchilik faoliyatini amalga oshirayotgan yakka tartibdagi tadbirkorlar tovarlar tayyorlash (ishlar bajarish, xizmatlar ko‘rsatish) uchun ko‘pi bilan besh nafar shogirdni ularga tegishlicha haq to‘lagan holda jalb etishga haqlidir.

O‘zbekiston Respublikasining 2012-yil 2-maydagi O‘RQ-328-sonli yangi tahrirdagi «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risida»gi qonuni, 6-modda

Yakka tartibdagi tadbirkorlar bir vaqtda bir necha faoliyat turi bilan shug‘ullanishi mumkin. O‘zbekiston Respublikasi Soliq kodeksining 375-moddasiga muvofiq, faoliyatning bir necha turi bilan shug‘ullanuvchi soliq to‘lovchilar qat’iy belgilangan soliqni faoliyatning har bir turi uchun mazkur turdagi faoliyatga nisbatan belgilangan stavkalar bo‘yicha alohida-alohida to‘laydilar.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Yakka tartibdagi tadbirkorlik nima?
2. Jismoniy va yuridik shaxs tushunchalari qanday farqlanadi?
3. Yakka tartibdagi tadbirkorlikning afzalliklari va kamchiliklari nimalar orqali namoyon bo‘ladi?
4. Yakka tartibdagi tadbirkorlikda bir necha faoliyat turi bilan shug‘ullanish mumkinmi?
5. Eng kam ish haqi tushunchasini izohlab bering.
6. Qat’iy belgilangan soliq to‘lovlari deganda nimani tushunasiz?
7. Yakka tartibdagi tadbirkorlikda xodimlarni yollash qaysi qonun hujjatlariga asosan tartibga solinadi?
8. Yakka tartibdagi tadbirkorlikni soliqqa tortilish tartibini tushuntirib bering.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

4-MAVZU OILAVIY TADBIRKORLIK

1

2

3

4

5

6

FAOLLASHTIRUVCHI SAVOL VA TOPSHIRIQLAR

1. Qaysi rasmlarda oila a'zolari ixtiyorida bo'lishi mumkin bo'lgan iqtisodiy resurslar ifodalangan?

2. Sizning oilangizda birgalikda tadbirkorlik faoliyatiga jalb etish mumkin bo'lgan qanday iqtisodiy resurslar mavjud?

OILAVIY TADBIRKORLIK NIMA?

Siz yakka tartibdagi tadbirkorlikning ayrim kamchiliklarini oilaviy tadbirkorlik bilan shug'ullanish orqali hal etishingiz mumkin. **Oilaviy tadbirkorlik** – oila a'zolari va ularning yaqin qarindoshlari tomonidan tashkil etiladigan tadbirkorlik faoliyatidir.

Oilaviy tadbirkorlik oila a'zolari tomonidan tavakkal qilib va o'z mulkiy javobgarligi ostida daromad (foyda) olish maqsadida amalga oshiriladigan tashabbuskorlik faoliyatidir. Oilaviy tadbirkorlik o'z ishtirokchilarining ixtiyoriyligiga asoslanadi.

O'zbekiston Respublikasining 2012-yil 26-apreldagi O'RQ-327-sonli «Oilaviy tadbirkorlik to'g'risida»gi qonuni, 3-modda

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

O‘z faoliyatingizni oilaviy tadbirkorlik shaklida tashkil etish siz uchun maqbul tanlov hisoblanadi. Chunki, oilaviy tadbirkorlikni tashkil etish orqali o‘zingiz yashab turgan hududda faoliyat yuritishingiz hamda ishlab chiqarilgan mahsulotni shu joyning o‘zida sotishingiz mumkin. Bunda siz o‘z turarjoyingizni yashash uchun mo‘ljallanmagan joyga aylantirishingiz shart emas. Shuningdek, siz tadbirkorlik faoliyatini o‘z uyingizda tashkil etsangiz, elektr energiyasi, suv ta’minoti, kanalizatsiya, gaz ta’minoti va issiqlik ta’minoti kabi kommunal xizmatlar haqini aholi uchun belgilangan tariflarda to‘lashingiz mumkin. Bu esa, boshqa shakldagi korxonalarga nisbatan yengillik va katta imtiyoz demakdir.

BU QIZIQ...

Jahonning ko‘plab ko‘zga ko‘ringan yirik kompaniyalarining faoliyati oilaviy biznesga asoslangan. Masalan, «Walmart» (AQSH), «Samsung Group» (Janubiy Koreya) va «Tata Group» (Hindiston) kabi yirik kompaniyalar shular jumlasidandir.

BILASIZMI?

Oilaviy korxona faoliyatini amalga oshirish shartlari nimalardan iborat?

Oilaviy korxona faoliyatning ayrim turlarini faqat maxsus ruxsatnoma (litsenziya) mavjud bo‘lganda amalga oshirishi mumkin.

Oilaviy korxona aksiz solig‘i to‘lanadigan mahsulotni ishlab chiqarishni va yer qa’ridan foydalanganlik uchun soliq solinadigan foydali qazilmalar qazib olishni, shuningdek, yuridik shaxslar uchun qat’iy belgilangan soliq yoki yagona yer solig‘i to‘lash nazarda tutilgan faoliyatni amalga oshirishi mumkin emas.

Oilaviy korxona faoliyatida zaharli, radioaktiv moddalar va materiallardan, yuqori bosimli asbob-uskunalardan hamda inson va atrof-muhit uchun katta xavf tug‘diradigan boshqa asbob-uskunalardan foydalanishga yo‘l qo‘yilmaydi. Oilaviy korxona foydalanishi mumkin bo‘lmagan moddalar, materiallar va asbob-uskunalarning ro‘yxati O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2012-yil 13-sentabrdagi 269-sonli qarori bilan tasdiqlangan.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Shuningdek, oilaviy korxona tomonidan sanoat tusidagi faoliyatni ko‘p kvartirali uyning turarjoylarida amalga oshirishga yo‘l qo‘yilmaydi.

http://qoraqalpoq.adliya.uz/qoraqalpoq/uz/interaktivnye-uslugi/sizning-savolingiz/questions.php? ELEMENT_ID=12342

OILAVIY TADBIRKORLIK SHAKLLARI

Oilaviy tadbirkorlikni yuridik shaxs tashkil etmagan va yuridik shaxs tashkil etgan holda yo‘lga qo‘yish mumkin.

Yuridik shaxs tashkil etmagan holdagi oilaviy tadbirkorlik **oilaviy tadbirkor (OT)**, yuridik shaxs tashkil etgan holdagi oilaviy tadbirkorlik **oilaviy korxona (OK)** deb nomlanadi.

Tadbirkorlik faoliyatining har qanday shaklida bo‘lgani singari oilaviy tadbirkorlikda ham afzallik va kamchilik jihatlari mavjud. Ularning asosiylariga to‘xtalib o‘tamiz.

OILAVIY TADBIRKORLIKNING	
AFZALLIKLARI	**KAMCHILIKLARI**
Oila a’zolari o‘rtasidagi o‘zaro ishonch hamkorlikdagi faoliyatning yuqori samaradorligini ta’minlaydi	Oilaviy munosabatlarning ish bilan bog‘liq munosabatlarga salbiy ta’sirining mavjudligi
Har bir oila a’zosining aqliy va jismoniy imkoniyatlarini yaxshi bilish samarali mehnat taqsimotidan foydalanishga zamin yaratadi	Ayrim hollarda oila a’zolarining mutaxassis sifatidagi malaka va ko‘nikmalarining yetarli bo‘lmasligi
Tadbirkorlik faoliyatida oiladagi mavjud qo‘shimcha resurs va imkoniyatlardan foydalanish natijaga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi	Oilaviy tadbirkorlikni yirik korxona shaklida tashkil etish imkoniyatining cheklanganligi
Oiladagi yoshlarning tadbirkorlik sirlarini o‘rganib borishiga imkon yaratadi	
Oilaviy tadbirkorlikni meros qoldirish imkoniyati orqali avlodlarning kelajagini ta’minlaydi	

OILAVIY TADBIRKORLIKNING XUSUSIYATLARI

Oilaviy tadbirkor shaklidagi faoliyatni amalga oshirish qator xususiyatlari bilan tavsiflanadi. Oilaviy tadbirkor o‘z faoliyatida faqat oila

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

a’zolaridan foydalanish mumkin bo‘lib, tashqaridan xodimlarni yollash huquqiga ega emas. Bu o‘rinda oila a’zolari bo‘lib, asosan, er-xotin, ota-onalar va farzandlar hisoblanadi.

Oilaviy tadbirkor sifatida ro‘yxatdan o‘tgan oila a’zosi qat’iy belgilangan soliqni to‘lovchi hisoblanadi. Oilaviy tadbirkor oyiga eng kam ish haqidan kam bo‘lmagan miqdorda, oilaning boshqa a’zolari esa eng kam ish haqining 50 foizi miqdorida sug‘urta badallarini to‘laydilar.

OILAVIY KORXONANING XUSUSIYATLARI

Oilaviy korxona – yuridik shaxs tashkil etgan holda amalga oshiriladigan oilaviy tadbirkorlik shakli. Oilaviy korxona ishtirokchilarining soni ikki kishidan kam bo‘lmay, ular korxona faoliyatini yuritishda shaxsiy mehnatlari bilan qatnashishlari shart. Oila boshlig‘i, uning turmush o‘rtog‘i, bolalari va nabiralari, ota-onasi, mehnatga layoqatli yoshga to‘lgan boshqa qarindoshlari oilaviy korxona ishtirokchisi bo‘lishi mumkin. Bir oilaviy korxona ishtirokchisi bir vaqtning o‘zida boshqa oilaviy korxonaning ishtirokchisi bo‘lishi mumkin emas.

Oilaviy korxona ishtirokchilari va uning yollanma xodimlarining umumiy soni kichik tadbirkorlik subyektlari xodimlarining qonun hujjatlarida belgilangan o‘rtacha yillik sonidan ko‘p bo‘lishi mumkin emas.

Oilaviy korxona uning ishtirokchilari tomonidan tovarlar ishlab chiqarish (ishlar bajarish, xizmatlar ko‘rsatish) va realizatsiya qilishni amalga oshirish uchun ixtiyoriy asosda, oilaviy korxona ishtirokchilarining ulushli yoki birgalikdagi mulkida bo‘lgan umumiy mol-mulk, shuningdek oilaviy korxona ishtirokchilaridan har birining mol-mulki negizida tashkil etiladigan kichik tadbirkorlik subyektidir. Oilaviy korxona faoliyati uning ishtirokchilarining shaxsiy mehnatiga asoslanadi. Oilaviy korxona tadbirkorlik subyektlarining tashkiliy-huquqiy shakllaridan biridir.

O‘zbekiston Respublikasining 2012-yil 26-apreldagi O‘RQ-327-sonli «Oilaviy tadbirkorlik to‘g‘risida»gi qonuni, 4-modda

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Oilaviy korxonaning ta’sis hujjati bo‘lib ta’sis shartnomasi hisoblanadi. Oilaviy korxona ustav fondining minimal miqdori eng kam ish haqining o‘n barobaridan kam bo‘lishi mumkin emas.

Oilaviy korxona yagona soliq to‘lovchisi bo‘lib hisoblanadi. Soliqlar va boshqa majburiy to‘lovlarni to‘laganidan keyin oilaviy korxona ishtirokchilari ixtiyorida qoladigan foyda summasiga soliq solinmaydi.

Qonunchilikka asosan oilaviy korxona shug‘ullanishi mumkin bo‘lmagan faoliyat turlari ham mavjud. Masalan, u aksiz solig‘i solinadigan mahsulotlarni ishlab chiqarish, yerosti foydali qazilmalarini qazib olish kabi faoliyat bilan shug‘ullanishi mumkin emas.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Oilaviy tadbirkorlikni tashkil etishning qanday shakllari mavjud? Ular o‘rtasidagi farqlarni tushuntirib bering.
2. Oilaviy tadbirkorlikning qanday afzallik va kamchiliklari mavjud?
3. Oilaviy tadbirkor va oilaviy korxona bir-biridan nimasi bilan farq qiladi?
4. Oilaviy tadbirkorlik faoliyatiga oid xususiyatlarni izohlang.
5. Oilaviy korxonaning qanday o‘ziga xos xususiyatlari mavjud?
6. Oilaviy korxonalarda ustav fondining eng kam miqdori qancha bo‘lishi lozim?
7. Kimlar oilaviy korxona ishtirokchilari bo‘la oladilar?
8. Oilaviy korxonada ishlovchilar sonining eng kam miqdori qancha?

MAVZU YUZASIDAN AMALIY TOPSHIRIQ VA MASHQLAR

1. Aka-uka Anvar va Asqar Sattorovlar «SEHRLI BO‘YOQ» oilaviy korxonasining ishtirokchilari hisoblanadilar. Moliyaviy manbalarni jalb qilish maqsadida ishtirokchilar tarkibiga oila a’zosi bo‘lmagan Akmal Sobirovni qo‘shmoqchilar. Qay tartibdagi o‘zgarishlarga asosan Akmal Sobirov ishtirokchi bo‘la oladi?

2. Sarvar Fayzullayev o‘zining 3 nafar farzandi bilan oilaviy tadbirkorlikni tashkil qildi. Amaldagi qonunchilikka asosan ular har oyda qancha miqdorda qat’iy belgilangan soliq va sug‘urta badallarini to‘laydilar?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

5-MAVZU MIKROFIRMA VA KICHIK KORXONA

FAOLLASHTIRUVCHI SAVOL VA TOPSHIRIQLAR

1. Yuqoridagi rasmlarda ifodalangan qaysi faoliyat turlarini kichik tadbirkorlik shaklida tashkil etish mumkin?

2. Ushbu faoliyat turlarini kichik tadbirkorlik asosida olib borish mumkinligi nima bilan izohlanadi?

3. O‘z faoliyatingizni mikrofirma yoki kichik korxona shaklida tashkil etishning qaysi biri samarali deb o‘ylaysiz?

KICHIK TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI

Jahon amaliyotida o‘zining faoliyat ko‘lami bo‘yicha xo‘jalik yuritish imkoniyatlari cheklangan tadbirkorlik subyektlarini ajratib olish tajribasi mavjud. Chunki ushbu tadbirkorlik subyektlari davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlanmasa, zarur shart-sharoitlar yaratib berilmasa, ular boshqa yirik korxonalar oldida raqobatdoshligini yo‘qotib, o‘z faoliyatini to‘xtatishga majbur bo‘ladi. Ular **kichik tadbirkorlik** yoki **kichik biznes subyektlari** deb yuritiladi. Kichik tadbirkorlik subyektlarini ajratishda dunyoda keng qo‘llaniladigan mezonlar qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin:

– ishlovchilarning o‘rtacha yillik soni;
– asosiy va aylanma mablag‘lar hajmi;
– foyda (daromad) hajmi;
– mahsulot sotishdan yalpi tushum va boshqalar.

O‘zbekistonda kichik tadbirkorlik subyektlari faoliyat turi va ushbu sohada ishlovchilar soniga qarab belgilanadi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Korxonaning asosiy faoliyat turi – hisobot davri yakunlari bo‘yicha umumiy realizatsiya qilish hajmidagi tushum ulushi ustunlik qiladigan faoliyatdir.

Misol uchun bir korxonada ishlab chiqarish, transport xizmati ko‘rsatish, mulkni ijaraga berish faoliyatlari olib borildi deylik. Hisobot yilida korxonada umumiy realizatsiya qilish hajmidagi tushumda faoliyat turlari bo‘yicha ulush quyidagicha bo‘ldi:

Faoliyat turlari	Yalpi tushum, ming so‘mda	Ulushi, %
Ishlab chiqarish	250 000	53,2
Transport xizmati ko‘rsatish	135 000	28,7
Mulkni ijaraga berish	85 000	18,1
Jami	**470 000**	**100**

Bundan ko‘rinadiki, hisobot yilida korxonaning asosiy faoliyat turi ishlab chiqarish hisoblanadi.

MIKROFIRMA

O‘zbekistonda kichik tadbirkorlik subyektlarining bir ko‘rinishini **mikrofirmalar** tashkil etadi.

Mikrofirma – muayyan sohadagi ishlovchilar soni jihatidan eng kichik bo‘lgan yuridik shaxs ko‘rinishidagi kichik tadbirkorlik subyekti.

Mikrofirmadagi ishlovchilarning o‘rtacha yillik soni quyidagi chegaradan oshmasligi lozim.

Ishlab chiqarish sohasida	20 nafar
Xizmat ko‘rsatish hamda boshqa noishlab chiqarish sohalarida	10 nafar
Ulgurji, chakana savdo va umumiy ovqatlanish sohasida	5 nafar

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Bundan ko‘rinadiki, agar siz kitob do‘koni ochsangiz va unda 3 nafar sotuvchi ishlasa, u holda sizning korxonangiz mikrofirma deb yuritiladi.

KICHIK KORXONA

Ishlovchilar soni jihatidan mikrofirmadan kattaroq bo‘lgan kichik tadbirkorlik subyekti **kichik korxona**dir.

Kichik korxonadagi ishlovchilarning o‘rtacha yillik soni quyidagi chegaraga qadar bo‘lishi belgilangan:

Yengil, oziq-ovqat hamda qurilish materiallari sanoatida	200 kishigacha
Metallga ishlov berish va asbobsozlik, yog‘ochsozlik hamda mebel sanoatida	100 kishigacha
Mashinasozlik, metallurgiya, yonilg‘i-energetika va kimyo sanoati, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini yetishtirish va qayta ishlash, qurilish va boshqa ishlab chiqarish sohalarida	50 kishigacha
Ilm-fan, ilmiy xizmat ko‘rsatish, transport, aloqa, xizmat ko‘rsatish sohalari (sug‘urta kompaniyalaridan tashqari), savdo va umumiy ovqatlanish hamda boshqa noishlab chiqarish sohalarida	25 kishigacha

Mikrofirma va kichik korxona hisoblanuvchi tadbirkorlik subyektlarini to‘g‘ri aniqlash uchun ularda band bo‘lgan o‘rtacha yillik xodimlar sonini hisoblab chiqish kerak bo‘ladi.

O‘RTACHA YILLIK XODIMLAR SONI

Korxonadagi xodimlarning o‘rtacha yillik soni barcha oylarda mavjud bo‘lgan xodimlarning o‘rtacha oylik sonini qo‘shish va uni 12 oyga bo‘lish orqali aniqlanadi.

Ushbu ko‘rsatkichni aniqlash uchun xodimlarning yil mobaynidagi o‘rtacha oylik sonini hisoblab chiqish zarur. Xodimlarning o‘rtacha oylik soni ularning har kungi sonidan kelib chiqib belgilanadi. Ushbu miqdor

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

oyning kalendar kunlariga bo‘linadi. Dam olish yoki bayram kunlaridagi xodimlarning soni bundan oldingi ish kunlaridagi xodimlar soniga teng deb qabul qilinadi. Misol uchun, yanvar oyining 25-sanasiga qadar korxonada 22 nafar xodim ishlar edi. 26-yanvarda 4 nafar xodim o‘z vazifasidan ozod etildi. Yanvar oyidagi xodimlarning o‘rtacha oylik soni quyidagicha hisoblanadi:

$$\frac{22\times25+18\times6}{31}=21 \text{ kishi}$$

Shu usulda boshqa oylar uchun ham xodimlarning o‘rtacha oylik soni hisoblab chiqilib, barcha oylardagi miqdorlarni qo‘shib, chiqqan natijani 12 ga bo‘lish orqali xodimlarning o‘rtacha yillik soni aniqlanadi.

Yanvar	Fevral	Mart	Aprel	May	Iyun	Iyul	Avgust	Sentabr	Oktabr	Noyabr	Dekabr
21	41	50	89	87	88	120	118	90	45	32	16

$$\frac{21+41+50+89+87+88+120+118+90+45+32+16}{12}=66 \text{ kishi.}$$

Demak, bizning misolda xodimlarning o‘rtacha yillik soni 66 kishini tashkil etadi.

BU QIZIQ...

Amerika Qo‘shma Shtatlarida 30 mln. dan ortiq kichik korxona ro‘yxatga olingan. Ushbu raqam o‘rta va yirik firma hamda kompaniyalarning sonidan 2 000 baravar ortiqdir. Kichik biznes tashkilotlarida butun Amerikaning 70% aholisi mehnat qiladi. Mazkur dalil mutlaqo har bir odam o‘z biznesini ochish imkoniga ega ekanligini ko‘rsatadi.

Korxonalarning faqat 55% i to‘rt yildan ortiq faoliyat yuritadi. Taxminan 55%ga yaqin xususiy korxonalar ro‘yxatdan o‘tgandan boshlab besh yil davomida yopilib ketadi. Buning sababi shundaki, korxona tarkib topishining dastlabki bosqichida tadbirkorlar raqobatning yuqori darajasiga bardosh berolmaydilar, ma’lum xatoliklarga yo‘l qo‘yadilar va h.k. Har qanday firma uchun esa o‘z hayot siklining eng murakkab davrlaridan biri davomiyligi uch yildan yetti yilgacha bo‘lgan dastlabki

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

bosqich hisoblanadi. Agar korxona mazkur bosqichni nisbatan yumshoq bosib o‘tgan bo‘lsa, u holda uning muvaffaqiyati kafolatlangan bo‘ladi.

http://www.xn-e1atfhn.xn--j1amh/8-faktov-o-biznese/

BILASIZMI?

2018-yil 1-yanvar holatiga respublikamizda faoliyat ko‘rsatayotgan kichik korxona va mikrofirmalar soni 229 666 tani tashkil etadi.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Kichik tadbirkorlik subyektlari qanday mezonlarga ko‘ra aniqlanadi?
2. Kichik korxona mikrofirmadan nimasi bilan farq qiladi?
3. O‘zbekistonda mikrofirmada ishlovchilarning o‘rtacha yillik soni qaysi chegaradan oshmasligi lozim hamda kichik korxonada ishlovchilarning o‘rtacha yillik soni chegaralari qanday?
4. Korxonadagi xodimlarning o‘rtacha yillik soni qanday aniqlanadi?

MAVZU YUZASIDAN AMALIY TOPSHIRIQ VA MASHQLAR

1. Kichik korxonada mart oyining 20-sanasiga qadar 30 nafar xodim ishlar edi. 21-martda 4 nafar xodim o‘z vazifasidan ozod etildi. Mart oyidagi xodimlarning o‘rtacha oylik sonini aniqlang.

2. Hisobot yilida korxona bir nechta iqtisodiy faoliyat turlarini amalga oshirib, umumiy realizatsiya natijasida quyidagi tushumlarga ega bo‘ldi:

Faoliyat turlari	Yalpi tushum, mln. so‘mda	Ulushi, %
Ishlab chiqarish	900	
Transport xizmati ko‘rsatish	600	
Mulkni ijaraga berish	500	
Jami		

1) hisobot yilida korxonada umumiy realizatsiya qilish hajmidagi tushumda faoliyat turlari bo‘yicha ulushni aniqlang;

2) hisobot yilida korxonaning asosiy faoliyat turini aniqlang.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

6-MAVZU XUSUSIY KORXONA

XUSUSIY KORXONA

Tashkil etiladi va boshqariladi:	Nizom jamg‘armasi:	Tashkil etish hujjatlari:	Hamkorlarni jalb etish:	Soliqqa tortish:
bir jismoniy shaxs tomonidan	*minimal o‘lcham mavjud emas*	*nizom*	*mumkin emas*	*soliqlarni korxona to‘laydi*

FAOLLASHTIRUVCHI SAVOL VA TOPSHIRIQLAR

1. Yuqoridagi infografikada keltirilgan xususiy korxonaning qaysi belgisini eng ahamiyatli deb hisoblaysiz?
2. Agar siz o‘z tadbirkorlik faoliyatingizni tashkil etmoqchi bo‘lsangiz xususiy korxonaning qaysi jihatlari sizga ma’qul keladi?
3. Siz o‘zingiz bilgan xususiy korxonalar to‘g‘risida misollar keltiring.

XUSUSIY KORXONA TUSHUNCHASI

Ayrim tadbirkorlar o‘z faoliyatining miqyosiga emas, balki uning mustaqil ekanligiga katta e’tibor qaratadilar. Chunki boshqarish, xo‘jalik qarorlari chiqarish va daromadni taqsimlashdagi mustaqillik tadbirkorning manfaatlariga to‘liq mos kelishi mumkin. Bunday holatda tadbirkorlikning xususiy korxona shakli har tomonlama muvofiqdir.

Mulkdor yagona jismoniy shaxs tomonidan tuzilgan va boshqariladigan tijoratchi tashkilot xususiy korxona deb e’tirof etiladi. Xususiy korxona tadbirkorlik subyektlarining tashkiliy-huquqiy shaklidir.

O‘zbekiston Respublikasining 2003-yil 11-dekabrdagi 558-II-sonli «Xususiy korxona to‘g‘risida»gi qonuni, 3-modda

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Xususiy korxona yagona mulkdor tomonidan tuziladi. Mulkdor xususiy korxonaga tegishli mol-mulk beradi va uning ustavini tasdiqlaydi. Xususiy korxona ta'sischisi faqat jismoniy shaxs bo'ladi. Bu bir shaxs tomonidan yaratilgan tashkilot bo'lib, biznes faoliyati ta'sischining o'z mulklari asosida amalga oshiriladi. Siz mamlakatimizdagi xususiy korxonalar tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlarni osongina ajratib olishingiz mumkin. Chunki mazkur mahsulotlarning ishlab chiqaruvchisi to'g'risidagi ma'lumotda firma nomidan keyin «xususiy korxona» degan so'z yoki «XK» abbreviaturasi yozilgan bo'ladi.

XUSUSIY KORXONANING XUSUSIYATLI JIHATLARI

Xususiy korxona faoliyatining o'ziga xos jihati shuki, u boshqa ta'sischilarning aralashuvisiz, bir kishining yagona rahbarligi ostida amalga oshiriladi. Xususiy korxona mulkdori korxonani rahbar sifatida yakka boshqaradi.

E'tiborli jihati, xususiy korxona faoliyatiga boshqa ta'sischilarning aralashuvi man etilsa-da, mazkur xususiy korxonaning boshqa korxonalar faoliyatida ishtirok etishi ruxsat etilgan.

Xususiy korxona qonun hujjatlarida belgilangan tartibda boshqa yuridik shaxslarning muassisi bo'lishga yoki ularning ustav fondida o'zgacha tarzda ishtirok etishga, vakolatxonalar ochishga va filiallar tuzishga haqli.

O'zbekiston Respublikasining 2003-yil 11-dekabrdagi 558-II-sonli «Xususiy korxona to'g'risida»gi qonuni, 9-modda

Xususiy korxona yagona jismoniy shaxs tomonidan tashkil etilgani uchun uning ustav fondi ulushlarga bo'linmaydi. Shuningdek, ustav fondining hajmini mulkdorning o'zi belgilaydi.

Agar siz xususiy korxona ochmoqchi bo'lsangiz, uning ustav fondiga pul, qimmatli qog'ozlar, pul bilan baholanadigan boshqa mol-mulk yoki mulkiy huquqlarni kiritishingiz mumkin. Bunda xususiy korxonaning ustav fondiga kiritadigan mol-mulkingizni mustaqil baholash huquqiga egasiz.

Oilaviy korxonalar singari soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni to'laganidan keyin xususiy korxona mulkdori ixtiyorida qoladigan foyda summasiga soliq solinmaydi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Xususiy korxona mulkdori korxonani rahbar sifatida yakka boshqaradi, korxona nomidan ishonchnomasiz ish ko‘radi, uning manfaatlarini ifodalaydi, xususiy korxonaning pul mablag‘larini hamda boshqa mol-mulkini tasarruf etadi, shartnomalar, shu jumladan mehnat shartnomalari tuzadi, ishonchnomalar beradi, banklarda hisobvaraqlar ochadi, shtatlarni tasdiqlaydi, korxonaning barcha xodimlari uchun majburiy bo‘lgan buyruqlar chiqaradi va ko‘rsatmalar beradi.

O‘zbekiston Respublikasining 2003-yil 11-dekabrdagi 558-II-sonli «Xususiy korxona to‘g‘risida»gi qonuni, 14-modda

XUSUSIY KORXONANING	
AFZALLIKLARI	**KAMCHILIKLARI**
Xususiy korxonaning yagona jismoniy shaxs tomonidan tuzilishi va boshqarilishi	Xususiy korxonalar faqatgina jismoniy shaxslar tomonidan tashkil etilishi, yuridik shaxs uning mulkdori bo‘la olmasligi
Xususiy korxona mulkdori korxonani rahbar sifatida yakka boshqarishi natijasida qarorlar qabul qilish tezligining oshishi	Yuridik shaxs uning mulkdori bo‘la olmasligi natijasida qo‘shimcha mablag‘larni jamlash orqali korxonani kengaytirish imkoniyatlarini cheklab qo‘yilganligi
Korxona rahbarining o‘zi vaqtinchalik bo‘lmagan taqdirda shu muddatga rahbarlik vazifasini boshqa jismoniy shaxs zimmasiga yuklash mumkinligi	Xususiy korxona mulkdori korxonaning mol-mulki yetarli bo‘lmagan taqdirda korxonaning majburiyatlari bo‘yicha o‘ziga qarashli mol-mulk bilan qonun hujjatlariga muvofiq to‘liq javobgar bo‘lishi
Soliqlar va boshqa majburiy to‘lovlarni to‘laganidan keyin xususiy korxona mulkdori ixtiyorida qoladigan foyda summasiga soliq solinmasligi	Korxona kasodga uchraganda barcha qarzlarni va boshqa to‘lovlarni ta’sischining o‘zi to‘laydi. Bu esa tadbirkorga cheklanmagan mas’uliyat yuklaydi
Soliqqa tortishning umumbelgilangan va soddalashtirilgan soliq tizimi (yagona soliq to‘lovi)dan birini tanlash huquqiga egaligi	
Xususiy korxona egasiga korxonani to‘lig‘icha mulk majmuasi sifatida sotishi yoki hadya etishi yoxud uni tugatib, mol-mulkini alohida sotish huquqi berilganligi	

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

BILASIZMI?

O‘zbekistonda muvaffaqiyatli faoliyat olib borayotgan tadbirkorlik subyektlaridan biri – «Murad Buildings» kompaniyasi hisoblanadi. Mazkur kompaniyaning asosiy faoliyat yo‘nalishi o‘z ichiga ko‘p qavatli uylarni va ularga xizmat qiluvchi ijtimoiy infratuzilmalarni oluvchi turarjoy loyihalarini rivojlantirish hisoblanadi. Turarjoy majmualari yakka tartibdagi arxitektura konsepsiyasi bo‘yicha qurilib, turli darajadagi daromadga ega bo‘lgan keng omma uchun mo‘ljallangan.

«Murad Buildings» kompaniyasi bino qurilishi jarayonining quyidagi barcha bosqichlarida ish olib boradi: obyektni loyihalashtirish, eskirgan binolarni sotib olish, ularni keyinchalik buzish va yangilarini qurish, sifat ustidan nazorat, sotish va sotishdan keyingi xizmat ko‘rsatish.

https://www.goldenpages.uz/company/?Id=80592

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Xususiy korxona tushunchasi nimani anglatadi?
2. Xususiy korxona kim tomonidan tashkil etilishi mumkin?
3. Xususiy korxonaning o‘ziga xos jihatlarini tushuntirib bering.
4. Xususiy korxona rahbari korxonani vaqtincha boshqarish imkoniyati bo‘lmagan holatda qanday yo‘l tutishi mumkin?
5. Soliqqa tortish bo‘yicha xususiy korxonaning qaysi jihatlari boshqa tadbirkorlik shakllariga o‘xshaydi?
6. Xususiy korxonada qanday mulkiy huquqlar mavjud?
7. Xususiy korxonaning tadbirkorlik shakli sifatida qanday kamchilik jihatlari mavjud?
8. Xususiy korxonada faoliyat natijalari bo‘yicha javobgarlik qanday tavsifga ega?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

7-MAVZU MAS’ULIYATI CHEKLANGAN JAMIYAT

MAS’ULIYATI CHEKLANGAN JAMIYAT

Egalari:	Nizom jamg‘armasi:	Asos solish hujjatlari:	Hamkorlarni jalb etish:	Eng ko‘p ishtirokchilar soni:
har qanday jismoniy va yuridik shaxs, shu jumladan xorijiy fuqarolar. Bir jismoniy yoki yuridik shaxs tomonidan ham tashkil etilishi mumkin	*eng kam ish haqining kamida 40 baravari miqdorida*	*shartnoma va nizomi*	*jamiyatning barcha a’zolari roziligi asosida nizom jamg‘armasiga ulush kiritish*	*50 kishi*

FAOLLASHTIRUVCHI SAVOL VA TOPSHIRIQLAR

1. Infografikada siz uchun hali notanish bo‘lgan qanday ma’lumotlar keltirilgan?
2. Mas’uliyati cheklangan jamiyatning xususiy korxona yoki yakka tartibdagi tadbirkorlik infografikasidan qanday farqli jihatlari bor?
3. Bugungi kunda eng kam ish haqining 40 baravari qanchani tashkil etadi?

MAS’ULIYATI CHEKLANGAN JAMIYAT

Siz nomidan keyin MCHJ degan qisqartma yoziladigan korxonalar to‘g‘risida eshitgan bo‘lsangiz kerak. Masalan, «Coca-Cola Ichimligi» nomidan keyin MCHJ (inglizcha LTD – limited) qisqartmasi mavjud bo‘lib, bu «mas’uliyati cheklangan jamiyat» degan ma’noni anglatadi.

Mas’uliyati cheklangan jamiyat (MCHJ) – a’zolari jamiyat majburiyatlari bo‘yicha faqat o‘zlari qo‘shgan ulush doirasida javobgar bo‘la-

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

digan jamiyat. U bir yoki bir necha jismoniy yoxud yuridik shaxslarning kelishuviga ko‘ra tashkil etilib, yuridik shaxs hisoblanadi.

Bir yoki bir necha shaxs tomonidan ta’sis etilgan, ustav fondi (ustav kapitali) ta’sis hujjatlari bilan belgilangan miqdorlarda ulushlarga bo‘lingan xo‘jalik jamiyati mas’uliyati cheklangan jamiyat deb hisoblanadi. Mas’uliyati cheklangan jamiyatning ishtirokchilari uning majburiyatlari bo‘yicha javobgar bo‘lmaydilar va jamiyat faoliyati bilan bog‘liq zararlar uchun o‘zlari qo‘shgan hissalar qiymati doirasida javobgar bo‘ladilar.

O‘zbekiston Respublikasining 2001-yil 6-dekabrdagi 310-II-sonli «Mas’uliyati cheklangan hamda qo‘shimcha mas’uliyatli jamiyatlar to‘g‘risida»gi qonuni, 3-modda

Mas’uliyati cheklangan jamiyat ustav fondi jamiyat a’zolarining ulushlarini qo‘shish orqali shakllantiriladi. U eng kam ish haqining 40 barobaridan kam bo‘lmagan miqdorda bo‘ladi. Jamiyat ishtirokchilari soni 50 nafardan oshmasligi lozim. Agar ishtirokchilar soni belgilangan chegaradan oshib ketsa, jamiyatni aksiyadorlik jamiyatiga aylantirish kerak bo‘ladi.

Jamiyat a’zosi o‘z ulushini boshqa shaxsga faqat jamiyat roziligi bilan o‘tkazishi va sotishi mumkin. Jamiyat qarzlari bo‘yicha ta’sischilar faqatgina kompaniyaga kiritgan hissalari doirasida javobgar hisoblanadilar, xolos.

Jamiyat foydasi uning ishtirokchilari o‘rtasida ularning ustav fondidagi ulushlariga mutanosib ravishda taqsimlanadi. O‘zbekiston Respublikasi qonunchiligiga ko‘ra, ta’sischilarga e’lon qilingan dividend summalariga nisbatan soliq hisoblanadi.

MAS’ULIYATI CHEKLANGAN JAMIYATNING AFZALLIKLARI

Mas’uliyati cheklangan jamiyat yakka tartibdagi tadbirkor yoki xususiy korxonadan farqli o‘laroq, ishtirokchilarning ulushini qo‘shish orqali, qisqa muddat ichida katta hajmdagi mablag‘larni jamlash imkoniga ega.

Agar xususiy korxonada faqat jismoniy shaxs ta’sischi bo‘la olsa, mas’uliyati cheklangan jamiyatda jismoniy va yuridik shaxslar ta’sischi bo‘lishi mumkin.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Mas'uliyati cheklangan jamiyat ishtirokchilarining javobgarligi ularning ulushi doirasida cheklanadi. Ishtirokchilar korxona faoliyatida shaxsiy mehnati bilan ishtirok etishi shart emas. Jamiyatning joriy faoliyatini ta'sischilari tomonidan saylangan yoki tayinlangan direktor boshqaradi.

MAS'ULIYATI CHEKLANGAN JAMIYATNING KAMCHILIKLARI

Mas'uliyati cheklangan jamiyat ishtirokchilari sonining qonunan cheklab qo'yilishi uning ustav fondini yangi a'zolar hisobiga kengaytirishga to'sqinlik qiladi.

Mas'uliyati cheklangan jamiyat ishtirokchilari o'z ulushini erkin sota olmaydi yoki boshqalarga taqdim eta olmaydi. Natijada jamiyat tarkibidan chiqishda ulushning bir qismini yo'qotishga to'g'ri keladi. Bu esa ularning qiziqishlariga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Muhim boshqaruv qarorlarini qabul qilishda barcha ishtirokchilarning roziligini olish sharti mazkur jarayonning cho'zilib ketishiga olib kelishi mumkin. Shuningdek, bu boradagi fikrlarning mos kelmasligi noto'g'ri qarorlar qabul qilinishi riskini vujudga keltiradi.

MAS'ULIYATI CHEKLANGAN JAMIYATDA DIVIDENDGA SOLIQ

Mas'uliyati cheklangan jamiyat ishtirokchilari o'zlari olgan dividenddan 10 foiz hajmida soliq to'laydilar.

Misol. «SAMAR-SUMBULA» MCHJning 2017-yil yakunlari bo'yicha sof foydasi 47 million so'mni tashkil etdi. Jamiyat 4 ta ta'sischi tomonidan tashkil qilingan bo'lib, ularning ustav fondidagi ulushlari quyidagicha:

– birinchi ta'sischi – 45%;
– ikkinchi ta'sischi – 25%;
– uchinchi ta'sischi – 18%;
– to'rtinchi ta'sischi – 12%.

Ushbu holatda sof foyda jamiyat ta'sischilari o'rtasida quyidagicha taqsimlanadi:

– birinchi ta'sischi – $47000000 \times 45\% = 21\ 150\ 000$ so'm;
– ikkinchi ta'sischi – $47000000 \times 25\% = 11\ 750\ 000$ so'm;

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

– uchinchi ta'sischi – 47000000 × 18% = 8 460 000 (soliq summasi 8 460 000 × 10% = 846 000) so'm;

– to'rtinchi ta'sischi – 47000000 × 12% = 5 640 000 (soliq summasi 5 640 000 × 10% = 564 000) so'm.

Sof foydadan e'lon qilingan dividendlarga nisbatan soliq quyidagi miqdorda hisoblanadi:

– birinchi ta'sischi – 21 150 000 × 10% = 2 115 000 so'm;

– ikkinchi ta'sischi – 11 750 000 × 10% = 1 175 000 so'm;

– uchinchi ta'sischi – 8 460 000 × 10% = 846 000 so'm;

– to'rtinchi ta'sischi – 5 640 000 × 10% = 564 000 so'm.

BILIMINGIZNI SINAB KO'RING!

1. Mas'uliyati cheklangan jamiyatning boshqa tashkiliy-huquqiy shakllardan farqini tushuntirib bering.

2. Nima sababdan mas'uliyati cheklangan jamiyat eng keng tarqalgan shakllardan biri hisoblanadi?

3. Yuridik shaxslar mas'uliyati cheklangan jamiyat ta'sischisi bo'la oladilarmi?

4. Mas'uliyati cheklangan jamiyat ishtirokchilari soni necha kishidan oshmasligi lozim?

5. Mas'uliyati cheklangan jamiyat ustav fondining minimal miqdori qancha?

MAVZU YUZASIDAN AMALIY TOPSHIRIQ VA MASHQLAR

1. «UMIDA-NIGORA» MCHJning 2017-yil yakunlari bo'yicha sof foydasi 90 million so'mni tashkil etdi. Jamiyat 4 ta ta'sischi tomonidan tashkil qilingan bo'lib, ularning ustav fondidagi ulushlari quyidagicha:

– birinchi ta'sischi – 40%;

– ikkinchi ta'sischi – 25%;

– uchinchi ta'sischi – 18%;

– to'rtinchi ta'sischi – 17%.

Ushbu holatda sof foyda jamiyat ta'sischilari o'rtasida qanday taqsimlanadi va sof foydadan e'lon qilingan dividendlarga nisbatan qanday miqdorda soliq hisoblanadi?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

8-MAVZU AKSIYADORLIK JAMIYATI

AKSIYADORLIK JAMIYATI

Asoschilar va ishtirokchilar:	Nizom jamg‘armasi:	Tashkiliy hujjatlar:	Mablag‘larni jalb etish:	Soliqqa tortish:
bir/bir necha. Xorijiy aksiyadorlar bo‘lishi shart, ularning nizom jamg‘armasidagi ulushi kamida 15 foiz bo‘lishi kerak	*aksiyalar narxi summasi, MB kursi bo‘yicha kamida 400 ming AQSH dollari. Bir dona aksiyaning nominal qiymati ko‘pi bilan 5 ming so‘m*	*nizom*	*qo‘shimcha aksiyalarni chiqarish*	*dividendlar va foizlar ko‘rinishida aksiyadorlarga to‘lanadigan daromadlarga soliq solish*

FAOLLASHTIRUVCHI SAVOL VA TOPSHIRIQLAR

1. Yuqoridagi infografikada ifodalangan aksiyadorlik jamiyatining qaysi asosiy jihatlari boshqa shakllar uchun ham tegishli hisoblanadi?

AKSIYADORLIK JAMIYATI TUSHUNCHASI

Siz uchun tadbirkorlik shakllari orasida nisbatan ko‘proq tanish bo‘lganlaridan biri – aksiyadorlik jamiyatidir. Chunki u eng yirik shakllardan biri hisoblanib, ayrim hollarda korporatsiya deb ham yuritiladi. Bugungi kunda jahonda yetakchi bo‘lgan «Apple inc.», «Microsoft» kabi kompaniyalar shular jumlasidandir.

Aksiyadorlik jamiyati (AJ) – muassislar (aksiyadorlar)ning ixtiyoriy hissalari asosida tashkil etilgan biznes yuritish shakli.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Mamlakatimizdagi «O‘zbekiston havo yo‘llari», «O‘zbekiston temir yo‘llari» kabi kompaniyalar ham aksiyadorlik jamiyati shaklida tashkil etilgan.

Ustav fondi (ustav kapitali) aksiyadorlarning aksiyadorlik jamiyatiga nisbatan huquqlarini tasdiqlovchi muayyan miqdordagi aksiyalarga taqsimlangan tijorat tashkiloti aksiyadorlik jamiyati deb e’tirof etiladi.

O‘zbekiston Respublikasining 2014-yil 6-maydagi O‘RQ-370-sonli yangi tahrirdagi «Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida»gi qonuni, 3-modda

AKSIYADORLIK JAMIYATI TURLARI

Aksiyadorlik jamiyati ochiq yoki yopiq bo‘lishi mumkin. Ochiq aksiyadorlik jamiyatining muassislari tarkibiga kiruvchilarning eng kam soni cheklanmaydi, yopiq aksiyadorlik jamiyatining muassislari esa kamida uch shaxsdan iborat qilib belgilanadi. Jamiyatning har bir muassisi uning aksiyadori bo‘lishi lozim. Ochiq aksiyadorlik jamiyati aksiyadorlarining soni chegaralanmaydi. Ochiq aksiyadorlik jamiyati o‘zi chiqarayotgan aksiyalarga ochiq obuna o‘tkazishga va qonun hujjatlarining talablarini hisobga olgan holda ularni erkin sotishga haqlidir. Aksiyalari faqat o‘z muassislari yoki oldindan belgilangan doiradagi shaxslar orasida taqsimlanadigan aksiyadorlik jamiyati yopiq aksiyadorlik jamiyati hisoblanadi. Bunday jamiyat o‘zi chiqarayotgan aksiyalarga ochiq obuna o‘tkazishga yoxud ularni cheklanmagan doiradagi shaxslarga sotib olish uchun boshqacha tarzda taklif etishga haqli emas. Yopiq aksiyadorlik jamiyati aksiyadorlarining soni ellik nafardan oshmasligi zarur.

Ochiq aksiyadorlik jamiyati – ishtirokchilari o‘zlariga tegishli aksiyalarni boshqa aksiyadorlarning roziligisiz sotib olish va ularni erkin sotish huquqiga ega bo‘lgan jamiyat.

Yopiq aksiyadorlik jamiyati – aksiyalari faqat uning ta’sischilari yoki oldindan belgilangan boshqa shaxslar doirasida taqsimlanuvchi jamiyat.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

O‘zbekiston Respublikasining 2014-yil 6-maydagi yangi tahrirdagi «Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida»gi qonunida aksiyadorlik jamiyatlari tomonidan chiqariladigan aksiyalarni ochiq va yopiq obuna yo‘li bilan joylashtirish mumkinligi belgilab berildi. Mazkur qonunga muvofiq, yopiq aksiyadorlik jamiyati mazmunan mas’uliyati cheklangan jamiyatlarga o‘xshashligi bois aksiyadorlik jamiyatlarining shakllari ochiq va yopiq turlarga ajratilmasdan, ular umumiy holda aksiyadorlik jamiyati deb yuritiladigan bo‘ldi.

AKSIYADORLIK JAMIYATINI TASHKIL ETISH

Jamiyatni yangidan ta’sis etish va (yoki) mavjud yuridik shaxsni qayta tashkil etish (qo‘shib yuborish, birlashtirish, bo‘lish, ajratib chiqarish, qayta tuzish) yo‘li bilan tuzilishi mumkin. Aksiyadorlik jamiyatlari ustav kapitalining minimal miqdori 1 600 mln. so‘mni tashkil etadi. Jamiyatning ustav fondi aksiyadorlar sotib olgan jamiyat aksiyalarining nominal qiymatidan tashkil topadi.

Aksiya – bu uning egasi aksiyadorlik jamiyati kapitaliga o‘zining ma’lum hissasini qo‘shganligiga va uning foydasidan dividend shaklida daromad olish huquqi borligiga guvohlik beruvchi qimmatli qog‘oz.

Aksiyaning nominal qiymati – aksiyaning o‘zida belgilab qo‘yilgan qiymati.

Jamiyat chiqaradigan barcha aksiyalarning nominal qiymati bir xil bo‘lishi lozim. Aksiyalar egasining nomi yozilgan emissiyaviy qimmatli qog‘ozlar bo‘lib, ular turiga ko‘ra oddiy va imtiyozli bo‘lishi mumkin. Aksiyalar mulk huquqi yoki boshqa ashyoviy huquq asosida qaysi yuridik yoki jismoniy shaxsga tegishli bo‘lsa, o‘sha yuridik yoxud jismoniy shaxs aksiyaning egasi – aksiyador deb yuritiladi.

Aksiyador – aksiyaning egasi bo‘lgan yuridik yoki jismoniy shaxs.

Oddiy aksiyalar ovoz beruvchi bo‘lib, ular egasiga dividendlar olish, aksiyadorlarning umumiy yig‘ilishlarida va jamiyatni boshqarishda ishtirok etish huquqini beradi. Aksiya egalariga dividendlarni, shuningdek, jamiyat tugatilganda aksiyalarga qo‘yilgan mablag‘larni birinchi navbatda olish

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

huquqini beradigan aksiyalar imtiyozli aksiyalardir. Imtiyozli aksiyalar o‘z egalariga jamiyat foyda ko‘rish-ko‘rmasligidan qat’i nazar, muayyan dividendlar olish huquqini beradi.

Oddiy aksiya – dividendni qo‘yilgan mablag‘ga mutanosib ravishda taqsimlash imkonini beruvchi aksiya.

Imtiyozli aksiya – aksiyadorlik jamiyati dividendi va mol-mulkini taqsimlashda oddiy aksiya egasiga nisbatan ustunlik beruvchi aksiya.

AKSIYADORLIK JAMIYATINING	
AFZALLIKLARI	**KAMCHILIKLARI**
Katta hajmdagi mablag‘ni osonlik bilan jamlay olishi. Chunki buning uchun yetarli miqdordagi aksiyani chiqarish kifoya	Aksiyadorlar sonining ko‘pligi jamiyat faoliyatini mulkdorlar tomonidan boshqarilishni qiyinlashtirishi. Shunga ko‘ra aksiyadorlik jamiyatida boshqaruv kengashi tashkil etiladi va direktor tayinlanadi
Aksiyadorlik jamiyati joriy faoliyatini boshqarish shartnoma asosida boshqa tijorat tashkiloti – ishonilgan boshqaruvchiga topshirilishi mumkin bo‘lgan biznesning yagona shakli ekanligi	Asosiy faoliyat yoki boshqaruvga oid biron-bir qarorni qabul qilish uchun uning aksiyadorlar yig‘ilishida muhokama qilinishi mazkur jarayonning cho‘zilishiga olib keladi
Aksiyadorning boshqaruvda ishtirok etish imkoniyati u ega bo‘lgan aksiyalar turiga bog‘liqligi	
Oddiy aksiyalar ovozga ega hisoblanadi va o‘z egasiga dividendlar olish, jamiyatni boshqarishda ishtirok etish huquqini beradi	
Imtiyozli aksiyalar esa o‘z egalariga, birinchi navbatda, dividendlarni olishga hamda AJ tugatiladigan taqdirda aksiyaga tikkan mablag‘larini olishda ustunlik beradi	
Imtiyozli aksiyalar jamiyat daromadi boryo‘qligidan qat’i nazar, ma’lum bir dividendlar olish huquqini ham taqdim etadi	

Aksiyadorlarga e’lon qilingan dividendlar qonun hujjatlariga muvofiq soliqqa tortiladi. Aksiyalarni sotishda jismoniy yoki yuridik shaxs uchun

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

solinadigan daromad solig‘i to‘lanadi. Daromad solig‘i aksiyani xarid qilish va sotish orasidagi farqdan hisoblab chiqiladi. Aksiyador, shuningdek, jamiyatdan uning aksiyalarini xarid qilishni so‘rash bilan biznesni tark etishi mumkin. Bu kabi masalalar esa, O‘zbekiston Respublikasining «Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlar huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida»gi qonuni bilan tartibga solinadi.

Dividend (lotincha *dividendus* – bo‘lishga tegishli) – aksiya egasiga to‘lanadigan daromad.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Aksiyadorlik jamiyatining qanday turlari mavjud?
2. Aksiyadorlarning soni jihatidan ochiq va yopiq aksiyadorlik jamiyatlari o‘rtasida qanday farq mavjud?
3. Nima uchun O‘zbekiston Respublikasi qonunchiligida yopiq aksiyadorlik jamiyati shakli mavjud emas?
4. O‘zbekistonda aksiyadorlik jamiyatlari ustav kapitalining minimal miqdori qanchani tashkil etadi?
5. Aksiya nima? Oddiy va imtiyozli aksiyalar nima bilan farq qiladi?
6. Aksiyadorlik jamiyatining afzal tomonlari nimada?
7. Aksiyadorlik jamiyatining kamchiliklari nimalardan iborat?

MAVZU YUZASIDAN AMALIY TOPSHIRIQ VA MASHQLAR

1. Investorning qo‘lida 100 000 so‘m bor. Bank 20% yillik stavkani taklif qildi. Aksiyadorlik jamiyati 8 ta imtiyozli aksiyasini 25 000 so‘m narxda har bir aksiyaga 10% yillik daromad va 80 ta oddiy aksiyani 20 000 so‘m narx bilan chiqardi. Aksiyadorlik jamiyatida dividend uchun 800 000 so‘m ajratildi. Investor pulini qayerga sarflaganda ko‘proq foyda olishini aniqlang.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

9-MAVZU QISHLOQ JOYLARDA TADBIRKORLIK

Ma’lumki, hozirgi kunda yurtimizda 51 foizdan ziyod aholi qishloq joylarda yashaydi. Biroq qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi ulushi 17 foizdan oshmaydi. Agrar soha mahsulotlarini qayta ishlash hajmi esa 10 foizga ham yetmaydi. Holbuki, rivojlangan davlatlarda bu ko‘rsatkich 50 foizdan ortiqni tashkil etadi. Shu munosabat bilan qishloq xo‘jaligini yanada isloh qilish bo‘yicha kompleks dastur ishlab chiqish lozim.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev

FAOLLASHTIRUVCHI SAVOL VA TOPSHIRIQLAR

1. O‘zbekiston iqtisodiyotida qishloq xo‘jaligining tutgan o‘rnini qanday baholash mumkin? Keyingi yillarda ushbu tarmoqda qanday o‘zgarishlar ro‘y bermoqda?

2. Mamlakatimiz aholisining qancha foizi qishloq joylarda istiqomat qiladi? Qishloq va shahar o‘rtasida qanday tafovutlar mavjud?

3. Qishloq joylarida aholi daromadlarini oshirishning qanday imkoniyatlari mavjud?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

SHAXSIY YORDAMCHI XO‘JALIK

Mamlakatimiz aholisining katta qismi qishloq joylarda istiqomat qiladi. Qishloq joylarda, asosan, qishloq xo‘jalik mahsulotlari yetishtirish bilan shug‘ullaniladi. Shunga ko‘ra, iqtisodiyotimizda qishloq joylarida amalga oshiriladigan tadbirkorlik faoliyati ahamiyatli o‘rin tutadi.

Shu bois siz qishloq joylarida eng avvalo, shaxsiy yordamchi xo‘jaliklaridagi tadbirkorlik bilan shug‘ullanishingiz mumkin.

Shaxsiy yordamchi xo‘jalik – qishloq joylarda yashovchi fuqarolarning o‘z tomorqasidagi shaxsiy mehnati orqali qishloq xo‘jalik mahsulotlari yetishtirish bilan shug‘ullanishiga asoslangan oilaviy xo‘jalik.

Shaxsiy yordamchi xo‘jalik qishloq joylarda yashovchi fuqarolarga meros qilib qoldiriladigan umrbod egalik qilish uchun uy-joy qurishga berilgan yer maydonlarida tashkil etiladi. Uning uy-joy qurilmagan qismi tomorqa deb ataladi. Mazkur tomorqada oila a’zolarining shaxsiy mehnati asosida dehqonchilik va chorvachilik mahsulotlari yetishtirish mumkin. Uning asosiy qismi oila ehtiyojlari uchun ishlatiladi. Lekin, aksariyat hollarda, bu mahsulotlar oila ehtiyojidan ortiqcha bo‘ladi. Ushbu ortiqcha mahsulotlarni dehqon bozorlarida sotish hamda qo‘shimcha daromad olish mumkin bo‘lib, bu o‘z mazmuniga ko‘ra tadbirkorlik hisoblanadi.

DEHQON XO‘JALIGI

Agar siz shaxsiy yordamchi xo‘jalikdagi tadbirkorlik faoliyati bilan cheklanishni istamasangiz, u holda dehqon xo‘jaligi tashkil etishingiz mumkin.

Dehqon xo‘jaligi – oila boshlig‘iga berilgan tomorqa yer uchastkasida oila a’zolarining shaxsiy mehnati asosida qishloq xo‘jaligi mahsuloti yetishtiradigan va realizatsiya qiladigan oilaviy mayda tovar xo‘jaligi.

Dehqon xo‘jaligi meros qilib qoldiriladigan umrbod egalik qilish uchun oila boshlig‘iga berilgan tomorqa yer uchastkasida tashkil etiladi. U oila a’zolarining shaxsiy mehnati asosida yuritiladi. Dehqon xo‘jaligi ikki ko‘rinishda tashkil etilishi mumkin:

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

1) yuridik shaxsni tashkil etgan holda;
2) yuridik shaxsni tashkil etmagan holda.

Dehqon xo‘jaligi oilaviy mayda tovar xo‘jaligi hisoblanadi. Ya’ni, unda yetishtirilgan qishloq xo‘jaligi mahsulotining ma’lum qismi shaxsiy iste’molga qoldirilgan holda, qolgan qismi bozorda sotishga mo‘ljallangan bo‘ladi.

Dehqon xo‘jaligi oilaviy mayda tovar xo‘jaligi bo‘lib, oila a’zolarining shaxsiy mehnati asosida, meros qilib qoldiriladigan umrbod egalik qilish uchun oila boshlig‘iga berilgan tomorqa yer uchastkasida qishloq xo‘jaligi mahsuloti yetishtiradi va realizatsiya qiladi.

Dehqon xo‘jaligidagi faoliyat tadbirkorlik faoliyati jumlasiga kiradi hamda dehqon xo‘jaligi a’zolarining istagiga ko‘ra yuridik shaxs tashkil etgan holda va yuridik shaxs tashkil etmasdan amalga oshirilishi mumkin.

Dehqon xo‘jaligi o‘z faoliyatida yollanma mehnatdan doimiy asosda foydalanishi mumkin emas.

O‘zbekiston Respublikasining 1998-yil 30-apreldagi 604-I-sonli «Dehqon xo‘jaligi to‘g‘risida»gi qonuni, 1-modda

FERMER XO‘JALIGI

Qishloq joylaridagi yanada yirikroq tadbirkorlik shakli – bu fermer xo‘jaligidir.

Fermer xo‘jaligi – ijaraga berilgan yer uchastkalaridan foydalangan holda qishloq xo‘jaligi tovar ishlab chiqarishi bilan shug‘ullanuvchi, mustaqil xo‘jalik yurituvchi subyekt.

Fermer xo‘jaligiga qishloq xo‘jaligi ahamiyatidagi yerlar mahalliy kengashlar tomonidan meros qoldirish huquqi bilan 50 yilgacha muddatga ijaraga beriladi. Fermer xo‘jaligi ham mehnatga layoqatli yoshdagi oila a’zolaridan, ham yollanma ishchilardan foydalanishi mumkin. Fermer xo‘jaligi qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini tovar shaklida, ya’ni, asosan,

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

bozorda sotish uchun ishlab chiqaradi. U yuridik shaxs ko‘rinishida tashkil etilib, boshqa iqtisodiy subyektlar bilan mustaqil ravishda xo‘jalik munosabatiga kirisha oladi.

Fermer xo‘jaligi ijaraga berilgan yer uchastkalaridan foydalangan holda qishloq xo‘jaligi tovar ishlab chiqarishi bilan shug‘ullanuvchi, mustaqil xo‘jalik yurituvchi subyektdir.

O‘zbekiston Respublikasining 2004-yil 26-avgustdagi 662-II-sonli yangi tahrirdagi «Fermer xo‘jaligi to‘g‘risida»gi qonuni, 3-modda

AGROFIRMALAR

Agar siz nafaqat qishloq xo‘jaligi mahsulotlari yetishtirish, balki ularni qayta ishlash orqali ham o‘z tadbirkorlik daromadingizni oshirishni istasangiz, u holda agrofirma faoliyatini yo‘lga qo‘yishingiz mumkin.

Agrofirma – fermer, dehqon va shaxsiy yordamchi xo‘jaliklar tomonidan yetishtirilgan qishloq xo‘jalik mahsulotlarini qayta ishlash hamda sotish bilan shug‘ullanuvchi korxona.

Agrofirma yuridik shaxs ko‘rinishida tashkil etiladi. Qishloq xo‘jalik mahsulotlarini yetishtirish, tashish, saqlash va qayta ishlash, ularni ichki va tashqi bozorlarda sotish agrofirmalarning asosiy vazifalari hisoblanadi.

BU QIZIQ...

Dunyoda issiqxonalarning ko‘pligi bo‘yicha birinchi o‘rinda Gollandiya turadi. Ayni paytda, gollandiyaliklar o‘z issiqxonalarini plastik bilan emas, balki oyna bilan qoplaydilar. Gollandiyadagi issiqxonalarning umumiy maydoni 10 500 gektarni tashkil etadi.

BILASIZMI?

Kichik biznesni har qanday sharoitda ham tashkil etish mumkin. Bunga yaqqol misol tariqasida bodring yetishtirish uchun issiqxonani balkonda yoki, hatto, deraza tokchasida ham tashkil etsa bo‘lishini aytish

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

mumkin. Bodring – bu foydali va kam e'tibor talab qiluvchi o'simlik. To'g'ri tanlangan navi, hattoki 1 kvadrat metr joyda ham yaxshi hosil berishi mumkin. Siz kam kuch va mablag' sarflagan holda yilning har qanday vaqtida sotish uchun bodring yetishtirishingiz mumkin. Sotishni yo'lga qo'yib olgan holda, siz barqaror daromad keltiruvchi, xarajatlari tez qoplanuvchi biznesga ega bo'lishingiz mumkin.

BILIMINGIZNI SINAB KO'RING!

1. Qishloq joylardagi tadbirkorlikning o'ziga xos xususiyatlari nimalar bilan belgilanadi?
2. Qishloq joylardagi tadbirkorlikning qanday shakllarini bilasiz?
3. Shaxsiy yordamchi xo'jalikning o'ziga xos belgilari qanday?
4. Dehqon xo'jaligi boshqa shakllardan qaysi jihatlari bilan farq qiladi?
5. Yuridik shaxsni tashkil etgan va tashkil etmagan holdagi dehqon xo'jaligining asosiy jihatlarini izohlab bering.
6. Fermer xo'jaligining asosiy belgilarini tushuntirib bering.
7. Fermer xo'jaligiga nisbatan «mustaqil xo'jalik yurituvchi subyekt» tushunchasining ma'nosi qanday izohlanadi?
8. Agrofirmaning asosiy belgilari nimalardan iborat?

MAVZU YUZASIDAN AMALIY TOPSHIRIQ VA MASHQLAR

Jismoniy shaxs A. Sattorov uy sharoitida o'zining shaxsiy mablag'lari hisobidan olingan 500 bosh ona tovuqlarni parvarishlab, tuxum beradigan ona tovuqlar yetishtirishni tashkil qildi. Buning uchun u jami quyidagi ko'rinishda sarflarni amalga oshirdi.

T/r	Mahsulot nomi	Talab qilingan summa, mln. so'm
1	Ona tovuqlar olish uchun	15 (500×30 000)
2	Parranda qafasi	2
3	Boshqa xarajatlar	1
	Jami:	**18**

Ona tovuqlar parvarishi qat'iy rejim, ratsion va kunlik nazorat asosida parvarish qilinadi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Jismoniy shaxs 500 bosh ona tovuqni to‘liq parvarishlashga erishsa hamda talab qilingan ratsion asosida boqa olsa, 500 bosh ona tovuq mahsulot bera boshlaydi.

1 ta tovuqni parvarishlash bilan bog‘liq bo‘lgan kunlik xarajatlar quyidagi jadvalda berilgan.

T/r	Xarajatlar turi	1 ta tovuqni parvarishlash bilan bog‘liq bo‘lgan kunlik xarajatlar	
		So‘mda	% da
1	Ozuqa-yem xarajati	280	87,5%
2	Kommunal xarajatlar (el.energ., suv, gaz)	15	4,7%
3	Boshqa xarajatlar	25	7,8%
	Jami	**320**	**100%**

Quyidagi jadvalda tuxum yetishtirish bilan bog‘liq ma’lumotlar keltirilgan. Jadvalning bo‘sh kataklarini to‘ldiring.

Tovuqlar soni	Tuxum olish samaradorligi, %	1 oyda tuxumlar soni, dona	1 yilda tuxumlar soni, dona	Tuxumning tannarxi, so‘m*	Tuxumning bozor narxi, so‘m	Tuxumni sotishdan tushgan jami tushum, ming so‘m	Tuxum yetishtirish bilan bog‘liq jami sarflar, ming so‘m	1-yil	2 yil ichida
								Jami foyda, ming so‘m	Jami foyda, ming so‘m
1	80				500				
500	80				500				

** Bu yerda tuxumning tannarxiga parrandachilikni tashkil etish bilan bog‘liq xarajatlar, ya’ni ona tovuqlarni sotib olish uchun parranda qafasini qurish bilan bog‘liq xarajatlar kiritilmagan.*

Ikki yildan so‘ng ona tovuqlarning tuxumdorlik darajasi pasayib, endi ular go‘sht qilib sotiladi. Bitta tovuq go‘shtining ulgurji bozor narxi 15 000 so‘mni tashkil etsa, quyidagilarni aniqlang:

a) go‘sht sotishdan olinadigan qo‘shimcha daromad;

b) 2 yil ichida olinishi mumkin bo‘lgan jami sof foyda.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

10-MAVZU YOSHLAR TADBIRKORLIGI

FAOLLASHTIRUVCHI SAVOL VA TOPSHIRIQLAR

1. Rasmlardagi tadbirkorlarni yosh jihatdan ajrating. Tadbirkorning yoshi uning faoliyatiga qanday ta'sir ko'rsatishi mumkin?
2. Davlat tomonidan yosh tadbirkorlar uchun alohida g'amxo'rlik qilinishi kerakmi yoki yo'qmi? Fikringizni asoslang.
3. Siz mamlakatimizda yoshlar tadbirkorligini qo'llab-quvvatlash borasida amalga oshirilayotgan qanday chora-tadbirlarni bilasiz?

YOSHLAR TADBIRKORLIGINING AHAMIYATI VA ZARURLIGI

Tadbirkorlik faoliyati bilan, yoshidan qat'i nazar, muomala layoqatiga ega bo'lgan barcha fuqarolar shug'ullanishi mumkin. Biroq, shu bilan birga, davlat imkon qadar yoshlarning tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishini rag'batlantirish va qo'llab-quvvatlashga harakat qiladi. Chunki yoshlar jamiyatning katta kuch va g'ayrat sarflashga qodir, harakatchan, barcha yangi hodisalarni tez qabul qiluvchi va o'zlashtiruvchi faol qismi hisoblanadi. Yoshlarni tadbirkorlikka jalb etish mamlakatimizda tadbirkorlikni rivojlantirish, yoshlar bandligini ta'minlash, yangi ish o'rinlari tashkil etishga imkon yaratadi. Shuningdek, tadbirkor yoshlar safining kengayishi milliy iqtisodiyotni innovatsion rivojlanish yo'lidan borishini ta'minlaydi. Bu esa yosh, tashabbuskor, yangicha fikrlaydigan tadbirkorlar avlodini shakllantirishni taqozo etadi.

Yoshlar tadbirkorligi – mamlakatda 18 yoshdan 35 yoshgacha bo'lgan shaxslarning tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish jarayoni.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

YOSHLAR TADBIRKORLIGINI RIVOJLANTIRISH CHORA-TADBIRLARI

Yoshlar tadbirkorligini rivojlantirishda Prezidentimizning «Ta'lim muassasalari bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi farmoni va «O'zbekiston Respublikasida yoshlarga oid davlat siyosatini amalga oshirishga qaratilgan qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi qarori muhim o'rin tutadi.

Yoshlar tadbirkorligi ko'lamini yanada kengaytirish borasida quyidagi chora-tadbirlar majmuyi amalga oshiriladi:

– yoshlar o'rtasida tadbirkorlik faoliyatini ommalashtirish;
– ularni tadbirkorlikka ommaviy jalb etish;
– biznes yuritish malakasini shakllantirish;
– biznes g'oyalarini moliyalashtirish;
– bozordagi faoliyatini olib borishda har jihatdan ko'maklashish.

YOSHLAR TADBIRKORLIGI KLASTERLARI

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2017-yil 16-oktabrdagi «Yoshlar tadbirkorligi klasterlarini yaratishning tashkiliy chora-tadbirlari to'g'risida»gi qarori qabul qilindi. Iqtisodiyotda faoliyati o'zaro bog'liq bo'lgan, masalan, xomashyo va materiallar yetkazib beruvchi, infratuzilma xizmatlari ko'rsatuvchi, ilmiy tadqiqot muassasalari va boshqa tashkilotlar guruhining muayyan hududga jamlanishi klaster deb nomlanadi. Klasterning tashkil etilishi mazkur tashkilotlarning faoliyat natijalarini yaxshilab, raqobatdoshligini oshiradi.

Klaster – muayyan hududda jamlangan o'zaro bog'liq tashkilotlar guruhi.

Yoshlar tadbirkorligi klasterlari – muayyan hududda yoshlarning tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va amalga oshirishda imtiyozli xizmatlar va qulay shart-sharoitlar bilan ta'minlashga qaratilgan o'zaro bog'liq tashkilotlar guruhi.

Yoshlar tadbirkorligi klasterlari respublika tuman markazlari va shaharlarida yuridik shaxs tashkil etilmasdan yaratiladi. Ularning faoliyatini

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

boshqarish O‘zbekiston yoshlar ittifoqi tuman va shahar Kengashlari zimmasiga yuklanadi.

Klasterlarda joylashgan ishlab chiqarish maydonlari faqat O‘zbekiston yoshlar ittifoqi a’zosi bo‘lgan yosh tadbirkorlarga, korxonasi oyoqqa turib olguncha bo‘lgan davrda, lekin 5 yildan ortiq bo‘lmagan muddatga ijara to‘lovining «nol» qiymatida beriladi.

Klasterlar o‘ziga xos biznes-inkubator sifatida ishlab, yoshlarga tadbirkorlik bo‘yicha maxsus o‘quv kurslarini o‘tashda ko‘maklashadi. Tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanish uchun zarur hujjatlarni tayyorlash, amaliy maslahatlar berish bo‘yicha bepul xizmat ko‘rsatiladi.

Biznes-inkubator – yosh tadbirkorlarni biznes-g‘oya ishlab chiqishdan tortib to uning amalga oshirilgunga qadar bo‘lgan barcha bosqichlarda qo‘llab-quvvatlash bilan shug‘ullanuvchi tashkilot.

Klasterda joylashtiriladigan tadbirkorlik subyektlari xodimlari shtatida 35 yoshgacha bo‘lgan shaxslar ulushi 70 foizdan kam bo‘lmasligi lozim.

KLASTERLAR FAOLIYATINI MOLIYALASHTIRISH MANBALARI

Klasterlar faoliyatini moliyalashtirish manbalari quyidagilardan iborat:

– klaster ishtirokchilariga pullik xizmatlar ko‘rsatishdan olinadigan daromadlar;

– klaster ishtirokchilarining foydalanish to‘lovlaridan tushadigan daromadlar;

– qonun hujjatlariga zid bo‘lmagan boshqa manbalar.

BU QIZIQ...

AQSHning Pensilvaniya shtatidan bo‘lgan 13 yoshli Neha Gupta ismli qiz 9 yoshidayoq «Empower Orphans» deb nomlangan o‘z loyihasini ishga tushirgan. Shundan buyon u o‘zi asos solgan notijorat loyihasi yordamida Hindistondagi yetim bolalar uchun 30 ming dollar jamg‘arishga muvaffaq bo‘ldi. Qiz asos solgan tashkilot qo‘l mehnati bilan tayyorlangan otkritkalarni sotish bilan shug‘ullanadi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Hozirda qizning oldida yana 20 ming dollar topish vazifasi turibdi. Biroq u bu bilan to‘xtab qolmoqchi emas. Neha kelajakda xayriya sohasida o‘zi uchun karyera qilib, maqsadlariga erishishni reja qilib qo‘ygan.

BILASIZMI?

Biznes-inkubatorlarning dastlabki ko‘rinishlari XX asrning o‘rtalarida Buyuk Britaniyada paydo bo‘lgan. Hozirgi tushunchadagi birinchi biznes-inkubatorga 1959-yilda asos solingan. Jozef Mankuso Bataviya shahridagi fabrika qoshidagi omborxonani sotib olib, Amerikada «Batavia Industrial Center» deb nomlangan birinchi inkubatorga asos solgan. Uning maqsadi iqtisodiy tushkunlikka yuz tutgan shaharda yangi ish o‘rinlarini tashkil etishdan iborat edi.

1985-yilga kelib dunyoda 70 ga yaqin biznes-inkubator faoliyat ko‘rsatgan bo‘lsa, 1992-yilda ularning soni 470 taga, 1995-yilda esa 1100 taga yetib, ular biznes-inkubatorlar Milliy assotsiatsiyasiga birlashdilar.

Biznes-inkubatorlarning eng ko‘p soni AQSHda tashkil etilgan bo‘lib, bunga shahar markazlari va hududlar iqtisodiyotini rivojlantirish, universitetlardagi innovatsion faoliyat va tadbirkorlik faolligini rag‘batlantirish, shuningdek, xususiy investorlar uchun qulay shart-sharoitlarni yaratish zarurati sabab bo‘lgan.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Yoshlar tadbirkorligining ahamiyati va zarurligi nima bilan izohlanadi?
2. «Tadbirkor yoshlar safining kengayishi milliy iqtisodiyotni innovatsion rivojlanish yo‘lidan borishini ta’minlaydi» degan fikrni asoslab bering.
3. Mamlakatimizda yoshlar tadbirkorligini rivojlantirish bo‘yicha qanday chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda?
4. Iqtisodiyotdagi klasterlarning mazmun-mohiyati qanday?
5. Nima uchun klasterda faoliyat natijalari yuqori bo‘ladi?
6. Yoshlar tadbirkorligi klasteri nimani anglatadi?
7. Yoshlar tadbirkorligi klasterlari qanday tashkil etiladi?
8. Yoshlar tadbirkorligi klasteri faoliyati nimalardan iborat?
9. Biznes-inkubator nima?
10. Yoshlar tadbirkorligi klasterlari faoliyatini moliyalashtirish manbalarini tushuntirib bering.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

II BOB TADBIRKORLIKNI TASHKIL ETISH

11-MAVZU BIZNES-REJA ISHLAB CHIQISH

BIZNES-REJA

Oldingi mavzulardan ma'lum bo'ldiki, tadbirkorlik faoliyati muayyan darajada tavakkalchilik, risk bilan bog'liq. Shunga ko'ra, tadbirkordan biron-bir xo'jalik qarori qabul qilish, masalan, bankdan kredit olish, asbob-uskuna, moddiy resurslarni sotib olishdan oldin uni har tomonlama, puxta o'ylab ko'rish, tegishli hisob-kitob ishlarini amalga oshirish talab etiladi. Odatda, bunday hisob-kitob qilish, ma'lum chora-tadbirlarni amalga oshirish ketma-ketligini belgilab olish jarayoni biznesni rejalashtirish deb ataladi. Biznesni rejalashtirish natijasida tayyorlangan tashkiliy-iqtisodiy tavsifdagi hujjat biznes-reja deb nomlanadi.

Biznes-reja – tadbirkorlik faoliyatini boshlashdan avval uning tavsifi, faoliyat davri, ko'zda tutilayotgan sarf-xarajat va kutilayotgan foyda kabi muhim jihatlari bayon etilgan tashkiliy-iqtisodiy tavsifdagi hujjat.

Amaliyot shuni ko'rsatadiki, biznes-reja har qanday tadbirkorlik faoliyati uchun muhim va zarurdir. Agar tadbirkor o'z faoliyatini biznes-rejasiz boshlasa, mo'ljallangan maqsadga erisha olmasligi mumkin. Biznes-reja tadbirkorlik faoliyatining xaritasi hisoblanib, uning aniq maqsadi, yo'nalishlari va asosiy bosqichlarini belgilab beradi. Tadbirkorlik faoliyati boshlanganidan keyin olingan natijalar reja bilan solishtirib boriladi, mavjud muammolar aniqlanadi. Aks holda, tadbirkorlik faoliyatini boshqarish qiyinlashib ketadi.

Biznes-reja tuzish uning ishtirokchilaridan katta bilim, faoliyatga oid ma'lumotlar, yangi texnologiyalar va bozorlarni bilishni talab etadi. Biznes-reja tuzishda barcha jihatlarni e'tiborga olmaslik yoki ayrim kam-

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

chiliklarni yashirish hisob-kitob ishlarini chalkashtiradi. Bu esa korxona faoliyatini izdan chiqarishi yoki salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shu sababli biznes-reja tuzishda malakali mutaxassislar, masalan, huquqshunoslar, iqtisodchilar, buxgalterlar, texnologlar xizmatlaridan foydalanish maqsadga muvofiqdir.

BIZNES-REJANING VAZIFASI

Biznes-reja o'z mohiyatiga ko'ra, quyidagi uch muhim vazifani bajaradi:

birinchidan, korxona, firma va kompaniyaning, shu bilan birga, jamoa a'zolarining asosiy maqsad va vazifalarini belgilab beradi;

ikkinchidan, g'oya yoki birlamchi loyihaning amaliy harakat dasturi shakliga keltirilgan hujjat sifatida hisob-kitoblar, sarf-xarajatlar, biznesni tashkil qilish va yuritishning asosiy yo'nalishlari to'g'risida ma'lumot beradi;

uchinchidan, faoliyatni moliyalashtirish, kredit resurslaridan foydalanish, shuningdek, sarmoyador sheriklarni hamkorlikka jalb etishda asos vazifasini bajaradi.

BIZNES-REJANING TUZILISHI VA TARKIBIY QISMLARI

Har bir tadbirkor o'z faoliyati, moliyaviy manbalarini hisobga olgan holda o'zi uchun biznes-reja ishlab chiqadi. Shu sababli hamma uchun bir xil mos tushadigan biznes-rejalar mavjud bo'lmaydi. Agar sizda biron-bir biznes-g'oya mavjud bo'lib, uni amalga oshirish bo'yicha biznes-reja ishlab chiqmoqchi bo'lsangiz, taxminan quyidagi tarkibiy qismlarni shakllantirishingiz taqozo etiladi.

Bo'lim	Mazmuni
1	**Rezyume**
2	**Taklif etilayotgan loyiha g'oyasi (mohiyati)**
2.1	Umumiy boshlang'ich ma'lumotlar va sharoitlar
2.2	Yangi tovar namunasining ta'rifi
2.3	Tadbirkorlik faoliyati tajribasini baholash

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

3	**Mahsulot sotiladigan bozorlarni baholash**
3.1	Yangi tovar iste'molchilarining ta'rifi
3.2	Raqobatdoshlarni baholash
3.3	Raqobatdoshlarga nisbatan o'zining kuchli va ojiz tomonlarini baholash
4	**Marketing rejasi**
4.1	Marketing maqsadlari
4.2	Marketing strategiyasi
4.3	Marketing rejasining moliyaviy ta'minlanishi
5	**Ishlab chiqarish rejasi**
5.1	Yangi tovar ishlab chiqaruvchisi
5.2	Talab qilinadigan ishlab chiqarish quvvatlari va ularning mavjudligi
5.3	Ishlab chiqarishning moddiy omillari
5.4	Ishlab chiqarish jarayonini ta'riflash
6	**Tashkiliy reja**
6.1	Korxonaning tashkiliy-huquqiy shakli
6.2	Korxonaning tashkiliy tuzilmasi
6.3	Majburiyatlarning taqsimlanishi
6.4	Hamkorlar to'g'risida axborot
6.5	Biznes tashqi muhitining ta'rifi
6.6	Korxonaning mehnat resurslari
6.7	Boshqaruv tarkibi a'zolari to'g'risida ma'lumotlar
7	**Moliyaviy reja**
7.1	Daromad va xarajatlar rejasi
7.2	Pul tushumlari va to'lovlari rejasi
7.3	Korxona aktiv va passivlarining qo'shma balansi
7.4	Zararsizlikka erishish grafigi
7.5	Moliyalashtirish strategiyasi (mablag'lar manbalari va ularni sarflash)
7.6	Tavakkalchilikni baholash va sug'urta
8	**Ilovalar**

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

BILASIZMI?

Hozirda mamlakatimizda tadbirkorlik faoliyatini keng targ‘ib etish, tadbirkorlarni qo‘llab-quvvatlash maqsadida biznes-rejalar tuzish bo‘yicha maslahatlar, amaliy ko‘mak beruvchi turli maslahat markazlari va tuzilmalari faoliyat yuritmoqda. Shuningdek, siz Internet saytlari orqali nafaqat biznes-reja to‘g‘risida umumiy tushuncha, uni ishlab chiqish tartib-qoidalari bilan tanishishingiz, balki tayyor biznes-rejalarni ham sotib olishingiz mumkin. Quyida shunday Internet saytlaridan ayrimlarini keltiramiz:

https://elmadad.uz/ideas
http://biznestrener.uz/yosh-tabirkor/50-biznes-rezha-kanday-tuziladi.html
http://pba.uz/
http://bizplan.uz/useful_info/samples_bizplan/1049/
http://bizart.uz/biznes-rezha-u-%D2%9Bandaj-tuziladi/
http://www.uzex.uz/uz-latn/pages/Business-plan?Aspx AutoDetectCookieSupport=1
http://uzbekiston.site/cr/biznes-rejalar/

Biznes-reja tuzishda mutaxassislar yordamidan ham foydalanishingiz mumkin. Ko‘plab korxona va muassasalar o‘z faoliyati tarkibida biznes-reja tuzish, tegishli maslahatlar berish kabi xizmatlarni ko‘rsatadilar. Hattoki biznes-reja tuzishga ko‘maklashuvchi ko‘plab elektron sahifalar ham mavjud. Shulardan biri – «Professional Business Advisers» (http://pba.uz) hisoblanadi.

Shuningdek, sahifada biznes-reja tuzish uchun zarur bo‘lgan hujjatlar ro‘yxati, biznes-reja tuzish xizmatlari narxlari va murojaat manzillari keltirilgan.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Biznesni rejalashtirish nima uchun zarur?
2. Biznes-reja deb nimaga aytiladi?
3. Biznes-rejaning ahamiyatini qanday asoslash mumkin?
4. Biznes-reja tuzish uchun qanday ko‘nikmalar taqozo etiladi?
5. Biznes-rejaning qanday vazifalarini bilasiz?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

12-MAVZU BIZNES LOYIHA VA STARTAPLAR

FAOLLASHTIRUVCHI SAVOL VA TOPSHIRIQLAR

1. Yuqoridagi rasmda qaysi kompaniyalarning savdo belgilari ifodalangan?
2. Mazkur kompaniyalar faoliyatining umumiy jihatlari nimada deb o‘ylaysiz?
3. Ushbu kompaniyalarning tashkil topish tarixi va muvaffaqiyati asoslari to‘g‘risida nimalar bilasiz?

BIZNES LOYIHA

Siz bilan avvalgi mavzuda biznes-rejalashtirish va biznes-rejalar to‘g‘risida ma’lumotga ega bo‘lgan edik. Mazmunan biznes-rejaga yaqin, biroq o‘zining ko‘lami jihatidan kengroq bo‘lgan yana bir tashkiliy-iqtisodiy tavsifdagi hujjat – biznes loyihadir.

Biznes loyiha – muayyan biznes g‘oyani amalga oshirish bilan bog‘liq barcha tadbirlar bayon etilgan hamda samaradorligi asoslangan hujjat. Biznes loyiha u yoki bu loyihaga mablag‘ sarflashning maqsadga muvofiqligini aniqlab beradi.

Biznes-reja muayyan g‘oyani yoki biznes bo‘yicha tadbirni amalga oshirish uchun pul va boshqa resurslarni jalb etishning maqsadga muvofiqligini asoslashda foydalaniladi. Biroq tadbirkorlik faoliyatida uning barcha jihatlarini rejalashtirish muhim o‘rin tutadi.

Odatda, biznes loyiha kengroq miqyosdagi (tijorat, ishlab chiqarish, iqtisodiy, ijtimoiy va boshqalar) vazifalarni asoslashni o‘z ichiga olib, biznes-reja uning tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi.

Biznes loyiha iqtisodiy naf yoki foyda olish maqsadida yangi mahsulotlar, xizmatlarni yaratish, mavjud ishlab chiqarishlarni modernizatsiya-

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

lash yoki rekonstruksiyalashga yo‘naltirilgan chora-tadbirlarning murakkab majmuyini ifodalaydi.

BIZNES LOYIHANING ASOSIY VAZIFALARI

Biznes loyihaning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

– ishlab chiqarilishi ko‘zda tutilayotgan mahsulotga yetarli talabning mavjudligini aniqlash;

– mahsulot ishlab chiqarish va sotish hajmini aniqlash;

– amalga oshirilishi ko‘zda tutilayotgan loyihaning foyda va rentabellik ko‘rsatkichlarini baholash.

STARTAP NIMA?

Biznes loyihalardan biri – startapdir. Hozirga qadar dunyoda muvaffaqiyatli amalga oshgan yirik startaplarga «Hewlett-Packard» (asoschilari – Devid Pakkard va Uilyam Xyulett), «Microsoft» (asoschilari – Bill Geyts va Pol Allen), «Apple Computer inc.» (asoschilari – Stiv Jobs va Stiv Voznyak), «Google» (asoschilari – Lerri Peyj va Sergey Brin)ni misol keltirish mumkin.

Startap (ingl. *startup company, startup* – harakatni boshlayotgan) – o‘z faoliyatini innovatsion g‘oyalar yoki texnologiyalarga asoslangan holda yurituvchi yangi tashkil etilgan kompaniya, firma yoki biznes loyiha.

Startaplarning yaratilishi, muvaffaqiyatli rivojlanishi va faoliyatining davom etishi sabablaridan biri – yirik korporatsiyalarning kamharakatligi va sustkashligidir. Chunki ular o‘zlari yo‘lga qo‘ygan mahsulotlarni ishlab chiqarish bilan band bo‘lib, yangi mahsulotlarni yaratish bilan shug‘ullanmaydilar. Startapni yaratishda yangi g‘oya asosiy resurs hisoblanadi. Bu g‘oyaning muvaffaqiyat omili – uning foydaliligidir. Startapning muvaffaqiyatiga uning tashkilotchilarining yoshi, g‘oya va ish bilan qiziqishi hamda mashaqqatli mehnati ham ta’sir ko‘rsatadi.

Loyihani amalga oshirish uchun moliyaviy mablag‘larning yetishmasligi hamda kompaniyaning hali bozorda mustahkam bo‘lmagan holati startapning xususiyatli jihatlari hisoblanadi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

STARTAPNI MOLIYALASHTIRISH MANBALARI

Startapni moliyalashtirish manbalariga quyidagilarni kiritish mumkin:
– biznes-angellar;
– venchur fondlar;
– tanishlar va qarindoshlar.

Biznes-angellar (ingl. *angel, business angel, angel investor* va boshqalar) – biznesga, odatda, g‘oyaning shakllanishi bosqichidan boshlab investitsiya kirituvchi xususiy shaxslar. Ular kompaniyaning ishiga aralashmaydilar, o‘zlari kiritgan mablag‘larni ham zudlik bilan qaytarilishini talab etmaydilar. Kompaniya startapiga qo‘yilgan investitsiya biznes-angellarning asosiy daromad manbai emas. Shunga ko‘ra, ularning maqsadi uzoq muddatli istiqbolda foyda olish hisoblanadi.

Venchur fondlar biznes-angellardan farqli holda, startapga o‘z omonatchilari (sug‘urta kompaniyalari, pensiya fondlari, xususiy shaxslar)ning mablag‘larini investitsiya qiladilar. Ularning loyihalarni moliyalashtirishdagi ishtiroki yuqori yoki o‘rta darajadagi risk hisoblanadi, biroq olinadigan daromad darajasi ham yuqori bo‘ladi.

STARTAP UCHUN INVESTOR QIDIRISH

Startap loyihasi uchun investor izlashning eng samarali usullaridan biri «Networking» hisoblanadi.

«Networking» – tarmoqlarga oid forum va konferensiyalarda, startap tanlovlarida, venchur investitsiyalash bo‘yicha tadbirlarda ishtirok etish hisoblanadi.

Ushbu tadbirlarda moliyaviy manbalarga ega bo‘lishni xohlovchi ko‘plab kompaniyalar bilan bir qatorda, bo‘lg‘usi investorlar ham ishtirok etadi.

Kompaniya startapi uchun investorni jalb etishda tegishli forum va saytlarda e’lonlarni chop etish katta yordam berishi mumkin. Shuningdek, startaplar birjasi hamda startaplarni moliyalashtiruvchi tashkilotlar ham mavjud.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

STARTAPLARNING RIVOJLANISH BOSQICHLARI

Startaplar bir necha rivojlanish bosqichlaridan o‘tadi.

«Pre-startup» bosqichi – g‘oyaning paydo bo‘lishidan boshlab tovarning bozorga chiqishigacha davom etuvchi davr.

«Pre-seed» bosqichi – g‘oya shakllanib bo‘lgan, iste’molchi uchun aynan nima zarurligi aniqlanib bo‘lgan bosqich. Biroq hali g‘oyani qanday qilib texnik jihatdan yaxshiroq amalga oshirish borasida aniq tasavvur mavjud bo‘lmaydi.

«Seed» bosqichi – bozorni o‘rganish, startap rejasini tuzish, texnik topshiriqni tuzish va amalga oshirish, tovar namunasini yaratish va sinovdan o‘tkazish, dastlabki investorlarni izlash va loyihani ishga tushirishga tayyorgarlik bosqichi.

«Startup» bosqichi – loyihani ishga tushirish hamda uning ishlashining boshlang‘ich davri. U Ikki bosqichdan iborat bo‘ladi:

O‘sish bosqichi – startap bozorda barqaror holatni egallab, biznes-reja tuzish bosqichida belgilangan marraga yetish uchun ishonchli harakat amalga oshiriladi.

Kengayish bosqichi – startap dastlabki maqsadli bozordagi biznes-rejani amalga oshirib, boshqa bozorlarni egallash hisobiga o‘z chegarasini kengaytira boshlaydi.

Chiqish bosqichi – startapni moliyalashtirishda ishtirok etgan biznes-angel va venchur investorlarning to‘liq yoki qisman biznesdan chiqishi. Biznesdan chiqish quyidagi ko‘rinishlarda amalga oshirilishi mumkin:

– firmani strategik investorlarga sotish;

– kompaniya aksiyalarini birjada joylashtirish;

– kompaniya aksiyalarini to‘g‘ridan to‘g‘ri investitsiya fondlariga sotish;

– biznes faoliyatini to‘xtatish va korxonaning bankrotligi.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Biznes loyiha nima?
2. Biznes loyihaning biznes-rejadan qanday farqi bor?
3. Biznes loyihaning asosiy vazifalari nimalardan iborat?
4. Startap nima? Uning biznes loyihaga qanday aloqasi mavjud?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

13-MAVZU KORXONA TA'SIS HUJJATLARI

FAOLLASHTIRUVCHI SAVOL VA TOPSHIRIQLAR

1. Yuqoridagi rasmlarda ifodalangan tovar belgilari qaysi tarmoq kompaniyalariga tegishli?
2. Rasmdagi tovar belgilarini qanday mahsulotlarda uchratgansiz?
3. O'zbekistondagi qanday brendlarni bilasiz?

TA'SIS HUJJATLARI

Korxona faoliyatini tashkil etish uning ustavi, ta'sis shartnomasi kabi ta'sis hujjatlarini ishlab chiqishdan boshlanadi. Ushbu hujjatlarni tayyorlash korxona mulkdorlaridan katta mas'uliyat talab etadi. Chunki tashkil etilayotgan faoliyat shu hujjatlarga asoslangan holda amalga oshiriladi.

> Yuridik shaxs ustav asosida yoki ta'sis shartnomasi va ustav asosida yoxud faqat ta'sis shartnomasi asosida ish olib boradi.
>
> Yuridik shaxsning ta'sis shartnomasi uning muassislari tomonidan tuziladi, ustavi esa – tasdiqlanadi.
>
> ***O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksi, 43-modda***

KORXONA USTAVI

Korxona ustavi – korxonaning faoliyat ko'rsatish tartibi va shartlarini belgilab beruvchi hujjat. Korxona o'z faoliyatini ustavida belgilab berilgan qoidalar asosida olib boradi.

Korxona ustavida, odatda, quyidagi ma'lumotlar belgilangan bo'ladi:

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

– korxonaning tashkiliy-huquqiy shakli;
– uning nomi;
– joylashgan manzili;
– ustav fondi hajmi va tarkibi;
– ustav fondini shakllantirish tartibi;
– foydani taqsimlash tartibi;
– korxonani qaytadan tashkil etish va tugatish shartlari hamda tartibi.

Tashkilotning ustav fondini belgilashda ayrim tashkilotlar uchun belgilangan minimal miqdorlar mavjudligini hisobga olish kerak bo‘ladi.

Ustav fondi – ta’sischilar yoki ishtirokchilarning o‘zlari tashkil etgan kompaniya, xo‘jalik jamiyatiga dastlabki kiritgan va doimiy ulush hisoblanadigan moddiy va pul mablag‘lari majmuyi.

O‘zbekistonda korxonaning tashkiliy-huquqiy shaklidan kelib chiqqan holda, ustav fondining o‘rnatilgan minimal miqdorini quyidagi ma’lumotdan ko‘rish mumkin.

Tashkiliy shakli	Ustav fondining o‘rnatilgan minimal miqdori
Aksiyadorlik jamiyati	1 600 000 000 so‘m
Mas’uliyati cheklangan jamiyat	Eng kam ish haqining 40 barobari
Oilaviy korxona	Eng kam ish haqining 10 barobari
Xususiy korxona	O‘rnatilmagan

KORXONA TA’SIS SHARTNOMASI

Korxonani tashkil etishda ikki va undan ortiq tomonlar ishtirok etganda ular o‘rtasidagi huquq va majburiyatlarni o‘zaro kelishib olish zarur bo‘ladi. Bunday kelishuv ta’sis shartnomasi orqali rasmiylashtiriladi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Ta’sis shartnomasi – muassislarning korxonani tashkil etish chog‘ida o‘zaro kelishib olingan asosiy shartlarini ifodalovchi yuridik hujjat.

Ta’sis shartnomasida taraflar (muassislar) yuridik shaxs tashkil etish majburiyatini oladilar, uni tashkil etish sohasida birgalikda faoliyat ko‘rsatish tartibini, unga o‘z mol-mulklarini berish hamda uning faoliyatida ishtirok etish shartlarini belgilaydilar. Shartnomada foyda va zararlarni ishtirokchilar o‘rtasida taqsimlash, yuridik shaxs faoliyatini boshqarish, muassislarning uning tarkibidan chiqish shartlari va tartibi ham belgilab qo‘yiladi. Ta’sis shartnomasiga muassislarning kelishuviga muvofiq boshqa shartlar ham kiritilishi mumkin.

O‘zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksi, 43-modda

LOGOTIP VA FIRMA BELGISI

Siz o‘z korxonangizni keng omma orasida taniqli bo‘lishini istasangiz, u holda uning firma nomini turli grafik belgilar, emblema yoki tasvirlar orqali oson yodda qoladigan va taniladigan darajasini ta’minlashingiz zarur bo‘ladi. Bunda logotip va firma belgilaridan foydalaniladi. Ko‘p holatlarda logotip va firma belgisi bir xil ma’noda ham qo‘llaniladi.

Nomi	Qisqacha mazmuni	Misol
Logotip	Grekcha«*logos*»–so‘z,«*typos*»–iz, tamg‘a ma’nosini anglatib, firma nomining maxsus uslubga solingan va qisqartirilgan shakli	
Firma belgisi	Odatda firma nomi bilan yonmayon joylashtiriluvchi yoki alohida tarzda ham qo‘llaniluvchi noyob tasviriy element	

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

TOVAR BELGISI

Siz o‘zingiz ishlab chiqargan mahsulot yoki ko‘rsatgan xizmatni boshqa mahsulot va xizmatlardan ajralib turishi uchun tovar belgisi, savdo markasi, xizmat ko‘rsatish belgisi kabi maxsus belgilardan foydalanishingiz mumkin. Agar mazkur belgilar iste’molchilarga keng tanilib, bozorning salmoqli qismini egallab olsa, u holda brend deb ataladi.

Nomi	Qisqacha mazmuni	Misol
Tovar belgisi	Bir ishlab chiqaruvchining tovarlarini boshqalaridan ajralib turishini ta’minlaydigan va maxsus ro‘yxatdan o‘tkazilgan belgi	Beeline, Chupa Chups
Savdo markasi	Trademark (savdo markasi, savdo belgisi, tovar markasi) – bu ham tovar belgisi ma’nosini anglatadi	PEPSI, McDonald's
Xizmat ko‘rsatish belgisi	Service mark – mazmunan tovar belgisini anglatuvchi, biroq xizmatlarning alohida, o‘ziga xos xususiyatli jihatlarini ajratib ko‘rsatishda foydalaniluvchi belgi	IAA credit union, ServiceMark HEATING • COOLING • PLUMBING
Brend	Brand – iste’molchilarga keng tanilgan va bozorning salmoqli qismini egallab olgan savdo markasi	adidas, NIKE

SLOGAN VA OGOHLANTIRUVCHI BELGILAR

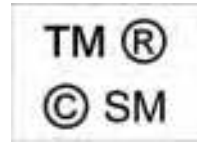
Slogan – bu reklamaning alohida, juda muhim turi. Sloganlar tez yodda qoluvchi, aforizm ko‘rinishidagi reklama formulasi bo‘lib, kompaniyaning iste’molchilar yodida saqlanib qolishini ta’minlash orqali tovarlarining tez va katta hajmda sotilishiga yordam beradi.

Hozirgi raqobat kuchayib borayotgan sharoitda tadbirkorlar o‘z tovar belgilarini ro‘yxatdan o‘tkazib, ularning boshqalar tomonidan o‘zlashtirib

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

olinishidan muhofaza qilib qo‘yadilar. Bunday holatlarda mazkur tovar belgisining ro‘yxatga olingani to‘g‘risida ogohlantiruvchi belgilar (masalan, ® va TM) dan foydalaniladi.

Nomi	Qisqacha mazmuni	Misol
Slogan	Inglizcha «*to slog*» – kuch bilan urmoq ma’nosini anglatib, tez yodda qoluvchi, aforizm ko‘rinishidagi reklama formulasi	
Ogohlantiruvchi belgilar: ® va TM	Tovar belgisi ro‘yxatga olingani to‘g‘risida maxsus ishora. Masalan: 1) harf birikmalari: «TM» – trade mark; «SM» – service mark; «R» yoki ® – tovar belgisi; 2) so‘zlar: «Trademark»; «Registered Trademark»; «Marque deposee»; «Marca registrada»	

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Korxona ta’sis hujjatlariga nimalar kiradi?
2. Korxona ustavida qanday ma’lumotlar belgilangan bo‘ladi?
3. Ustav fondi nima?
4. Korxona ta’sis shartnomasi nima? Unda qanday masalalar bayon etiladi?
5. Tovar belgisi nima? O‘zbekistondagi qaysi tovar belgilarini bilasiz?
6. Savdo markasi nima uchun xizmat qiladi?
7. Logotipning firma belgisidan farqi nima? Qanday logotiplarni bilasiz?
8. O‘zingiz bilgan bir necha sloganlarni aytib bering.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

14-MAVZU TADBIRKORLARNI DAVLAT RO‘YXATIDAN O‘TKAZISH

...Tadbirkorlarga ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirishda ko‘maklashish, davlat organlarida vakillik qilish, nizolarni sudgacha hal etish, mehnat huquqi bo‘yicha yuridik xizmatlar ko‘rsatish, huquqiy savodxonlikni oshirish kabi yo‘nalishlarda bunday xizmatlarni kuchaytirish kerak.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev

FAOLLASHTIRUVCHI SAVOL VA TOPSHIRIQLAR

1. Yuqoridagi rasmlarda ifodalangan idoralar qanday davlat xizmatlarini ko‘rsatadilar?
2. Qaysi bir idorada umumiy tavsifdagi davlat xizmatlari ko‘rsatiladi deb o‘ylaysiz? Nima uchun?
3. Tadbirkorlik bilan shug‘ullanuvchi odamlarda qaysi davlat xizmatlariga ehtiyoj tug‘ilishi mumkin?

TADBIRKORLIKNI DAVLAT RO‘YXATIDAN O‘TKAZISH

Siz o‘tgan mavzularda tadbirkorlik faoliyatining tashkiliy-huquqiy shakllari bilan tanishib chiqdingiz. Endi o‘zingiz uchun tadbirkorlik faoliyatining eng qulay shaklini tanlab, uni davlat ro‘yxatidan o‘tkazish jarayonlarini ko‘rib chiqamiz.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Fuqaro yakka tadbirkor sifatida davlat ro‘yxatidan o‘tkazilgan paytdan boshlab tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanishga haqlidir.

O‘zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksi, 24-modda.

Yuridik shaxs qonun hujjatlarida belgilangan tartibda davlat ro‘yxatidan o‘tkazilishi lozim. Davlat ro‘yxatidan o‘tkazish haqidagi ma’lumotlar barchaning tanishib chiqishi uchun ochiq bo‘lgan yuridik shaxslarning yagona davlat reyestriga kiritiladi.

O‘zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksi, 44-modda

O‘zbekistonda 2017-yil 1-apreldan boshlab tadbirkorlik subyektlarining davlat ro‘yxatidan o‘tishi bo‘yicha yangi tartib amal qilmoqda. Qarorga muvofiq tadbirkorlik subyektlarini davlat ro‘yxatidan o‘tkazish ularga **«Yagona darcha» tamoyili bo‘yicha davlat xizmatlari ko‘rsatish yagona markazlari** tomonidan amalga oshiriladi.

«Yagona darcha» tamoyili – aholi va korxonalar tomonidan maxsus idoralarga murojaat qilish orqali turli davlat xizmatlaridan foydalanish.

Demak, tadbirkorlik faoliyatini davlat ro‘yxatidan o‘tkazish uchun, birinchi navbatda, «Yagona darcha» markazlariga murojaat qilish talab etiladi.

«Yagona darcha» markazi – aholi va korxonalarga turli davlat xizmatlari ko‘rsatish, shu jumladan tadbirkorlik faoliyatini davlat ro‘yxatidan o‘tkazish bilan shug‘ullanuvchi maxsus idora.

Sizning murojaatingiz ikki xil yo‘l bilan amalga oshirilishi mumkin:

1. **An’anaviy tarzdagi murojaat –** ro‘yxatdan o‘tkazuvchi organga tashrif buyurgan holda tadbirkorlik subyektini davlat ro‘yxatidan o‘tkazish.
2. **Onlayn tarzdagi murojaat –** Internet jahon axborot tizimi orqali ro‘yxatdan o‘tkazish.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

AN’ANAVIY TARZDAGI MUROJAAT

Agar siz o‘z tadbirkorlik faoliyatingizni ro‘yxatdan o‘tkazish uchun tegishli idoraga kelsangiz, bu an’anaviy tarzdagi murojaat hisoblanadi. Bunda ro‘yxatdan o‘tkazganlik uchun davlat bojini (eng kam ish haqining bir baravari miqdorida) to‘lashingiz, tegishli qog‘oz hujjatlarning asl nusxalarini taqdim etishingiz va ariza to‘ldirishingiz lozim.

ONLAYN TARZDAGI MUROJAAT

Agar siz tadbirkorlik faoliyatingizni Internet tizimi orqali ro‘yxatdan o‘tkazishga qaror qilsangiz, bu onlayn tarzdagi murojaat hisoblanadi. Buning uchun istalgan joydan turib, birdarcha.uz veb-saytida joylashgan dastur orqali ro‘yxatdan o‘tish mumkin. Onlayn tarzdagi murojaatda ro‘yxatdan o‘tkazganlik uchun davlat boji eng kam ish haqining yarim baravari miqdorida to‘lanadi.

Ro‘yxatdan o‘tish jarayoni so‘rovnomani elektron shaklda to‘ldirish orqali bosqichma-bosqich amalga oshiriladi. Ro‘yxatdan o‘tkazish yakunlangach, sizga tadbirkorlik subyekti davlat ro‘yxatidan o‘tkazilganligi to‘g‘risidagi guvohnoma elektron shaklda beriladi.

INTERNET TIZIMI ORQALI RO‘YXATDAN O‘TKAZISHNING AFZALLIKLARI

Siz o‘z tadbirkorlik faoliyatingizni Internet tizimi orqali ro‘yxatdan o‘tkazsangiz bir qator afzalliklarga ega bo‘lasiz. Jumladan:

– ro‘yxatdan o‘tkazuvchi organga qog‘oz ko‘rinishidagi hujjatlarning asl nusxalarini taqdim etish zarurati yo‘qoladi;

– arizachilarni ro‘yxatdan o‘tkazuvchi organga, shuningdek, ro‘yxatdan o‘tkazishga davlat bojini to‘lash uchun bank kassasiga shaxsan tashrif buyurish zaruriyatidan xalos etadi;

– hujjatlar Internet orqali onlayn topshirilganda biznesni ro‘yxatdan o‘tkazish uchun davlat bojlari stavkalari shaxsan tashrif buyurgan holatga nisbatan ikki barobar kam to‘lanadi;

– biznesni ro‘yxatdan o‘tkazish uchun hujjatlarni rasmiylashtirish va topshirishni arizachi uchun qulay bo‘lgan istalgan vaqtda boshlash, to‘xtatib turish yoki qaytadan boshlash mumkin bo‘ladi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

BILASIZMI?

Korxonalar va tashkilotlar yagona davlat registri ma'lumotlariga ko'ra, 2018-yilning 1-yanvar holatiga ro'yxatga olingan yuridik shaxslar soni (fermer va dehqon xo'jaliklarisiz) 300,2 mingtaga yetdi.

Ro'yxatdan o'tgan korxonalar va tashkilotlarning asosiy ulushi Toshkent shahrida (20,8%), Toshkent (10,2%), Farg'ona va Andijon (8,7%) viloyatlari hissalariga to'g'ri keladi.

BU QIZIQ...

O'zbekiston «Biznes yuritish – 2018» reytingida dunyo o'ntaligiga kirdi

O'zbekiston Jahon banki guruhining tadbirkorlik muhitini yaxshilash bo'yicha «Biznes yuritish – 2018» (Doing Business – 2018) reytingida uchinchi bor dunyoning yetakchi o'nta davlati qatoridan o'rin oldi. Bu haqda Jahon bankining yurtimizdagi vakolatxonasi matbuot xizmati xabar qildi.

...Joriy yilgi mavzusi «Ish o'rinlarini yaratish uchun islohotlar qilish» bo'lgan yangi hisobotda O'zbekiston o'tgan yilgi 87-o'rindan 13 pog'ona yuqorilab, 74-o'rinni band etdi.

BILIMINGIZNI SINAB KO'RING!

1. Tadbirkorlik faoliyatining davlat ro'yxatidan o'tkazish nima uchun zarur?
2. Davlat xizmatlari ko'rsatishning «Yagona darcha» tamoyili nimani anglatadi?
3. «Yagona darcha» markazi nima?
4. «Yagona darcha» markazlariga murojaat qilishning qanday yo'llari mavjud?
5. An'anaviy tarzdagi murojaat qanday amalga oshiriladi?
6. Onlayn tarzdagi murojaat uchun qanday sharoitlar zarur?
7. Siz o'z tadbirkorlik faoliyatingizni ro'yxatdan o'tkazmoqchi bo'lsangiz qaysi yo'ldan foydalangan bo'lar edingiz? Nima uchun?
8. Onlayn tarzda ro'yxatdan o'tish jarayoni qanday amalga oshiriladi?
9. Internet tizimi orqali ro'yxatdan o'tkazishning qanday afzalliklari mavjud?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

15-MAVZU TADBIRKORLIK MAS'ULIYATI

Tadbirkorlar hamjamiyati nopok tadbirkorlarga nisbatan murosasiz bo'lishi lozim. Ularga nisbatan birinchi navbatda davlat emas, balki tadbirkorlarning o'zlari munosabat bildiradigan va ushbu muhit sofligini ta'minlaydigan tizim yaratishimiz kerak.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev

TADBIRKORNING HUQUQI

Tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishdan avval uning mas'uliyatini to'liq his etish lozim. Tadbirkorlik mas'uliyati, eng avvalo, qonun hujjatlarida belgilab berilgan huquq va majburiyatlarning bajarilishi orqali namoyon bo'ladi.

Tadbirkorning huquqi – davlat tomonidan tadbirkor uchun foydalanishi belgilangan yoki ruxsat berilgan xatti-harakatlar qoidalari majmuyi.

Masalan, tadbirkorning asosiy huquqlari sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

– qonun hujjatlarida taqiqlanmagan har qanday faoliyatni amalga oshirish;

– mulk huquqi asosida o'ziga tegishli bo'lgan mol-mulkka egalik qilish, undan foydalanish va uni tasarruf etish;

– o'z faoliyati yo'nalishlarini, tovarlar yetkazib beruvchilarni va o'z tovarlarining iste'molchilarini mustaqil ravishda tanlash;

– barcha ishlab chiqarish xarajatlarining o'rni qoplanib, soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar to'langanidan so'ng qolgan daromadni (foydani) erkin tasarruf etish;

– kreditlar olish, boshqa shaxslarning pul mablag'larini hamda mol-mulkini shartnoma shartlari asosida jalb etish;

– tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

TADBIRKORNING MAJBURIYATI

Tadbirkorlik mas'uliyati ko'proq tadbirkor tomonidan majburiyatlarning to'liq va o'z vaqtida bajarilishi orqali namoyon bo'ladi.

Tadbirkorning majburiyati – davlat tomonidan tadbirkor uchun rioya etilishi yoki bajarilishi shart etib belgilangan xatti-harakatlar qoidalari majmuyi.

Quyida tadbirkor majburiyatining ayrimlariga to'xtalib o'tamiz.

SHARTNOMA MAJBURIYATLARINI BAJARISH

Tadbirkor o'z faoliyatini turli subyektlar – davlat idoralari, korxonalar va tashkilotlar, yakka tadbirkorlar yoki fuqarolar bilan tuzilgan shartnomalar asosida olib boradi. Shunday ekan, u eng avvalo mazkur shartnomalardan kelib chiqadigan majburiyatlarini bajarishi lozim.

Tadbirkorlarda o'z shartnoma majburiyatlarini bajarish mas'ulligi mavjud bo'lmagan holatni tasavvur qilib ko'raylik. Oziq-ovqatlarning o'z vaqtida yoki yetarli hajmda yetkazib berilmasligi – mamlakatda narx-navoning keskin o'sishi hamda ocharchilikning kelib chiqishiga; korxonalarga xomashyo va materiallarning yetkazib berilmasligi – ishlab chiqarishning qisqarishi, to'xtab qolishi, ishsizlikning paydo bo'lishi va oqibatda iqtisodiyotning inqirozga yuz tutishiga olib keladi.

TO'LOVLARNI O'Z VAQTIDA TO'LASH

Tadbirkor o'z faoliyati natijasida kelib chiqadigan soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni o'z vaqtida to'lashi zarur. Aks holda, davlat budjeti daromad qismining bajarilmasligi va budjet taqchilligining paydo bo'lishiga olib keladi. Oqibatda, davlat budjetidan moliyalashtiriluvchi korxona va tashkilotlar moliyaviy ta'minotiga putur yetadi, ularning ishchi va xodimlari o'z vaqtida maosh olmaydi, pensiya va ijtimoiy to'lovlar kechikadi.

Tadbirkor agar o'z faoliyatida yollanma mehnatdan foydalansa, ishchi va xodimlarning ish haqi va boshqa ijtimoiy sug'urta to'lovlarini amalga oshirishi lozim. O'z vaqtida va mehnatiga munosib miqdorda ish haqi olmagan ishchining mehnat unumdorligi pasayadi. Oqibatda boshqa ishga

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

o‘tish yoki qo‘shimcha daromad topish yo‘llarini izlashga tushadi. Bularning barchasi tadbirkorning faoliyat natijalariga salbiy ta’sir ko‘rsatadi.

QONUN HUJJATLARI TALABLARIGA RIOYA ETISH

Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishda mehnatni muhofaza qilish hamda xavfsizlik texnikasi, ekologiya, sanitariya va gigiyena sohasidagi qonun hujjatlari va normativ hujjatlar talablariga rioya etish kerak. Chunki yetarli darajada yoritilmagan, issiqlik bilan ta’minlanmagan, o‘z hayotini xavf ostiga qo‘yish mumkin bo‘lgan sharoitda ishchilar yuqori unum bilan ishlay olmaydi. Qolaversa, buning oqibatida ro‘y bergan noxush holatlar, baxtsiz hodisalarga ish beruvchi – tadbirkor to‘liq javobgar bo‘ladi.

Ekologiya, ya’ni atrof-muhit muhofazasiga e’tibor qilmaslik, ishlab chiqarish chiqindilarini aholi yashash punktlariga, suv havzalariga tashlash, zaharli modda yoki gazlar chiqishining oldini olmaslik, avvalo, shu korxonadagi ishchi va tadbirkorning, qolaversa, barcha jamiyat a’zolarining sog‘lig‘iga putur yetkazadi.

HALOL RAQOBATLASHUV

Boshqa tadbirkorlar bilan raqobatlashganda faqat uning ruxsat etilgan (halol raqobat) turlaridan foydalanilishi, ayni paytda, iste’molchilarning huquqlarini himoya qilish haqidagi qonun hujjatlari talablariga rioya etilishi lozim. O‘z raqiblarini qo‘rqitish, ularning tijorat yoki sanoat sirlarini o‘g‘irlashga harakat qilish, mol-mulkiga qasddan ziyon yetkazish, raqobatchilarni sindirish uchun demping narx, ya’ni mahsulotni o‘z tannarxidan past bo‘lgan narxda sotish kabi usullar nohalol (g‘irrom) raqobat turlari hisoblanadi. Bunday raqobatlashuvning keng yoyilishi iqtisodiyotdagi barqarorlikning buzilishiga, jamiyatda esa jinoyatchilikning kengayishiga olib keladi.

TO‘G‘RI HISOB YURITISH VA HISOBDORLIK

Tadbirkor buxgalteriya, tezkor va statistika hisobini qonun hujjatlari talablariga muvofiq yuritishi, shuningdek, o‘z faoliyati to‘g‘risidagi hisobotlarni tegishli davlat organlariga belgilangan tartibda va muddatlar-

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

da taqdim etishi shart. To‘g‘ri hisob yuritmaslik oqibatida tadbirkorning moliyaviy natijalarini noto‘g‘ri ko‘rsatish, foydani yashirish orqali soliqni pasaytirish holatlari kelib chiqishi mumkin.

TADBIRKORNING JAVOBGARLIGI

Tadbirkorning javobgarligi belgilangan huquq va majburiyatlarga rioya etmaslik, ularni bajarmaslik oqibatida paydo bo‘ladi. Tadbirkorning javobgarligi deganda tadbirkor tomonidan bajarilmagan shartnoma majburiyatlari, xo‘jalik subyektlari, iste’molchilar, yollanma ishchilar va davlatning poymol etilgan huquqlarini tiklashga yo‘naltirilgan muayyan xatti-harakatlarni amalga oshirish majburiyati tushuniladi.

Tadbirkorning javobgarligi – bu tadbirkor xatti-harakatining belgilangan qonun me’yorlari, ijtimoiy va axloqiy qoidalarga muvofiqligi yuzasidan javob berish majburiyati.

Tadbirkorning javobgarligi mulkiy (moddiy), ma’muriy, jinoiy va axloqiy ko‘rinishlarda bo‘lishi mumkin.

Huquqbuzarlik subyektiga ko‘ra javobgarlik yakka tartibdagi, guruhiy yoki jamoaviy ko‘rinishlarga ajralishi mumkin. Yakka tartibdagi javobgarlikka tadbirkorlik faoliyati sohasidagi o‘z majburiyatlarini bajarmaganligi uchun alohida jismoniy shaxs, guruhiy javobgarlikka – jismoniy shaxslar guruhi, jamoaviy javobgarlikka – yuridik shaxslar ega bo‘ladi.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Tadbirkorlik mas’uliyati nima? U qanday holatlar orqali namoyon bo‘ladi?
2. Tadbirkorning huquqi nima? Mamlakatimizdagi tadbirkorlarning asosiy huquqlarini sanab bering.
3. Tadbirkorning majburiyati nima? U tadbirkorning huquqidan nimasi bilan farq qiladi?
4. Nima uchun tadbirkor tomonidan shartnoma majburiyatlarini bajarish zarur hisoblanadi? Shartnomaning bajarilmasligi qanday holatlarga olib keladi?
5. Tadbirkor tomonidan soliqlar va boshqa majburiy to‘lovlarni o‘z vaqtida to‘lamaslik qanday oqibatlarga olib kelishi mumkin?
6. Tadbirkor qo‘l ostidagi ishchilarning ish haqini pasaytirish orqali o‘z foydasini oshirishi mumkinmi? Nima uchun?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

III BOB KORXONA MABLAG‘LARI, XARAJATLARI VA MOLIYAVIY NATIJALARI

16-MAVZU KORXONA MABLAG‘LARI VA ULARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI

FAOLLASHTIRUVCHI SAVOL VA TOPSHIRIQLAR

1. Rasmlarda mebel ishlab chiqarishga ixtisoslashgan korxona mablag‘larining qaysi shakllari ifodalangan?
2. Ushbu mablag‘larning qaysilarini asosiy hamda qaysilarini aylanma mablag‘larga kiritish mumkin? Fikringizni asoslang.
3. Korxona mablag‘laridan samarali foydalanish yo‘llari nimalardan iborat deb o‘ylaysiz?

KORXONA MABLAG‘LARI

Hech e’tibor berganmisiz – tadbirkor kishidan ma’lum miqdorda pul berib turishini so‘rasangiz, u, odatda, «mening pullarim aylanishda» deb javob beradi. Ushbu javobning mazmunini to‘laroq tushunish uchun korxona mablag‘lari va ularning harakatini ko‘rib chiqamiz.

Siz o‘z tadbirkorlik faoliyatingizni olib borish uchun korxona tashkil etishingiz mumkin.

Korxona – bu jamiyat ehtiyojlarini qondirish va foyda olish maqsadida mahsulot ishlab chiqarish, ish bajarish va xizmat ko‘rsatish uchun tashkil etilgan mustaqil xo‘jalik yurituvchi subyekt.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Korxona faoliyatini tashkil etish va yuritish uchun mablag‘lar talab etiladi.

Korxona mablag‘lari – bu korxona faoliyatini tashkil etish va amalga oshirishga xizmat qiluvchi pul, turli resurslar va ishlab chiqarilgan tovarlar majmuyidir. Mazkur mablag‘lar turli manbalarda kapital, fond, vosita kabi atamalar bilan ham nomlanadi.

KORXONA MABLAG‘LARI SHAKLLARI

Amalda korxona mablag‘lari uchta shaklda bo‘ladi: pul, resurs va tovar.

Pul shaklidagi mablag‘lar korxona faoliyatini yo‘lga qo‘yish uchun zarur resurslarni sotib olish yoki ulardan foydalanganlik uchun to‘lovlarni amalga oshirish uchun ishlatiladi. Buning natijasida pul mablag‘lari resurslar yoki unumli mablag‘larga aylanadi.

Resurslar – ishlab chiqarish jarayonini amalga oshirish uchun sotib olingan bino, asbob-uskunalar, xomashyo va materiallar, mehnat resurslari, elektr energiyasi, suv va boshqa resurslar shaklidagi mablag‘lardir.

Ushbu resurslar ishlab chiqarish jarayonida foydalanilib, o‘zining qiymatidan ko‘proq mahsulot yaratgani uchun unumli mablag‘lar deb ham yuritiladi.

Ishlab chiqarish jarayonida yaratilgan mahsulotlar tovar, ya’ni sotish uchun mo‘ljallangan mahsulot shaklini oladi.

Tovar – bu korxonada ishlab chiqarilgan va sotishga mo‘ljallangan mahsulot yoki xizmatlar.

Demak, tadbirkorning qo‘lida pul shaklida bo‘lgan mablag‘ o‘z harakati davomida dastlab resurslarga, keyin esa tovarga aylanib, bozorda sotilgach, yana pul shaklida tadbirkorga qaytib keladi. Buni korxona mablag‘ining (bu o‘rinda pulning) doiraviy aylanishi deyiladi.

Korxona mablag‘larining doiraviy aylanishi – korxona mablag‘ining o‘z harakatini muayyan (pul, resurs, tovar) shakldan boshlab, navbatdagi bosqichlarni bosib o‘tib, yana o‘zining dastlabki shakliga qaytishi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

KORXONA MABLAG‘LARINING AYLANISHI

Korxona mablag‘larining doiraviy aylanishi uzluksiz takrorlanib, yangilanib turadi. Chunki tadbirkor o‘z mablag‘ini bir marta aylantirib, undan olgan foydasi bilan cheklanib qolmaydi. Ushbu uzluksiz jarayon **korxona mablag‘larining aylanishi** deyiladi.

Korxona mablag‘larining aylanishi – korxona mablag‘lari doiraviy aylanishining uzluksiz takrorlanib, yangilanib turishi.

Korxona mablag‘lari tarkibidagi turli resurslarning aylanish tezligi farqlanadi. Masalan, xomashyo va materiallar bir doiraviy aylanishdan keyin o‘zining boshlang‘ich shakliga qaytsa, bino va asbob-uskunalar bir necha doiraviy aylanishdan keyin o‘zining boshlang‘ich shakliga qaytadi.

Shunga ko‘ra, korxona mablag‘lari ikki qismga: asosiy va aylanma mablag‘larga bo‘linadi.

Asosiy mablag‘ – ishlab chiqarish jarayonida uzoq muddat ishtirok etib, o‘z moddiy ko‘rinishini o‘zgartirmaydigan resurs shaklidagi mablag‘.

Aylanma mablag‘ – ishlab chiqarish jarayonida bir marta ishtirok etib, o‘z moddiy ko‘rinishini o‘zgartiradigan resurs shaklidagi mablag‘.

Asosiy va aylanma mablag‘larning o‘zaro farqini quyidagi jadval orqali ko‘rish mumkin.

Xususiyatli jihat	Asosiy mablag‘	Aylanma mablag‘
Ishlab chiqarish jarayonida ishtirok etishi	– uzoq davr ishtirok etadi (masalan, stanok 10 yil, bino 50–100 yil); – o‘zining moddiy ko‘rinishini saqlab qoladi.	– bir marta ishtirok etadi; – o‘zining moddiy ko‘rinishini yo‘qotib, yangi ko‘rinishga o‘tadi (masalan, charmdan poyabzal ishlab chiqarilishi).
O‘z qiymatini mahsulot qiymatiga o‘tkazishi	– mahsulot qiymatiga uzoq davr davomida qisman-qisman o‘tib boradi.	– mahsulot qiymatiga bir ishlab chiqarish jarayonida to‘liq o‘tadi.

Yuqoridagilardan ko‘rinadiki, aylanma mablag‘lar bir ishlab chiqarish jarayonida o‘z qiymatini mahsulot qiymatiga to‘liq o‘tkazib, u sotilgandan

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

so‘ng yana qaytadan sotib olish orqali tiklanishi mumkin. Masalan, bir juft poyabzal ishlab chiqarish uchun 60 ming so‘mlik charm sarflangan bo‘lsa, charm qiymati poyabzal qiymatiga to‘liq qo‘shiladi. Agar poyabzal xaridorga 120 ming so‘mga sotilsa, demak bu narx tarkibida 60 ming so‘mlik charm qiymati ham mavjud. Tadbirkor poyabzal sotishdan tushgan 120 ming so‘mning 60 ming so‘miga yangi charm xomashyosini sotib olish orqali mazkur aylanma mablag‘ni qaytadan hosil qiladi.

Biroq asosiy mablag‘ni qaytadan hosil qilish u qadar oddiy emas. Chunki asosiy mablag‘ tarkibidagi bino, inshoot, asbob-uskuna, mehnat qurollari uzoq muddat davomida xizmat qilib, ular yordamida ko‘plab mahsulotlar ishlab chiqariladi. Shunga ko‘ra, asosiy mablag‘lar ko‘rinishidagi resurslarning ishlab chiqarish jarayonidagi xizmat muddati hisobga olinib, ularning eskirish qiymati bu muddat davomida ishlab chiqarilgan mahsulotlar qiymatiga kiritib boriladi.

Asosiy mablag‘ning eskirishi – asosiy mablag‘ boshlang‘ich qiymatining pasayib borishi.

Asosiy mablag‘ boshlang‘ich qiymatining pasayib borishi uning eskirgan qismining mahsulot qiymatiga o‘tkazib borilishi sababli ro‘y berib, bu jarayon asosiy mablag‘lar amortizatsiyasi deb ataladi.

Asosiy mablag‘lar amortizatsiyasi – asosiy mablag‘lar eskirish qiymatini mahsulot ishlab chiqarish xarajatlariga kiritib borish yo‘li bilan pul ko‘rinishidagi qoplab borilishi.

Amortizatsiya ajratmasi (A_{aj}) asosiy mablag‘ qiymati (M_{as}) ni mazkur qiymatning xizmat davri (X_d) ga nisbati orqali aniqlanadi:

$$A_{aj} = \frac{M_{as}}{X_d}$$

Amortizatsiya ajratmalari belgilangan amortizatsiya me’yori asosida ajratilib boriladi. **Amortizatsiya me’yori (A_m)** asosiy mablag‘ qiymati (M_{as}) va mazkur qiymatning xizmat davri (X_d) bilan ko‘paytmasiga nisbati hamda ularni foizda ifodalash orqali aniqlanadi:

$$A_M = \frac{M_{as}}{M_{as} \times X_d} \times 100\% \text{ yoki } A_M = \frac{1}{X_d} \times 100\%$$

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Korxonada ushbu yo‘l bilan yig‘ilib boriladigan asosiy mablag‘larning eskirish summasi **amortizatsiya jamg‘armasi**ni tashkil etadi.

Aytaylik, korxonaga 50 mln. so‘mlik stanok sotib olindi. Agar stanokning 10 yil davomida xizmat qilishi ko‘zda tutilgan bo‘lsa, u holda bir yillik eskirish summasi 5 mln. so‘mni, amortizatsiya me’yori esa 10 foizni tashkil etadi:

Yillar	Yil boshiga qiymati	Bir yildagi eskirishi	Yil oxiriga qiymati	Amortizatsiya jamg‘armasi
1	50 000 000	5 000 000	45 000 000	5 000 000
2	45 000 000	5 000 000	40 000 000	10 000 000
3	40 000 000	5 000 000	35 000 000	15 000 000
4	35 000 000	5 000 000	30 000 000	20 000 000
5	30 000 000	5 000 000	25 000 000	25 000 000
6	25 000 000	5 000 000	20 000 000	30 000 000
7	20 000 000	5 000 000	15 000 000	35 000 000
8	15 000 000	5 000 000	10 000 000	40 000 000
9	10 000 000	5 000 000	5 000 000	45 000 000
10	5 000 000	5 000 000	0	50 000 000

Jadval ma’lumotlaridan ko‘rinadiki, korxonada har yili stanok uchun 5 mln. so‘mlik eskirish hisoblanib, amortizatsiya jamg‘armasiga o‘tkazib boriladi. Natijada, 10 yildan keyin stanokning qiymati umuman yo‘qolib, korxona amortizatsiya jamg‘armasida 50 mln. so‘m pul mablag‘i paydo bo‘ladi. Tadbirkor endilikda eskirgan stanokni chiqarib tashlab, o‘rniga yangi stanok sotib olish imkoniga ega bo‘ladi.

KORXONA MABLAG‘LARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI

Tadbirkor uchun o‘z korxonasi mablag‘laridan foydalanish samaradorligini baholab borish muhim hisoblanadi. Buning uchun u bir qator ko‘rsatkichlardan foydalanishi mumkin.

Asosiy mablag‘ samaradorligi (MS_{as}) – korxonada ishlab chiqarilgan mahsulot hajmi (MH) bilan asosiy mablag‘ qiymati (M_{as}) o‘rtasidagi nisbatni ifodalovchi ko‘rsatkich:

$$MS_{as} = \frac{MH}{M_{as}}$$

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Aytaylik, korxonada 500 mln. so‘mlik asosiy mablag‘lar mavjud bo‘lib, 2017-yil davomida 2 mlrd. so‘m hajmida mahsulot ishlab chiqarildi. U holda korxonaning asosiy mablag‘ samaradorligi ko‘rsatkichi 4 ni tashkil etadi. Bu korxonaning har 1 so‘mlik asosiy mablag‘i 4 so‘mlik mahsulot ishlab chiqarishda ishtirok etganini anglatadi. Mazkur ko‘rsatkichning yuqori bo‘lishi ijobiy holat hisoblanadi.

Asosiy mablag‘ sig‘imi (MSig‘$_{as}$) – asosiy mablag‘ samaradorligiga teskari, ya’ni korxona asosiy mablag‘ qiymati (M_{as}) bilan ishlab chiqarilgan mahsulot hajmi (MH) o‘rtasidagi nisbatni ifodalovchi ko‘rsatkich:

$$MSig'_{as} = \frac{M_{as}}{MH}$$

Yuqoridagi misol bo‘yicha ko‘rilsa, korxonaning asosiy mablag‘ sig‘imi ko‘rsatkichi 0,25 ni tashkil etadi. Bu korxonadagi har 1 so‘mlik mahsulotni ishlab chiqarishda 0,25 so‘mlik asosiy mablag‘ ishtirok etganini anglatadi. Mazkur ko‘rsatkichning past bo‘lishi ijobiy holat hisoblanadi.

Korxonada aylanma mablag‘dan samarali foydalanish mahsulotning material samaradorligi va material sig‘imi ko‘rsatkichlari orqali baholanadi.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Korxona mablag‘lari nima?
2. Korxona mablag‘larining qanday shakllari mavjud?
3. Korxona mablag‘larining doiraviy aylanishi nima?
4. Korxona mablag‘larining aylanishi doiraviy aylanishdan nimasi bilan farq qiladi?
5. Asosiy va aylanma mablag‘larning bir-biridan farqi nimada?
6. Asosiy mablag‘ning eskirishi deganda nima tushuniladi?
7. Amortizatsiya me’yori qanday hisoblanadi?
8. Korxona mablag‘laridan foydalanish samaradorligi qaysi ko‘rsatkichlar orqali baholanadi?
9. Asosiy mablag‘ samaradorligi ko‘rsatkichining mazmunini tushuntirib bering.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

17-MAVZU BANK KREDITLARI

Shu maqsadda tijorat banklari va ularning joylardagi filiallari, o‘z imkoniyatlaridan kelib chiqib, tadbirkorlarga moliyaviy ko‘mak va madad berishni zimmasiga oladi.

Lo‘nda qilib aytadigan bo‘lsak, banklar endi xalqimizni tadbirkorlikka, ishbilarmonlikka o‘rgatishi va shunga yetaklashi lozim bo‘ladi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev

FAOLLASHTIRUVCHI SAVOL VA TOPSHIRIQLAR

1. Rasmlarda kreditning mazmun-mohiyati bilan bog‘liq qanday jihatlar ifodalangan?
2. Rasmdagi soat tasviri qanday ma’noni anglatadi deb o‘ylaysiz? Kalkulatorchi? O‘z fikringizni izohlab bering.

KREDIT VA UNING TAMOYILLARI

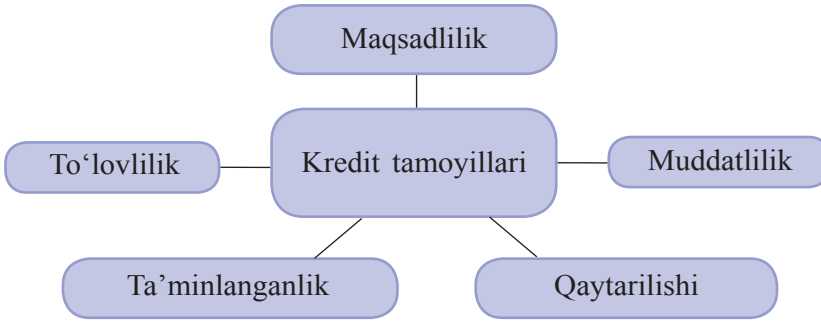
Har bir tadbirkor ham o‘z faoliyatini yuritish uchun yetarli moliyaviy mablag‘ga ega bo‘lmasligi mumkin. Yoki korxonani kengaytirish, biron-bir loyihani amalga oshirish uchun mablag‘i yetmay qolishi mumkin. Bunday hollarda qo‘shimcha mablag‘ topishning keng tarqalgan va samarali yo‘li – bank krediti olish hisoblanadi.

Bank krediti – banklar va maxsus kredit muassasalari tomonidan tadbirkorlar yoki boshqa shaxslarga beriluvchi pul shaklidagi qarz.

Kredit berish bir qator tamoyillarga asoslanib, uning quyidagi chizma ko‘rinishida ifodalash mumkin.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE



Bundan ko‘rinadiki, siz bankdan kredit olishda uni qay maqsadda olayotganingizni bildirishingiz lozim. Ushbu maqsaddan kelib chiqqan holda kredit muddatlari aniqlanadi va kredit to‘lovlari foizlari belgilanadi. Bunda siz olingan kredit va u bo‘yicha hisoblangan foizlarni o‘z vaqtida qaytarilishiga kafolat berishingiz kerak bo‘ladi. Ko‘pincha ushbu kafolat bank tomonidan berilayotgan kredit summasidan ko‘proq qiymatdagi garov ta’minoti orqali taqdim etiladi.

KREDIT TURLARI

Bank krediti bilan bir qatorda siz kreditning boshqa turlari to‘g‘risida ma’lumotga ega bo‘lishingiz lozim.

Agar xo‘jaliklararo kredit muayyan tovarlarning to‘lovini kechiktirish shaklida amalga oshirilsa, **tijorat krediti** deb ataladi.

Ko‘chmas mulk (masalan, yer, bino)larni garovga qo‘yish hisobiga uzoq muddatli qarz shaklida beriluvchi kredit **ipoteka krediti** deb ataladi.

Iste’mol krediti – xususiy shaxslarga, birinchi navbatda, uzoq muddat foydalanadigan iste’mol tovarlari (masalan, mebel, avtomobil, televizor va boshqalar)ni sotib olish uchun ma’lum muddatga beriladigan kredit.

FOIZ STAVKASI

Sizni bank kreditidan foydalanish yoki foydalanmaslik to‘g‘risidagi qaroringizga ta’sir etuvchi asosiy omillardan biri – bu kredit bo‘yicha hisoblanuvchi foiz stavkasidir.

Foiz stavkasi – kredit oluvchi tomonidan to‘lanadigan to‘lov miqdorini kredit miqdoriga nisbatining foizdagi ifodasi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Foiz stavkasini quyidagi formula orqali ifodalash mumkin:

$$r' = \frac{r}{K_{ssuda}} \times 100$$

bu yerda:

r' – foiz stavkasi;

r – kredit bo‘yicha to‘lov miqdori;

K_{ssuda} – kredit miqdori.

Agarda, siz bankdan 100 ming so‘m miqdoridagi kreditni yiliga 20 ming so‘m to‘lash sharti bilan olgan bo‘lsangiz, mazkur kredit foiz stavkasi 20% ni tashkil qiladi. Bundan ko‘rinadiki, foiz stavkasini turli, masalan, yil, chorak, oy va boshqa muddatlar uchun hisoblash mumkin.

AMALIYOTDA KREDIT FOIZINI HISOBLASH VA TO‘LASH

Hozirgi kunda bank amaliyotida kredit foizini hisoblash va to‘lash asosiy qarzning kamayib borishi tamoyilida amalga oshiriladi. Bunda olingan kredit miqdori belgilangan muddat, ya’ni yillarni oylarga aylantirib, ular soniga bo‘linadi va shu yo‘sinda kredit foizi hisoblanib boriladi. Aytaylik, siz bankdan yillik 20% ko‘rinishida 1 yil muddatga 90 mln. so‘m kredit oldingiz. Ushbu holda siz kredit to‘lovlarini quyidagi tartibda amalga oshirasiz.

Oy	Kreditning qoldig‘i	Kredit bo‘yicha asosiy to‘lov miqdori	Kredit bo‘yicha foiz to‘lovi miqdori	Kredit bo‘yicha umumiy to‘lovlar miqdori
1	90 000 000	7 500 000	1 800 000	**9 300 000**
2	82 500 000	7 500 000	1 650 000	**9 150 000**
3	75 000 000	7 500 000	1 500 000	**9 000 000**
4	67 500 000	7 500 000	1 350 000	**8 850 000**
5	60 000 000	7 500 000	1 200 000	**8 700 000**
6	52 500 000	7 500 000	1 050 000	**8 550 000**
7	45 000 000	7 500 000	900 000	**8 400 000**
8	37 500 000	7 500 000	750 000	**8 250 000**
9	30 000 000	7 500 000	600 000	**8 100 000**
10	22 500 000	7 500 000	450 000	**7 950 000**

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

11	15 000 000	7 500 000	300 000	**7 800 000**
12	7 500 000	7 500 000	150 000	**7 650 000**
	0	90 000 000	11 700 000	**101 700 000**

KREDIT TA'MINOTI

Kredit ta'minoti – kredit bo'yicha kelishuvning qarz oluvchi tomonidan uni belgilangan muddatda qaytarish imkoniyatini oshiruvchi qo'shimcha sharti. Kredit ta'minoti sifatida garov tariqasidagi mol-mulklar, turli tashkilotlarning kafolatlari, uchinchi shaxs kafilligi va boshqalar xizmat qilishi mumkin.

Misol uchun, «Ipak yo'li» AITBda garov ta'minoti sifatida quyidagilar qabul qilinishi mumkinligi belgilab berilgan:

1) mol-mulk (ko'chadigan va ko'chmas mulk) garovi. Garov shakli O'zbekiston Respublikasi «Garov haqida» va «Ipoteka haqida»gi qonunlariga to'g'ri keladigan mulk, buyum va mulk huquqi (talabnomalar) shaklida bo'lishi mumkin;

2) tijorat banklari yoki sug'urta kompaniyalarining kafolati;

3) uchinchi shaxs kafilligi;

4) olingan kreditning qaytmasligi riskini bank foydasiga sug'urtalash haqida sug'urta polisi;

5) zargarlik buyumlari;

6) qonunda ko'zda tutilgan boshqa ta'minotlar.

MIJOZNING KREDIT OLISH LAYOQATINI BAHOLASH

Siz kredit olish maqsadida tegishli hujjatlarni bankka taqdim etganingizdan so'ng bank kredit olish layoqatingizni baholab ko'radi. Chunki mijozga kredit berish mumkinligi va uning miqdorini to'g'ri aniqlash bank kreditining qaytarilishiga imkon yaratadi.

Mijozning kredit olish layoqatini baholash har bir bank tomonidan mustaqil ravishda ishlab chiqilgan mezonlar va usullar asosida amalga oshiriladi.

Eng avvalo, bank sizning muayyan davrda barcha to'lovlarni amalga oshirgandan keyingi qoladigan pulingizni quyidagi formula orqali aniqlaydi:

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

$$SD = OD - DS$$

bu yerda:

SD – sof daromad;

OD – olingan daromad;

DS – doimiy sarflar.

Aytaylik, sizning daromad solig‘i va boshqa ushlanmalardan keyingi oylik daromadingiz 1 mln. so‘mni tashkil etadi. Doimiy sarflar (masalan, kommunal to‘lovlari, ijara haqi va boshqalar) miqdori 400 ming so‘m bo‘lsa, u holda sof daromadingiz 600 ming so‘mni tashkil etadi. Olinayotgan kredit bo‘yicha ma’lumotlar asosida sizning kredit olish layoqatingiz koeffitsiyentini quyidagi formula orqali hisoblash mumkin:

$$KLK = \frac{SD}{OT}$$

Bu yerda:

KLK – kredit olish layoqati koeffitsiyenti;

SD – sof daromad;

OT – har oylik to‘lovlar.

Aytaylik, sizning kredit bo‘yicha har oylik to‘lovlaringiz 300 ming so‘m bo‘lsa, u holda kredit olish layoqatingiz koeffitsiyenti 2 ga teng bo‘ladi. Ya’ni, sizning sof daromadingiz kredit bo‘yicha har oylik to‘lovlaringizni 2 baravar qoplaydi. Bank ushbu koeffitsiyentni bu borada o‘zi belgilagan me’yorga taqqoslab ko‘radi va natija ijobiy bo‘lsa, baholashning keyingi bosqichlariga o‘tadi.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Bank krediti nima?
2. Kredit berishning qanday tamoyillari mavjud?
3. Kreditning qanday turlarini bilasiz? Har bir turining mazmunini qisqacha izohlang.
4. Kredit va lizingning o‘zaro farqi nimada?
5. Foiz stavkasi nima va u qanday ifodalanadi?
6. Hozirgi kunda bank amaliyotida kredit foizini hisoblash va to‘lash qanday amalga oshiriladi?
7. Kredit ta’minoti nima uchun zarur?
8. Mijozning kredit olish layoqatini baholash nima uchun zarur?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

18-MAVZU KORXONA XARAJATLARI

ISHLAB CHIQARISH XARAJATLARI

Tadbirkorlik faoliyatining muvaffaqiyati xarajatlarni to‘g‘ri rejalashtirish va amalga oshirishga bog‘liq. Masalan, siz biron-bir mahsulotni ishlab chiqarish uchun xomashyo, asosiy va yordamchi materiallar, yonilg‘i va energiya, amortizatsiya, ish haqi va ijtimoiy sug‘urtaga ajratmalar, foiz to‘lovlari va boshqa xarajatlar bilan to‘qnash kelishingiz mumkin. Mahsulotni ishlab chiqarish va uni iste’molchilarga yetkazish bo‘yicha barcha sarflar umumiy xarajatlar deyiladi.

Umumiy xarajatlar ikkiga bo‘linadi:

– ishlab chiqarish xarajatlari;

– muomala xarajatlari.

Ishlab chiqarish xarajatlari – mahsulotni bevosita ishlab chiqarish uchun qilinadigan sarflar.

Ular tarkibiga yuqorida keltirib o‘tilgan ish haqi, xomashyo va material sarflari, amortizatsiya va boshqalarni kiritish mumkin.

Muomala xarajatlari – mahsulotlarni ishlab chiqaruvchidan olib, iste’molchiga yetkazish bilan bog‘liq sarflar.

Muomala xarajatlari ikki guruhga bo‘linadi: qo‘shimcha muomala xarajatlari va sof muomala xarajatlari.

Qo‘shimcha muomala xarajatlari – mahsulotlarni o‘rash, qadoqlash, saralash, transportga ortish, tashish va saqlash bilan bog‘liq sarflar. Muomala xarajatlarining bu turlari ishlab chiqarish xarajatlarining davomi hisoblanib, mahsulot qiymati tarkibiga kiradi va uni oshiradi. Xarajatlar tovarlar sotilgandan keyin olingan pul tushumi summasidan qoplanadi.

Sof muomala xarajatlari – sotuvchi maoshi, marketing, reklama va shu kabilar bilan bog‘liq sarflar. Sof muomala xarajatlari mahsulot qiymatini oshirmaydi. Ular mahsulot sotilgandan keyin olingan foyda hisobidan qoplanadi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

BUXGALTERIYA VA IQTISODIY XARAJATLAR

Korxona ishlab chiqarish jarayonida o‘z resurslari yoki jalb qilingan resurslardan foydalanishi mumkin. Shundan kelib chiqqan holda, xarajatlar ichki yoki tashqi xarajatlarga bo‘linadi.

Tashqi xarajatlar – korxona faoliyati uchun zarur resurs va xizmatlarni tashqaridan to‘lov asosida jalb etish natijasida vujudga keladigan xarajatlar.

Masalan, sizning xomashyo va materiallar, transport xizmati uchun to‘lovingiz tashqi xarajat hisoblanadi. Tashqi xarajatlar to‘lov hujjatlari bilan rasmiylashtirilgani sababli buxgalteriya xarajatlari deb ham ataladi.

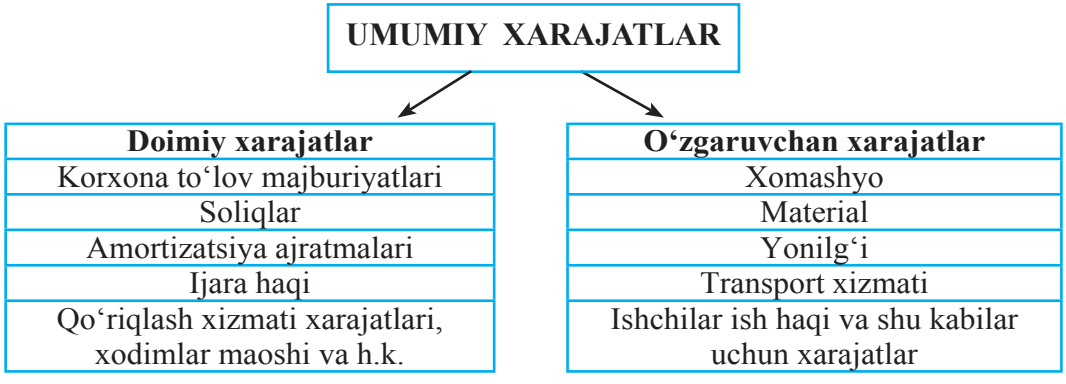
Ichki xarajatlar – korxona yoki tadbirkorning o‘ziga tegishli bo‘lgan resurslardan foydalanish bilan bog‘liq xarajatlar.

Bunday xarajatlar uchun pul to‘lovlari amalga oshirilmaydi. Ichki xarajatlar ushbu resurslar qiymatini shunga o‘xshash resurslarning bozordagi narxlariga taqqoslash orqali baholanadi.

Ichki va tashqi xarajatlarni farqlash korxona iqtisodiy faoliyati samaradorligini oshirish yo‘llarini qiyosiy tahlil qilish imkoniyatini beradi.

DOIMIY VA O‘ZGARUVCHAN XARAJATLAR

Ishlab chiqarish hajmining o‘zgarishiga ta’sir qilish yoki qilmasligiga qarab xarajatlar doimiy va o‘zgaruvchan xarajatlarga bo‘linadi.



*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Doimiy xarajatlar (FC-fixed cost) – mahsulot ishlab chiqarish hajmining o‘zgarishiga bog‘liq bo‘lmagan xarajatlar.

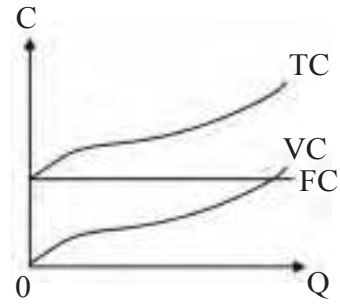
Masalan, bino uchun ijara haqi, reklama uchun to‘lov, qorovul yoki boshqa texnik xodimlarning ish haqi doimiy xarajatlar jumlasiga kiradi.

O‘zgaruvchan xarajatlar (VC-variable cost) – mahsulot ishlab chiqarish hajmining o‘zgarishiga bog‘liq xarajatlar.

Masalan, xomashyo, materiallar, ishchilarning ish haqi o‘zgaruvchan xarajatlar hisoblanadi.

Ishlab chiqarishning har bir darajasida doimiy va o‘zgaruvchan xarajatlar yig‘indisi **umumiy yoki yalpi xarajatlar** (TC-total cost)ni tashkil qiladi.

Doimiy (FC), o‘zgaruvchan (VC) va yalpi (TC) xarajatlarni grafik orqali ifodalash mumkin.



UMUMIY, O‘RTACHA VA CHEGARAVIY XARAJAT

Tadbirkor mahsulot birligini ishlab chiqarishga qilinadigan sarf-xarajatlarni hisoblash uchun o‘rtacha umumiy, o‘rtacha doimiy va o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlarni bilishi lozim.

O‘rtacha umumiy xarajatlar – yalpi (umumiy) xarajatlarning ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga nisbatini ifodalaydi:

$$AC = \frac{TC}{Q}$$

bu yerda: AC (average cost) – o‘rtacha umumiy xarajatlar;

TC – yalpi (umumiy) xarajatlar;

Q (quantity) – ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori.

O‘rtacha doimiy xarajatlar doimiy xarajatlarning ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga nisbati bilan aniqlanadi:

$$AFC = \frac{FC}{Q}$$

Bu yerda: AFC (average fixed cost) – o‘rtacha doimiy xarajatlar;

FC – doimiy xarajatlar summasi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

O‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlar o‘zgaruvchan xarajatlarning ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga nisbati bilan aniqlanadi:

$$AVC = \frac{VC}{Q}$$

Bu yerda: AVC (average variable cost) – o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlar;

VC – o‘zgaruvchan xarajatlar summasi.

Shuningdek, o‘rtacha umumiy xarajatlarni o‘rtacha doimiy va o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlarning yig‘indisi sifatida ham ifodalash mumkin:

$$AC = AFC + AVC$$

Eng yuqori darajada foyda olishga erishish uchun tovar ishlab chiqarishning zarur miqdorini aniqlash zarur. Bunda chegaraviy xarajatdan foydalaniladi.

Chegaraviy xarajat – mahsulotning navbatdagi birligini ishlab chiqarish bilan bog‘liq qo‘shimcha xarajat:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

Bu yerda: MC (marginal cost) – chegaraviy xarajat;

ΔTC – umumiy xarajatlarning o‘zgarishi;

ΔQ – mahsulot miqdorining o‘zgarishi.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Ishlab chiqarish xarajatlari nima? Ular tarkibiga nimalarni kiritish mumkin?
2. Qanday sarflar muomala xarajatlari tarkibiga kiritiladi?
3. Nima sababdan xarajatlar ichki yoki tashqi xarajatlarga bo‘linadi?
4. Nima sababdan tashqi xarajatlar buxgalteriya xarajatlari deb ataladi?
5. Doimiy xarajatlar va o‘zgaruvchan xarajatlarga misollar keltiring.
6. Quyidagi ma’lumotlar asosida jadvalning bo‘sh kataklarini to‘ldiring.

Q	TC	FC	VC	MC	ATC	AVC	AFC
0	60						
1	130						
2	180						
3	240						
4	300						

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

19-MAVZU

MAHSULOT TANNARXI

TANNARX TUSHUNCHASI

Tadbirkor o‘zi ishlab chiqargan mahsulotni sotish orqali foyda ko‘rishga intiladi. Biroq buning uchun u o‘z mahsuloti qanchaga tushgani, ya’ni uning tannarxi to‘g‘risida ma’lumotga ega bo‘lishi lozim.

Tannarx – mahsulot ishlab chiqarish va sotish xarajatlarining puldagi ifodasi.

Demak, bundan ko‘rinadiki, mahsulot tannarxini aniqlash uchun uni ishlab chiqarish va sotishga qilingan sarf-xarajatlarni yaxshi bilish lozim. Ammo mahsulot tannarxini to‘g‘ri aniqlash ham murakkab jarayon hisoblanadi. Chunki tannarxning o‘zi turli ko‘rinishlarga ega bo‘lib, ularni hisoblashda o‘ziga xos jihatlarni e’tiborga olish kerak bo‘ladi.

TANNARXNING TURLARI

Tannarxning ishlab chiqarish tannarxi, to‘la tannarx, chegaraviy tannarx kabi turlari mavjud.

Ishlab chiqarish tannarxi mahsulot ishlab chiqarish jarayoni bilan bog‘liq xarajatlar yig‘indisidir. U o‘z ichiga ishlab chiqarishni tashkil etishdan boshlab to tayyor mahsulotning omborga kelib tushguniga qadar jarayonlardagi xarajatlarni qamrab oladi.

To‘la tannarx mahsulot ishlab chiqarish va uni sotish bilan bog‘liq xarajatlar yig‘indisidir. Ya’ni, u ishlab chiqarish tannarxi hamda mahsulotni sotish bilan bog‘liq tijorat xarajatlaridan tarkib topadi.

Chegaraviy tannarx – bu har bir navbatdagi ishlab chiqarilgan mahsulot birligining tannarxi. Misol uchun, siz 20 dona mahsulot ishlab chiqarganingizda umumiy xarajatlar 100 000 so‘mni tashkil etdi. Bu holatda bitta mahsulot tannarxi 5 000 so‘mga to‘g‘ri keladi. Aytaylik, siz yana bir dona qo‘shimcha mahsulot ishlab chiqarmoqchi bo‘ldingiz. Buning natijasida sizning umumiy xarajatingiz 104 000 so‘mni tashkil etdi. Bundan ko‘rinadiki, mahsulotingizning chegaraviy tannarxi 4 000 so‘m bo‘lgan.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Ishlab chiqarish tannarxi – mahsulot ishlab chiqarish jarayoni bilan bog‘liq xarajatlar yig‘indisi.

To‘la tannarx – mahsulot ishlab chiqarish va uni sotish bilan bog‘liq xarajatlar yig‘indisi.

Chegaraviy tannarx – har bir navbatdagi ishlab chiqarilgan mahsulot birligining tannarxi.

Tijorat xarajatlari – mahsulotni sotish bilan bog‘liq bo‘lgan, ya’ni uni qadoqlash, tashish va reklama qilish xarajatlari.

MAHSULOT TANNARXINI HISOBLASH

Mahsulot tannarxini hisoblash tannarxni kalkulatsiya qilish deb ham yuritiladi.

Kalkulatsiya – lotincha «*calculatio*» degan so‘zdan olingan bo‘lib, hisob, hisob-kitob degan ma’nolarni anglatadi. Bu mahsulot birligiga to‘g‘ri keluvchi ishlab chiqarish xarajatlarini pul shaklidagi hisob-kitobi.

Tannarxni kalkulatsiya qilish ishlab chiqarish ko‘zda tutilayotgan mahsulotning reja tannarxini yoki yaratilgan mahsulotning haqiqiy tannarxini aniqlash imkonini beradi.

Kalkulatsiya qilish ishlab chiqarish harajatlarining muayyan moddalari bo‘yicha amalga oshiriladi. Quyida uning ayrim asosiy moddalarini ko‘rib chiqamiz:

1) xomashyo va materiallar. Bular ishlab chiqarish ko‘zda tutilayotgan mahsulotning asosini tashkil etadi. Xomashyo hali inson ta’siri katta bo‘lmagan, material esa ma’lum darajada qayta ishlovdan o‘tgan moddalar hisoblanadi. Misol uchun, mebel ishlab chiqarishda yog‘och xomashyo hisoblansa, undan tayyorlangan taxtalar material sanaladi;

2) qaytarilgan chiqindilar. Ishlab chiqarish jarayonida hosil bo‘lgan chiqindilar qiymati aniqlanib, xarajatlar qiymatidan chiqarib tashlanadi. Masalan, mebel ishlab chiqarishda kichik taxta bo‘laklari, yog‘och qipiqlari qiymati mahsulot tannarxidan ayirib tashlanadi;

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

3) yarim tayyor mahsulotlar va sotib olinadigan buyumlar. Chetdan sotib olinadigan va mahsulotni tayyorlashda ishlatiluvchi buyumlar. Masalan, javon tutqichlari, ular eshigiga o‘rnatilgan qulflar shular jumlasidandir;

4) yonilg‘i va energiya. Ishlab chiqarish jarayonida ko‘mir, neft, benzin kabi yonilg‘i, elektr, gaz, bug‘ kabi energiya manbalaridan foydalanish mumkin;

5) asosiy vositalar amortizatsiyasi. Ishlab chiqarish jarayonida asosiy vositalarning eskirgan qismi mahsulot tannarxiga qo‘shilib boradi;

6) ish haqi va sug‘urta ajratmalari. Ishchilarga to‘langan ish haqi va unga nisbatan hisoblangan sug‘urta ajratmalari mahsulot tannarxiga qo‘shiladi;

7) mahsulot sotish xarajatlari. Mahsulotni qadoqlash, tashish va reklama qilish xarajatlari ham mahsulot tannarxiga qo‘shiladi.

MAHSULOT TANNARXINI PASAYTIRISH IMKONIYATLARI

Mahsulot tannarxini aniqlash va uning tarkibini tahlil qilish tannarxni pasaytirish imkoniyatlarini topishga yordam beradi. Umumiy holda tannarxni pasaytirish imkoniyatlari sifatida quyidagilarni ko‘rsatish mumkin:

– asosiy kapitaldan samarali foydalanish;
– aylanma kapitaldan samarali foydalanish;
– ishlab chiqarishni samarali tashkil etish;
– tashqi imkoniyatlar.

Asosiy kapitaldan samarali foydalanishning quyidagi yo‘llari mavjud: ishlab chiqarish texnologiyasini takomillashtirish; ishlab chiqarishni avtomatlashtirish va mexanizatsiyalash; ishlab chiqarish quvvatlarini to‘liq ishga tushirish.

Aylanma kapitaldan samarali foydalanish quyidagilarni taqozo etadi: materiallardan yo‘qotishlarning oldini olish; ularni tejamli ishlatish; material sarflarini me’yorlar asosida amalga oshirish.

Ishlab chiqarishni samarali tashkil etish quyidagi chora-tadbirlardan iborat bo‘lishi mumkin: ishlovchilarning malakasini oshirish; mehnatni ilmiy asosda tashkil etish; mehnatni me’yor asosida tashkil etish va rag‘batlantirish.

Mahsulot tannarxini pasaytirishning **tashqi imkoniyatlari** sifatida xomashyo va materiallar narxini pasaytirish; soliq yukini qisqartirish;

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

ishlab chiqarishni ixtisoslashtirish va kooperatsiya kabilarni ko‘rsatish mumkin.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Tannarx nima? Uni to‘g‘ri hisoblash qanday ahamiyatga ega?
2. Tannarxning qanday turlari mavjud?
3. Ishlab chiqarish tannarxi o‘z ichiga qanday xarajatlarni oladi?
4. To‘la tannarx qanday xarajatlardan tarkib topadi?
5. Chegaraviy tannarx nimani anglatadi? Uni bilish tadbirkorga nima uchun zarur deb o‘ylaysiz?
6. Mahsulot tannarxini hisoblash qanday amalga oshiriladi?
7. Kalkulatsiya so‘zining ma’nosi nima?

MAVZU YUZASIDAN AMALIY TOPSHIRIQ VA MASHQLAR

1. Quyidagi jadvalda keltirilgan mebel ishlab chiqarish jarayonida mahsulot tannarxini kalkulatsiya qilish ma’lumotlari asosida to‘la tannarxni aniqlang!

T/r	Xarajatlar tarkibi	Mahsulot birligiga to‘g‘ri keluvchi xarajatlar, so‘m
1	Xomashyo va materiallar	1 000 000
2	Qaytarilgan chiqindilar	100 000
3	Yarim tayyor mahsulotlar va sotib olinadigan buyumlar	100 000
4	Yonilg‘i va energiya	30 000
5	Asosiy vositalar amortizatsiyasi	20 000
6	Ish haqi va sug‘urta ajratmalari	200 000
7	Mahsulot sotish xarajatlari	50 000

2. Quyidagi jadvalda keltirilgan ma’lumotlar asosida bo‘sh kataklarni to‘ldiring.

Q	FC	VC	TC	AC	Chegaraviy tannarx
10	100 000		180 000		
11		87 000			
12				16 500	

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

20-MAVZU KORXONANING MOLIYAVIY NATIJALARI

YALPI DAROMAD VA FOYDA

Tadbirkorni harakatga undovchi sabablardan biri – bu foyda olishga intilishdir. Foyda hajmi qanchalik katta bo‘lsa, bu tadbirkor uchun o‘z ehtiyojlarini to‘laroq qondirish va faoliyatini yanada kengaytirishga imkon yaratadi.

Tadbirkorlik foydasini aniqlash uchun yalpi daromad tushunchasini ham farqlash kerak.

Yalpi daromad – mahsulot ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish natijasida olingan pul mablag‘lari miqdori.

Korxonalarda tovar va xizmatlarni sotishdan olingan yalpi daromad yalpi tushum deb ham ataladi. Yalpi daromad (tushum)ni quyidagi formula bilan ifodalash mumkin:

$$TR = P \times Q$$

Bu yerda:

TR (total revenue) – mahsulotni sotishdan olingan yalpi daromad (tushum);

P (price) – mahsulot narxi;

Q (quantity) – mahsulot miqdori.

Aytaylik, siz korxonangizda bir oy davomida 100 ming dona daftar ishlab chiqardingiz. Har bir daftarning narxi 1 000 so‘m. Agar barcha daftarlar sotilgan taqdirda, korxonangizning bir oylik pul tushumi 100 mln. so‘m (100 000 × 1000) ga teng bo‘ladi.

Biroq korxonaning pul tushumlari uning faoliyatining samaradorligiga baho bera olmaydi. Chunki bu pul tushumlari qanday xarajatlar evaziga olinganligini aks ettirmaydi. Shunga ko‘ra, pul tushumlarining xarajatlardan ajratib olingan qismi – foyda muhim o‘rin tutadi. U quyidagicha aniqlanadi.

$$Pr = TR - TC$$

Bu yerda:

Pr (profit) – foyda;

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

TR (total revenue) – mahsulotni sotishdan olingan yalpi daromad (tushum);

TC (total cost) – umumiy xarajatlar.

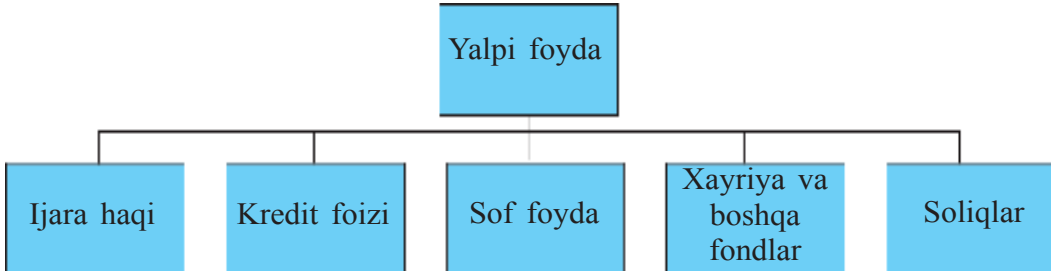
Foyda – korxona pul daromadlaridan barcha xarajatlar chiqarib tashlangandan keyin qolgan musbat farq.

Yuqoridagi misolda ko‘rsatib o‘tilganidek, sizning korxonangizda daftar ishlab chiqarishning bir oylik xarajatlari 60 mln. so‘mni tashkil etgan bo‘lsin. U holda, korxonangizning bir oylik foydasi 40 mln. so‘m (100 mln. – 60 mln.) ga teng bo‘ladi.

Shu o‘rinda ta’kidlash joizki, foydaga erishish uchun pul daromadlari xarajatlardan ko‘p bo‘lishi, ya’ni ular o‘rtasidagi farq ijobiy ahamiyatga ega bo‘lishi lozim. Chunki ayrim holatlarda xarajatlar pul daromadlaridan oshib ketib, natija manfiy ko‘rsatkichga ega bo‘lishi ham mumkin. Ushbu holat zarar deb ataladi. Masalan, korxonangizning bir oylik pul tushumi 100 mln. so‘m bo‘lgani holda, xarajatlaringiz 110 mln. so‘mni tashkil etsa, siz foyda o‘rniga 10 mln. so‘mlik zarar ko‘rgan bo‘lasiz. Shuning uchun korxona xarajatlarini doimiy ravishda nazorat qilib borish muhim hisoblanadi.

FOYDANING TAQSIMLANISHI

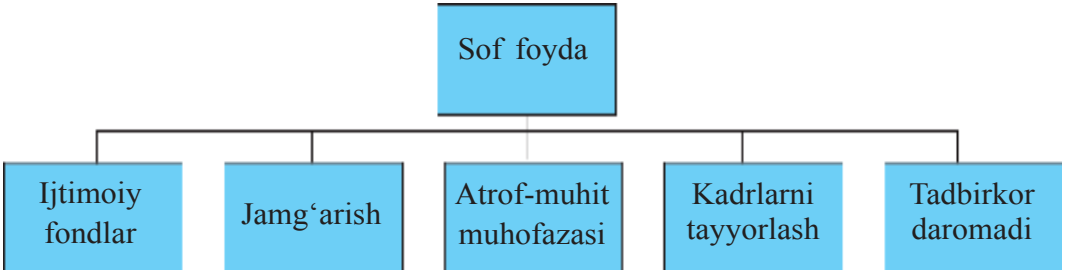
Sizning korxonangizning dastlabki moliyaviy natijasi yalpi foyda ko‘rinishida bo‘ladi. **Yalpi foyda** – bu yalpi daromad yoki tushumdan ishlab chiqarish xarajatlarining farqidir. Biroq siz hali yalpi foydani to‘liq o‘z ixtiyoringizga ko‘ra ishlata olmaysiz. Buning uchun, avvalo, korxona yalpi foydasini taqsimlash zarur bo‘ladi.



*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Birinchi navbatda yalpi foydadan boshqa iqtisodiy subyektlarga turli to‘lovlar amalga oshiriladi. Bu to‘lovlarga boshqalarning yer va binolaridan foydalanganlik uchun ijara haqi, qarzga olingan pul mablag‘lari uchun to‘lanadigan foizni kiritish mumkin. Bundan tashqari, korxonalar davlat va mahalliy hokimiyat organlari budjetiga soliqlar to‘laydilar, turli xayriya va boshqa fondlarga mablag‘lar kiritadilar. Mablag‘larning qolgan qismi korxona sof foydasini tashkil etadi.



O‘z navbatida sof foyda ham taqsimlanadi. Sof foydadan korxonaning ishlab chiqarish va ijtimoiy ehtiyojlariga, shuningdek, jamg‘arish (ishlab chiqarishni kengaytirish)ga, atrof-muhit muhofazasi, xodimlarni tayyorlash va qayta tayyorlash va boshqa maqsadlarga sarflanadi.

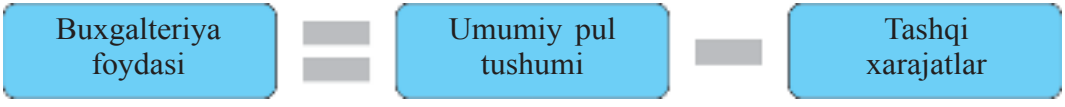
IQTISODIY FOYDA VA BUXGALTERIYA FOYDASI

Oldingi mavzularda ichki va tashqi xarajatlarning o‘zaro farqini ko‘rib chiqqan edik. Shundan kelib chiqqan holda, iqtisodiy foyda va buxgalteriya foydasini o‘zaro farqlash lozim.

Iqtisodiy foyda – yalpi pul tushumi bilan barcha ichki va tashqi xarajatlarning farqi.

Buxgalteriya foydasi – yalpi pul tushumi bilan tashqi xarajatlarning farqi.

Shu sababli buxgalteriya foydasi iqtisodiy foydadan ichki xarajatlar miqdoriga ko‘proqdir.



*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Korxona umumiy pul tushumi tarkibidagi umumiy va buxgalteriya xarajatlari hamda foydasining farqlanishini quyidagi tasvir orqali yaqqolroq tasavvur etish mumkin.

RENTABELLIK

Sizning korxonangiz faoliyati moliyaviy natijalarini baholash uchun foyda olishning o‘zi yetarli emas. Chunki olingan foyda hajmi korxona faoliyati ko‘lami to‘g‘risida to‘liq ma’lumot bera olmaydi. Shunga ko‘ra, foyda hajmini uni olish maqsadida amalga oshirilgan ishlab chiqarish xarajatlariga taqqoslanishi moliyaviy natijani to‘g‘ri baholash imkonini beradi. Mazkur ko‘rsatkich rentabellik deb ataladi.

Rentabellik – foyda hajmining ishlab chiqarish xarajatlariga nisbatining foizdagi ifodasi.

Siz o‘z korxonangiz faoliyati rentabelligini hisoblamoqchi bo‘lsangiz, u holda quyidagi formuladan foydalanishingiz mumkin:

$$R = \frac{Pr}{TC} \times 100\%$$

Bu yerda: R – rentabellik; Pr – foyda hajmi; TC – ishlab chiqarish xarajatlari.

Aytaylik, sizning korxonangizda daftar ishlab chiqarishdan olingan foyda hajmi 24 mln. so‘mni, ishlab chiqarish xarajatlari esa 60 mln. so‘mni tashkil etsa, rentabellik darajasi 40% (24 mln. so‘m / 60 mln. so‘m)×100%) ni tashkil etadi.

Rentabellik ishlab chiqarilayotgan mahsulot hajmiga to‘g‘ri mutanosib hamda ishlab chiqarish xarajatlariga teskari mutanosibdir. Shu tufayli rentabellik korxona ish samaradorligining integral ko‘rsatkichi hisoblanadi.

Foydaning o‘sishiga, chiqarilayotgan mahsulot umumiy hajmi o‘zgarmagan holda ikki yo‘l bilan: 1) ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish hisobiga; 2) narxni oshirish hisobiga erishish mumkin.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

ISHLAB CHIQARISHNING ZARARSIZLIK NUQTASI

Tadbirkor o‘z faoliyatini muvaffaqiyatli yuritishi uchun ishlab chiqarish xarajatlari va mahsulot sotish hajmi o‘rtasidagi nisbatga e’tibor qaratishi lozim. Buning uchun u ishlab chiqarishning zararsizlik nuqtasini aniqlay bilishi zarur.

Ishlab chiqarishning zararsizlik nuqtasi – bu mahsulot sotishdan olingan daromadlar ishlab chiqarish xarajatlarini to‘liq qoplagan holatdir. Mazkur nuqtada foyda hajmi nolga teng bo‘ladi.

Mahsulot hajmini ishlab chiqarishning zararsizlik nuqtasidan oshishi – foyda olishga, pasayishi esa – zarar ko‘rishga olib keladi.

Ishlab chiqarishning zararsizlik nuqtasini aniqlash uchun tadbirkor o‘zining doimiy va o‘zgaruvchan xarajatlari hajmini bilishi kerak. Ushbu xarajatlar mazmuni bilan siz 18-mavzuda tanishgansiz.

Zararsizlik nuqtasini ikki xil – natural va qiymat o‘lchovlarda hisoblash mumkin. Natural o‘lchamdagi ishlab chiqarish hajmining zararsizlik nuqtasi quyidagi formula orqali hisoblanadi:

$$BEPu = \frac{FC}{P - AVC}$$

Bu yerda:

BEPu (break-even point in units) – natural o‘lchamdagi ishlab chiqarish hajmining zararsizlik nuqtasi;

P – mahsulot narxi;

AVC – mahsulot birligiga to‘g‘ri keluvchi o‘zgaruvchan xarajatlar;

FC – doimiy xarajatlar.

Aytaylik, korxonada FC – 300 000 so‘mni, AVC – 320 so‘mni tashkil etadi. Agar mahsulot narxi 400 so‘m bo‘lsa, korxona faqat o‘zining xarajatlarini qoplashi uchun 3750 dona mahsulot ishlab chiqarishi kerak bo‘ladi. Mahsulot ishlab chiqarish va sotish hajmini ushbu miqdordan oshirish foyda olish uchun imkon yaratadi.

Qiymat o‘lchamidagi ishlab chiqarish hajmining zararsizlik nuqtasi quyidagi formula orqali hisoblanadi:

$$BEPv = \frac{TR \times FC}{TR - VC}$$

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

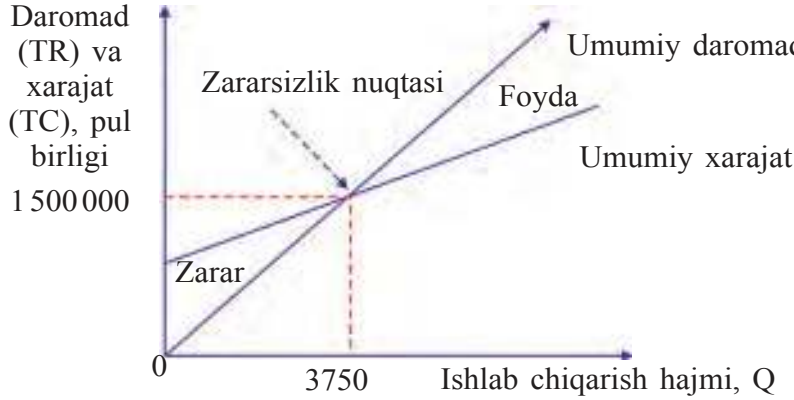
Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Bu yerda:

BEP_V (break-even point in value) – qiymat o‘lchamidagi ishlab chiqarish hajmining zararsizlik nuqtasi;

TR – mahsulotni sotishdan tushgan tushum;

VC – o‘zgaruvchan xarajatlar.



Yuqoridagi misol ma’lumotlaridan ko‘rinadiki, mahsulot ishlab chiqarishning qiymat o‘lchamidagi zararsizlik nuqtasi $BER_V = 400 \times 3750 \times \times 300\ 000/(400 \times 3750 - 320 \times 3750) = 1\ 500\ 000$ so‘mni tashkil etadi.

BANKROTLIK

Agar sizning korxonangiz faoliyatining moliyaviy natijalari muttasil ravishda zarar bilan yakunlanadigan bo‘lsa, u holda bankrotlik yoki iqtisodiy nochorlik holati yuzaga kelishi mumkin. Korxonani bankrot deb topish uchun bankrotlik alomatlari yuzaga kelishi lozim. Qonunga ko‘ra, korxonaning uch oy davomida o‘z qarzlari va majburiy to‘lovlar bo‘yicha majburiyatini bajara olmasligi uning bankrotlik alomatlari deb e’tirof etiladi.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Korxona foydasi qanday aniqlanadi?
2. Korxona foydasi qanday taqsimlanadi?
3. Korxona foydasini oshirishning qanday yo‘llari mavjud?
4. Ishlab chiqarishning zararsizlik nuqtasi qanday aniqlanadi?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

21-MAVZU TADBIRKORLIKNI SOLIQQA TORTISH

Barcha biznes toifalari uchun soliq yukini kamaytirish va qulaylashtirish, shu asosda ishlab chiqarishni va soliqqa tortiladigan bazani kengaytirish zarur.

O‘z ehtiyoji uchun obyektlar qurayotgan, yangi tashkil etilgan kichik va o‘rta tadbirkorlik subyektlariga yagona soliq to‘lovini ma’lum muddatga kechiktirish huquqini berish darkor. Shuningdek, kichik korxonalar uchun qo‘shimcha qiymat solig‘i to‘lashga o‘tishni rag‘batlantirish shart.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev

SOLIQLAR VA BOSHQA MAJBURIY TO‘LOVLAR

O‘zbekiston Respublikasining yangi tahrirdagi «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risida»gi qonuni 9-moddasida tadbirkorlik faoliyati subyektlarining majburiyatlari qatorida soliqlar va boshqa majburiy to‘lovlarni to‘lashi belgilab qo‘yilgan. Soliq kodeksida soliqlar va boshqa majburiy to‘lovlar tushunchalari mazmuni quyidagicha yoritib o‘tilgan.

Soliqlar deganda ushbu Kodeksda belgilangan, muayyan miqdorlarda undiriladigan, muntazam, qaytarib berilmaydigan va beg‘araz xususiyatga ega bo‘lgan, budjetga yo‘naltiriladigan majburiy pul to‘lovlari tushuniladi.

Boshqa majburiy to‘lovlar deganda ushbu Kodeksda belgilangan davlat maqsadli jamg‘armalariga majburiy pul to‘lovlari, bojxona to‘lovlari, shuningdek vakolatli organlar hamda mansabdor shaxslar tomonidan yuridik ahamiyatga molik harakatlarni to‘lovchilarga nisbatan amalga oshirish uchun, shu jumladan muayyan huquqlarni yoki litsenziyalar va boshqa ruxsat beruvchi hujjatlarni berish uchun to‘lanishi lozim bo‘lgan yig‘imlar, davlat boji tushuniladi.

O‘zbekiston Respublikasi Soliq kodeksi, 12-modda

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Demak, soliq – bu davlatning o‘z vazifalarini amalga oshirishi uchun zarur bo‘lgan moliyaviy mablag‘larni shakllantirish maqsadida jismoniy va huquqiy shaxslardan budjetga majburiy to‘lovlarni undirish shakli.

SOLIQ SOLISHNING UMUMBELGILANGAN VA SODDALASHTIRILGAN TARTIBI

O‘z tadbirkorlik faoliyatini boshlagan har bir tadbirkor soliqlarni hisoblash va to‘lash borasida yetarli bilimga ega bo‘lishi lozim. Chunki soliqlar o‘z tavsifiga ko‘ra tadbirkor uchun xarajat mazmuniga ega bo‘lib, uning moliyaviy natijalariga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi. Shunga ko‘ra, o‘zi to‘laydigan soliqlarni oldindan rejalashtirmaslik tadbirkorlik faoliyatiga ham salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin.

Eng avvalo tadbirkor o‘zi uchun soliq solishning qanday tartibidan foydalanish ma’qulligini aniqlab olishi kerak. Umuman olganda, tadbirkorlik subyektlari ikki xil ko‘rinishda soliqqa tortilishi mumkin:

1) umumbelgilangan tartibda;
2) soddalashtirilgan tartibda.

Birinchi tartib barcha umumbelgilangan soliqlarni hisoblab chiqarish va to‘lashda qo‘llaniladi. Bunda har bir soliq turi bo‘yicha alohida hisob-kitob ishlari amalga oshiriladi va belgilangan muddatda soliq summasi to‘lab boriladi.

Ikkinchi tartib ayrim soliq to‘lovchilarni qo‘llab-quvvatlash, rag‘batlantirish, ularga muayyan shart-sharoit va imtiyozlar yaratish maqsadida qo‘llaniladi. Bunda umumbelgilangan soliqlarning barchasi yoki bir nechtasi o‘rniga boshqa umumlashtirilgan soliq turi joriy etilishi mumkin.

Soliq solishning soddalashtirilgan tartibi – soliq solishning ayrim toifadagi soliq to‘lovchilar uchun belgilanadigan hamda ayrim turdagi soliqlarni hisoblab chiqarish va to‘lashning, shuningdek ular yuzasidan soliq hisobotini taqdim etishning maxsus qoidalari qo‘llanilishini nazarda tutuvchi alohida tartibi.

O‘zbekiston Respublikasi Soliq kodeksi, 22-modda

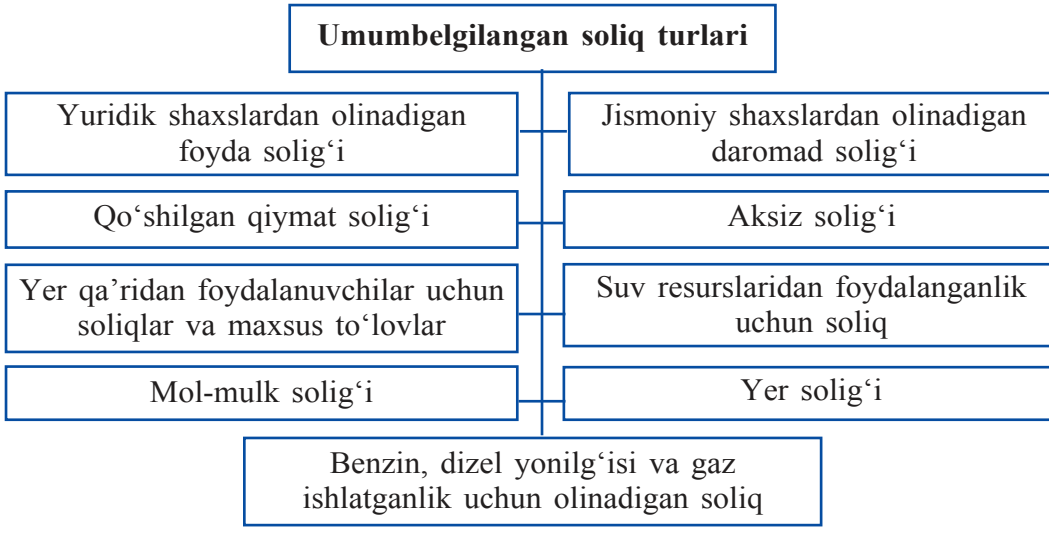
Har ikkala tartibda qo‘llaniluvchi soliqlar va boshqa majburiy to‘lovlarning turlarini ko‘rib chiqamiz.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

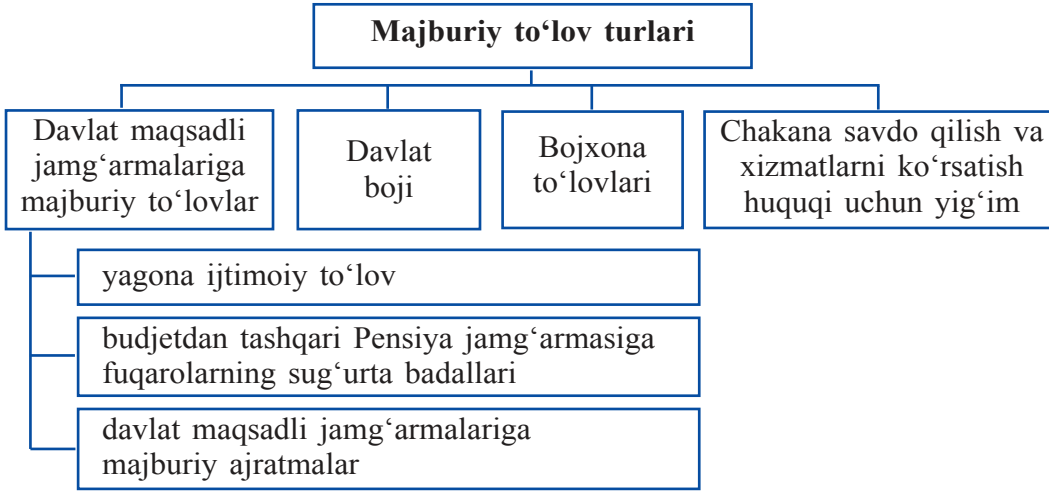
Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

UMUMBELGILANGAN SOLIQLAR VA BOSHQA MAJBURIY TO‘LOVLARNING TURLARI

Soliq kodeksining 23-moddasida O‘zbekiston Respublikasi hududida amal qiluvchi umumbelgilangan soliqlar va boshqa majburiy to‘lovlarning turlari sanab o‘tilgan. Jumladan, umumbelgilangan soliq turlariga quyidagilar kiritilgan.



Shuningdek, umumbelgilangan majburiy to‘lov turlari quyidagilardan iborat ekanligi belgilab berilgan.



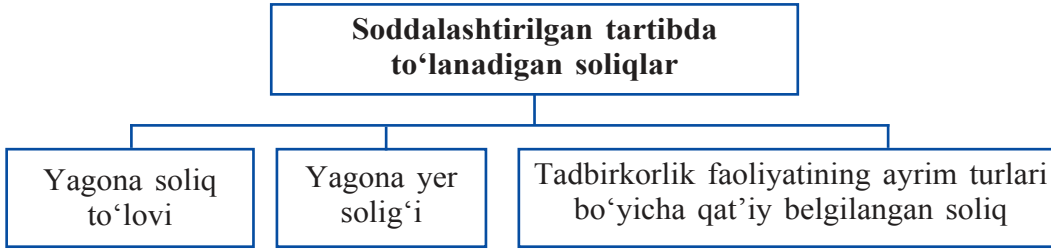
*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Siz umumbelgilangan soliqlar asosiy turlarining mazmuni va ularni to‘lash tartibi bilan 8-9-sinflarda o‘tilgan «Iqtisodiy bilim asoslari» fanida tanishib chiqqansiz.

SODDALASHTIRILGAN TARTIBDA TO‘LANADIGAN SOLIQLAR

Soliq solishning soddalashtirilgan tartibi soliq to‘lovchilarning ayrim toifalari uchun qo‘llaniladi va yagona soliq to‘lovini, yagona yer solig‘ini hamda tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari bo‘yicha qat’iy belgilangan soliqni hisoblab chiqarish hamda to‘lashning maxsus qoidalari qo‘llanilishini, shuningdek, mazkur soliqlar bo‘yicha soliq hisoboti taqdim etilishini nazarda tutadi.



Soliq solishning soddalashtirilgan tartibi o‘z mazmuniga ko‘ra tadbirkorlar uchun imtiyoz hisoblanadi. Biroq ushbu tartib tadbirkor uchun har qanday sharoitda ham bir xilda manfaatli bo‘lmasligi mumkin. Shunga ko‘ra, tadbirkorga soliq solishning qaysi tartibidan foydalanishning ixtiyoriy tanlash huquqi beriladi.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Nima uchun har bir tadbirkor soliqlarni hisoblash va to‘lash borasida yetarli bilimga ega bo‘lishi lozim?
2. Tadbirkorlik subyektlarini soliqqa tortishning qanday ko‘rinishlari mavjud?
3. Soliq solishning umumbelgilangan tartibi nimani anglatadi?
4. Soliq solishning soddalashtirilgan tartibi mazmuni nimadan iborat?
5. Umumbelgilangan soliq turlariga nimalar kiradi?
6. Majburiy to‘lov turlari nimalardan iborat?
7. Soliq solishning soddalashtirilgan tartibi qaysi soliq turlarini o‘z ichiga oladi?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

IV BOB TADBIRKORLIK MUVAFFAQIYATI ASOSLARI

22-MAVZU TADBIRKORLIKDA MARKETING

MARKETINGNING MAQSAD VA VAZIFALARI

Marketing – bozor talablarini o‘rganishga asoslangan holda mahsulot ishlab chiqarish va sotishni tashkil etish.

Marketingning zamonaviy konsepsiyasi bozor uchun zarur bo‘lgan va bozorda sotish mumkin bo‘lgan tovarlarni zarur hajmda ishlab chiqarishni tashkil etish tamoyiliga asoslanadi.

Marketingning maqsadi – iste’molchilar talabini maksimal darajada qondirish orqali yuqori foyda olish hamda tovar sotishning eng yuqori hajmini ta’minlash.

Bu maqsadga **marketingning quyidagi vazifalari** orqali erishiladi:

– tovar va xizmatlarga bozor talabi va uni qondirish bilan bog‘liq muammolarni o‘rganish;
– bozordagi raqobat va raqobatchilarni o‘rganish;
– tovar sotishning samarali usullarini aniqlash;
– talabga muvofiq holda tovar ishlab chiqarishni rejalashtirish;
– tovar narxini to‘g‘ri shakllantirish;
– tovar va xizmatlar to‘g‘risidagi axborot bilan ta’minlash.

MARKETING TADQIQOTI

Marketingning o‘z vazifalarini samarali bajarishi marketing tadqiqoti orqali amalga oshiriladi.

Marketing tadqiqoti – bozorni o‘rganish bo‘yicha marketing tadbirlaridan biri bo‘lib, ishlab chiqarish va bozorda sotish ko‘zda tutilayotgan tovarlar to‘g‘risidagi ma’lumotlarni yig‘ish, tahlil qilish, qayta ishlash jarayonlarini o‘z ichiga oladi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

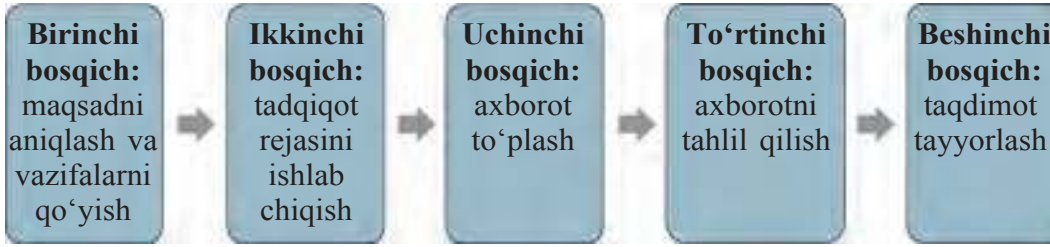
Marketing tadqiqoti natijalari tegishli qaror qabul qilish uchun korxona rahbariga jadval, chizma va grafiklar ko‘rinishida taqdim etiladi.

Marketing tadqiqotining zarurligi va ahamiyati shundan iboratki, tadbirkorga biron-bir faoliyat bilan shug‘ullanishning maqsadga muvofiqligi faqat uni amalga oshirib bo‘lgandan keyingina ma’lum bo‘lishi mumkin. Biroq bu holda uning zarar ko‘rish ehtimoli juda katta bo‘ladi. Bunday holatning oldini olishning ishonchli va yagona yo‘li – marketing tadqiqoti o‘tkazishdir.

Marketing tadqiqoti iste’molchilarning talabi, didi, biron-bir tovarni afzal ko‘rishi, uni tanlashning o‘ziga xos xususiyatlari va boshqa shu kabi jihatlarni aniqlashga yordam beradi.

MARKETING TADQIQOTINI O‘TKAZISH BOSQICHLARI

Marketing tadqiqotining muvaffaqiyati uni o‘tkazish bosqichlarining sifatiga bog‘liq. Marketing tadqiqotining asosiy bosqichlarini quyidagicha ifodalab ko‘rsatish mumkin.



Har bir bosqichga alohida to‘xtalib o‘tamiz.

MARKETING TADQIQOTI MAQSADINI ANIQLASH VA VAZIFALARNI QO‘YISH

Marketing tadqiqotidan nima kutiladi – buni aniq tasavvur etish maqsadni aniqlab olishni taqozo etadi. Maqsadga qarab, unga erishishni ta’minlovchi vazifalar belgilab olinadi. Shuningdek, aynan shu bosqichda tadbirkorlikni tashkil etish borasidagi taxmin yoki farazlar ilgari suriladi. Masalan:

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

– maktab yonida tez tayyorlanuvchi ovqat mahsulotlari do‘konini ochish katta foyda keltiradi;

– tayyorlangan mahsulotlarni o‘quvchilarning sinf xonalariga yetkazib berish usulidan foydalanish sotish hajmini keskin oshiradi va h.k.

Marketing tadqiqoti davomida ushbu taxmin yoki farazlarning to‘g‘ri yoki noto‘g‘riligi aniqlanadi.

MARKETING TADQIQOT REJASINI ISHLAB CHIQISH

Marketing tadqiqoti davomida amalga oshiriladigan xatti-harakatlarning aniq majmuyi uning rejasini namoyon etadi. Rejada, eng avvalo, quyidagi jihatlar bayon etiladi:

1) marketing tadqiqotini amalga oshirish borasidagi muammolar. Masalan:

– maktab o‘quvchilarida tez tayyorlanuvchi ovqat mahsulotlariga talabning mavjudligi to‘g‘risda ma’lumotning yo‘qligi;

– maktab rahbariyatining tayyorlangan mahsulotlarni sinf xonalariga olib kirishga ruxsat berish yoki bermasligining noaniqligi va h.k.;

2) maqsadli guruh, ya’ni mahsulotning potensial xaridorlari. Bu o‘rinda sizning maqsadli guruhingiz mazkur maktab o‘quvchilari hisoblanadi. Siz ularning bu boradagi fikrlarini o‘rganishingiz kerak. Biroq barcha maktab o‘quvchilari bilan birma-bir suhbatlashib chiqish juda ko‘p vaqt talab qiladi. Shunga ko‘ra, siz ularning ma’lum bir qismidan, aytaylik, har bir sinfdan bir nafar o‘quvchidan so‘rov o‘tkazish orqali fikrini bilishingiz mumkin;

3) tadqiqot tavsifi. Tadqiqot tavsifi quyidagicha bo‘lishi mumkin:

– tanishtiruvchi (muammo va uning yechimi bo‘yicha dastlabki ma’lumotlarni yig‘ish);

– tavsiflovchi (aniq raqamlarni tasdiqlash yoki rad etish);

– eksperiment (hodisalar o‘rtasidagi sabab-oqibat bog‘liqliklarini tushuntirish. Masalan, mahsulotlarni sinf xonalariga yetkazib berish sotish hajmiga qanday ta’sir ko‘rsatdi);

4) marketing tadqiqoti o‘tkazish bilan bog‘liq xarajatlarni baholash. Odatda, bu xarajatlarni pul yoki vaqt ko‘rinishida ifodalash mumkin.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

MARKETING TADQIQOTI YUZASIDAN AXBOROT TO‘PLASH

Axborotlar ikki turda – birlamchi va ikkilamchi bo‘lishi mumkin. Birlamchi axborotlar shu vaqtga qadar mavjud bo‘lmagan axborotlar hisoblanib, ular quyidagi manbalardan olinishi mumkin:

– tadqiqot qilinayotgan muammo yuzasidan o‘z fikriga ega bo‘lgan maslahatchi yoki ekspertlar;

– tadqiq etilayotgan muammo ishtirokchilari harakatlarini kuzatish;

– so‘rov orqali o‘rganish va eksperiment.

Ikkilamchi axborotlarga olingan axborotlarni tahlil qilish orqali keltirib chiqarilgan ma’lumotlar kiradi.

OLINGAN AXBOROTNI TAHLIL QILISH

Marketing tadqiqoti o‘tkazish natijasida olingan axborotlar tahlil qilib chiqiladi. Tahlil maxsus usullar orqali amalga oshirilib, keng ommaga tushunarli bo‘lishi uchun jadval, diagramma, grafik ko‘rinishlarida rasmiylashtiriladi.

TADQIQOT NATIJALARI BO‘YICHA TAQDIMOT TAYYORLASH

Siz o‘tkazilgan marketing tadqiqoti natijalarini manfaatdor tomonlarga – rahbariyat, investorlar, biznes-hamkorlar, bank xodimlari va boshqa mutaxassislar e’tiboriga yetkazishingiz lozim bo‘ladi. O‘z fikr va xulosangizni tinglovchiga aniq, tushunarli va qiziqarli holda yetkazish – boshlagan ishingiz muvaffaqiyatining garovi hisoblanadi.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Tadbirkorlik faoliyatida marketingning o‘rnini tushuntirib bering.
2. Marketingning zamonaviy konsepsiyasi mazmuni nimadan iborat?
3. Marketingning maqsadini izohlab bering.
4. Marketingning qanday vazifalari mavjud?
5. Marketingning asosiy tamoyillarini hisobga olish nima uchun zarur deb o‘ylaysiz?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

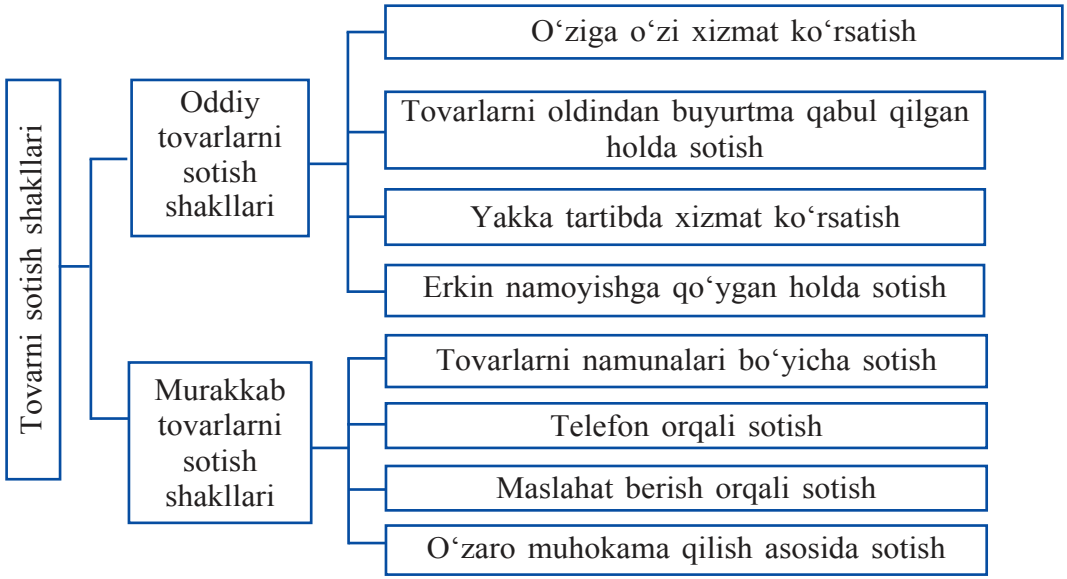
Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

23-MAVZU TOVARLARNI SOTISH VA REKLAMA

TOVARNI SOTISH SHAKLLARI

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tovarni ishlab chiqarish asosiy muammo emas. Asosiy muammo – tovarni sotish hisoblanadi. Chunki kuchli raqobat sharoitida tovarni maqbul narx darajasida sotish uchun juda katta bilim, mahorat va tajriba kerak bo‘ladi. Buning uchun tovarni sotish shakllarini bilishingiz zarur.

Agar siz tovarlarni sotishni chakana savdo shoxobchasi orqali tashkil qilmoqchi bo‘lsangiz, uni quyidagi sxemada ifodalangan shakllaridan foydalanishingiz mumkin.



ODDIY TOVARLARNI SOTISH SHAKLLARI

Agar siz kundalik ro‘zg‘orda ishlatiluvchi, standart yoki texnik jihatdan u qadar murakkab bo‘lmagan tovarlarni sotmoqchi bo‘lsangiz, u holda savdoni **o‘ziga o‘zi xizmat ko‘rsatish** shaklida tashkil etishingiz mumkin. Bunda xaridorlar maxsus peshtaxtalarga joylashtirilgan tovarlarni o‘zlari ko‘rib, tanlab, ularni sotib olish istagi bo‘lgan holatda hisob-kitob amal-

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

ga oshiriladigan joyga olib keladilar. Buning qulay tomoni – xaridorning o‘ziga erkin tanlash imkoniyati yaratilib, unga bevosita xizmat ko‘rsatish vaqti tejaladi. Hozirda ko‘plab supermarketlarda tovarlarni sotish xuddi shunday shaklda tashkil etilgan.

Agar siz har doim ham sotuvda bo‘lmaydigan, cheklangan tovarlar bilan savdo qilsangiz, u holda mijozlardan **tovarlarni oldindan buyurtma qabul qilgan holda sotishni** yo‘lga qo‘yishingiz mumkin. Ushbu holatda xaridorlar o‘zlari uchun zarur bo‘lgan tovarni oldindan buyurtma qiladilar. Buyurtmalar kelishilgan muddatda magazindan olinishi yoki uy, ish joyiga yetkazilishi mumkin. Qulayligi: xaridor tovarni o‘z vaqtida va kafolatli tarzda sotib oladi; sotuvchi doimiy mijozga ega bo‘lgani holda, kafolatli sotish imkoniga ega bo‘ladi.

Murakkab va raqobat kuchli bo‘lgan sharoitdagi tovarlarni sotishda mijoz hurmatini qozonishning samarali yo‘li – **yakka tartibda xizmat ko‘rsatishdir.** Bunda siz tovar sotishni har bir xaridorga alohida xizmat ko‘rsatish shaklida tashkil etasiz. Xaridorga tovarlarni tanlashda yordamlashib, tovardan foydalanish bo‘yicha maslahatlar berasiz, tovarni qadoqlab, xaridorga taqdim etasiz. Shuningdek, xaridor bilan hisob-kitob qilishning barcha shakllari, sotishdan keyingi xizmat ko‘rsatish, xaridor xohishiga ko‘ra manzilga yetkazib berish, tovar qaytarilgan holatda qabul qilib olishni ham yo‘lga qo‘yasiz.

Agar siz maishiy texnika vositalari, mebel va boshqa jihozlarni sotmoqchi bo‘lsangiz, **erkin namoyishga qo‘ygan holda sotish** shaklidan foydalanganingiz ma’qul. Savdo maydonchasiga qo‘yilgan tovarlar bilan xaridor mustaqil tarzda tanishib chiqadi, zarur hollarda siz u tanlagan tovarning sifatini tekshirib, maslahatlar berasiz, tovarni qadoqlab, xaridorga taqdim etasiz.

MURAKKAB TOVARLARNI SOTISH SHAKLLARI

Agar sizning tovarlaringiz hajm jihatidan katta, tashish qiyin bo‘lsa, u holda **tovarlarni namunalari bo‘yicha sotish** shaklidan foydalanish qulaydir. Xaridorlar mustaqil holda yoki sotuvchi kuzatuvida savdo zaliga qo‘yilgan namunalar bilan tanishib chiqadi. Tovar tanlanib va haqi to‘lab bo‘linganidan keyin siz tovarni magazin omboridan xaridorga keltirib yoki uning uyiga yetkazib berishingiz mumkin.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Hozirgi aloqa texnologiyalari rivojlangan sharoitda **telefon orqali sotish** samarali shakllardan biri hisoblanadi. Ushbu shakl tovarlarni sotishning faol, erkin shakli bo‘lib, bunda sotuvchi mijozlarni telefon orqali reklama qilish vositasida jalb etadi.

Siz murakkab mahsulot yoki xizmatlar, masalan, injiniring xizmatlari, qurilish, axborot texnologiyalari mahsulotlari uchun **maslahat berish orqali sotish** shaklini tanlashingiz to‘g‘ri hisoblanadi. Bunda siz sotuvchi sifatida mutaxassis-maslahatchilarni jalb etib, ular xaridorlarga tovar to‘g‘risida zarur ma’lumotlarni yetkazishi lozim bo‘ladi.

O‘zaro muhokama qilish asosida sotishda tovar bo‘yicha fikr-mulohazalar tinglanadi, sotuvchi va xaridor o‘rtasida o‘zaro tushunish, umumiy nuqtayi nazar hissini shakllantirishga harakat qilinadi.

TOVARNI SOTISH BOSQICHLARI

Siz tovar sotishni muvaffaqiyatli amalga oshirmoqchi bo‘lsangiz, uning har bir bosqichiga e’tibor qaratishingiz lozim.

Muloqotga kirishish va aloqa o‘rnatish. Sotishning dastlabki bosqichi bo‘lgan bu jarayon ayni paytda uning natijasini ham belgilab beradi. Siz xaridor bilan muloqotga kirishar ekansiz, eng avvalo uning ishonchini qozonishingiz zarur. Xaridor sizning so‘zlaringizdan har qanday holda ham o‘z tovarini sotmoqchi bo‘lgan kishini emas, balki o‘z xohish-istagini to‘liq tushunishga harakat qilayotgan hamkorni tasavvur etishi lozim. Aks holda bu bosqichning ikkinchi qismi – aloqa o‘rnatish amalga oshmaydi. To‘g‘ri, ehtimol xaridor sizning tovaringizni sotib olar, biroq u sizning doimiy mijozingiz va hamkoringizga aylanmay qolishi mumkin.

Shuning uchun xaridorni **tinglash va ehtiyojini aniqlash** muhim hisoblanadi. Siz xaridorni o‘z istaklarini to‘liq ifodalashiga imkon bering va uni diqqat bilan tinglayotganingizga ishontiring. Balki xaridor o‘z ehtiyojini yetarli darajada ifodalay olmas. Siz uning ehtiyojini to‘g‘ri aniqlashga harakat qiling.

Xaridor ehtiyoji aniqlangandan keyingi bosqich – unga **tovarni namoyish etish va dalillar keltirish** hisoblanadi. Chunki xaridorda haqiqatan ham o‘z ehtiyojidagi tovar namoyish etilganiga shubha bo‘lishi mumkin. Bu boradagi dalillar xaridorni har qanday holatda ham to‘g‘ri tovar tan-

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

langaniga ishontirishga emas, balki tovarni uning ehtiyojiga mos ekanligini ifodalovchi qo‘shimcha ma’lumotlar keltirishga xizmat qilishi lozim.

Xaridor tomonidan e’tiroz bildirilishiga imkon yaratish zarur. Bu boradagi to‘g‘ri yo‘l – **e’tirozga javob qaytarish** hisoblanadi. Biroq javob xaridorning tovar borasidagi shubha va e’tiroziga asosli hamda haqqoniy bo‘lishi kerak.

Yuqoridagi bosqichlarning to‘g‘ri amalga oshirilishi yakuniy bosqich – **sotishni amalga oshirishga** imkon yaratadi. Siz tomoningizdan tovarni sotish shakllari va bosqichlarini to‘g‘ri yo‘lga qo‘yilishi nafaqat sotish hajmini oshiradi, balki doimiy mijozlar doirangizni shakllantirishga imkon yaratadi.

REKLAMANING VAZIFALARI

Reklama lotincha so‘z bo‘lib, «*reclamo*» – qichqiraman, jar solaman, degan ma’nolarni anglatadi. Kengroq ma’noda esa, turli yo‘llar bilan ommaviy e’lon qilish, bildirish, hammaning diqqatini tortish uchun qilingan sa’y-harakatdir.

Reklama **marketing, axborot berish, ma’rifiy, iqtisodiy va ijtimoiy vazifalarni bajaradi.**

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Oddiy tovarlarni sotish murakkab tovarlarni sotishdan nimasi bilan farq qiladi?
2. Tovarni sotishning qaysi shakllari sizga ma’lum edi? Endi yana qanday shakllarini bilib oldingiz?
3. Tovarni sotishning har bir shakliga misol keltiring. Siz bilgan magazinlarda tovarni sotishning qaysi shakllaridan foydalaniladi?
4. Tovarni sotishning qanday bosqichlari mavjud?
5. Sizningcha, atrofingizdagi savdo shoxobchalarida tovarni sotishning qaysi bosqichlariga yetarli e’tibor qaratilmaydi? Fikringizni izohlang.
6. Reklama qanday vazifalarni bajaradi?
7. Hozirda O‘zbekistonda reklamaning qaysi vazifasi kengroq rivojlangan?
8. Mamlakatimizdagi qaysi reklama kompaniyalarini bilasiz?
9. Aytaylik, siz o‘z tadbirkorlik faoliyatingizni reklama qilmoqchi bo‘ldingiz. Qanday usullardan foydalangan bo‘lar edingiz?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

24-MAVZU KORXONANI BOSHQARISH

Faol tadbirkorlik biznes faoliyatini innovatsion, ya'ni zamonaviy yondashuvlar, ilg'or texnologiya va boshqaruv usullari asosida tashkil etadigan iqtisodiy yo'nalishdir.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev

MENEJMENTNING MAQSADI VA VAZIFALARI

Siz tadbirkor bo'lishingiz uchun ko'plab xislatlar bilan bir qatorda boshqarish qobiliyatiga ham ega bo'lishingiz lozim. Tadbirkorlik faoliyatini boshqarishning zamonaviy tizimi sifatida menejment katta ahamiyat kasb etadi.

Menejment – korxona faoliyatini muvaffaqiyatli yuritish maqsadida uni boshqarishning usullari va tamoyillari majmuyi.

Menejmentning asosiy maqsadi korxona faoliyati rentabelligini va uning bozordagi barqaror holatini ta'minlash hisoblanadi. Shunga ko'ra, menejmentning quyidagi vazifalarini ajratib ko'rsatish mumkin:

– korxona imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda bozor talablariga mos mahsulot (xizmat)lar ishlab chiqarishni tashkil etish;

– ishlab chiqarishga yuqori malakali xodimlarni jalb etish;

– xodimlarning ish sharoiti, mehnatiga haq to'lashni yaxshilash orqali ularning mehnat unumdorligini oshirish;

– korxonani o'rta va uzoq muddatli davrda rivojlantirish yo'llarini aniqlash;

– korxonaning har bir bo'limi yoki qismi faoliyat samaradorligini ta'minlash maqsadida belgilangan vazifalarning bajarilishini muntazam nazorat qilish.

MENEJMENT SUBYEKTI VA OBYEKTI

Menejment to'g'risida to'laroq tasavvur hosil qilish uchun uning subyekti va obyektini ajratib olish muhim.

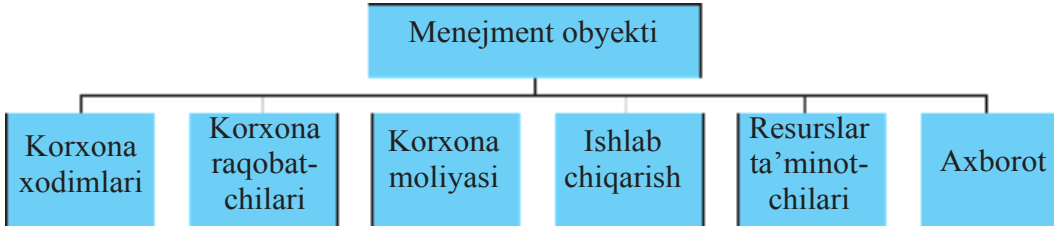
*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Menejment subyekti – bu belgilab olingan maqsad va vazifalarni amalga oshirish uchun boshqaruv ta'sirini ko'rsatuvchi inson yoki kishilar guruhi.

Menejment obyekti – bu menejment subyektining ta'siri yo'naltirilgan, u tomonidan boshqariladigan barcha narsalar.

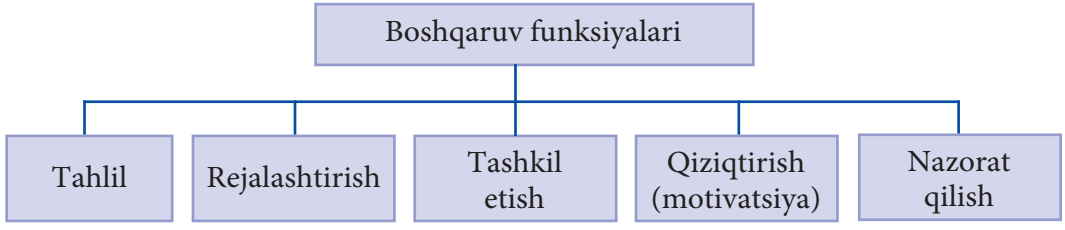
Bundan ko'rinadiki, menejment subyekti sifatida korxona rahbari, turli sohalarga ixtisoslashgan mutaxassislar va boshqaruv ta'sirini o'tkaza oluvchi boshqa shaxslar hisoblanishi mumkin. Shunga ko'ra, yirik korxonalardagi yollanma boshqaruvchi-mutaxassislar menejerlar deb nomlanadi.



Menejment obyekti korxonadagi boshqarish faoliyati yo'naltirilgan shaxslar, sohalar, jarayonlar va boshqalardan iborat bo'lishi mumkin.

BOSHQARUV FUNKSIYALARI

Har qanday korxonani boshqarishning mazmuni, uning yuqorida belgilangan vazifalari boshqaruv funksiyalari orqali yaqqol namoyon bo'ladi.



Tahlil – bu korxona faoliyatining holatini baholash va raqobatchi korxonalar holati bilan taqqoslash hisoblanadi. Bunday baholash turli davrlar, masalan, oy, chorak, yil uchun amalga oshirilib, ushbu davrda korxona holatida yuz bergan o'zgarishlar aniqlanadi. Shuningdek, tahlil jarayonida korxona faoliyat ko'rsatkichlariga ta'sir qiluvchi omillar ham aniqlanadi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Rejalashtirish – bu korxona faoliyatini rivojlantirish maqsadlarini aniqlash bo‘lib, u aniq natijalar orqali namoyon bo‘ladi. Bunga biznes-rejalashtirishni misol keltirish mumkin. Puxta va aniq rejalashtirilgan faoliyat muvaffaqiyatga erishishning garovi hisoblanadi.

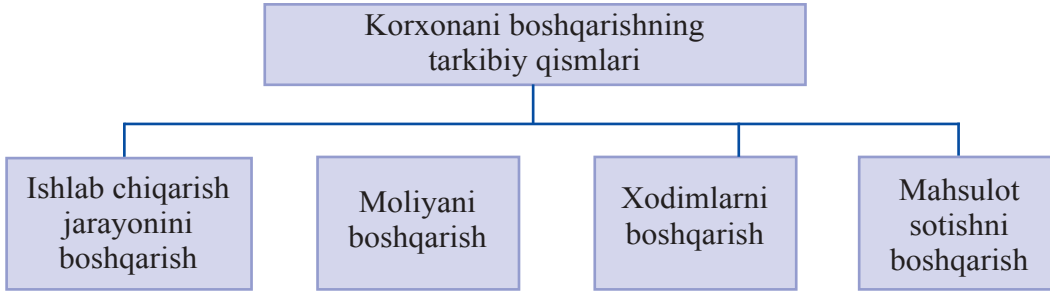
Tashkil etish – bu korxonaning alohida bo‘limlari va xodimlarining harakatini o‘zaro muvofiqlashtirish jarayoni. Tashkil etish orqali korxonaning muayyan tarkibiy tuzilmasi shakllantiriladi. Shuningdek, turli darajadagi xodimlarning vazifa va majburiyatlari o‘zaro moslashtiriladi.

Qiziqtirish (motivatsiya) – bu korxona tomonidan belgilab olingan maqsadlarga erishishda xodimlarning qiziqishlarini hosil qilish jarayoni. Tadbirkorning boshqaruvchanlik mahorati o‘z qo‘l ostidagi xodimlarni yagona maqsad sari harakat qilishga undovchi vositalarni topa olishi orqali namoyon bo‘ladi.

Nazorat qilish – bu korxonada amalga oshirilayotgan ishlarning tegishli me’yorlarga muvofiqligini taqqoslash jarayoni. Nazorat uzluksiz jarayon bo‘lib, u korxona faoliyatining barcha bosqichlaridagi sifatni tekshirishga yo‘naltiriladi.

KORXONANI BOSHQARISHNING TARKIBIY QISMLARI

Yuqoridagilardan ko‘rinadiki, siz tadbirkor sifatida korxonani boshqarishning asosiy vazifalarini yo‘lga qo‘ya bilishingiz lozim. Agar korxonangiz uncha katta bo‘lmasa, buni bir o‘zingiz uddalashingiz mumkin. Yirik korxonalarni boshqarish nisbatan murakkab jarayon bo‘lib, uni bir necha tarkibiy qismlarga ajratish mumkin.



Albatta, siz rahbar sifatida ushbu tarkibiy qismlarning har birini boshqarishni to‘liq va sifatli amalga oshira olmasligingiz mumkin. Chunki har

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

bir soha o‘ziga xos bilim va ko‘nikmalarni talab qiladi. Shunga ko‘ra, har bir soha tegishli bilim va ko‘nikmalarga ega mutaxassislar tomonidan nazorat qilib turiladi.

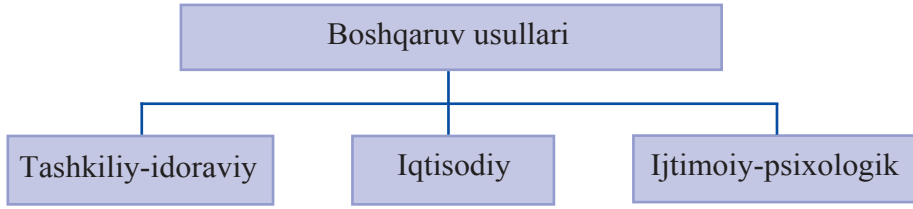
Masalan, bevosita ishlab chiqarish jarayoni injener va texnologlar, moliya – moliya menejerlari, buxgalterlar va auditorlar, xodimlar – xodimlar masalalari bo‘yicha mutaxassislar, ta’minot – sotish bo‘yicha mutaxassislar, marketologlar tomonidan nazorat qilinadi. Korxona rahbari esa ular faoliyatini muvofiqlashtirib, umumiy boshqaruvni amalga oshiradi.

BOSHQARUV USULLARI

Siz o‘z korxonangizni samarali boshqarish uchun uning usullari to‘g‘risida tushunchaga ega bo‘lishingiz lozim.

Korxonani boshqarish usullari – boshqaruv subyektining muayyan natijalarga erishish maqsadida boshqaruv obyektiga ta’sir o‘tkazish usullari majmuyi.

Boshqaruv usullari vositasida korxonadagi iqtisodiy jarayonlarga ta’sir etiladi. Ta’sir ko‘rsatish mazmuniga ko‘ra boshqaruvning tashkiliy-idoraviy, iqtisodiy va ijtimoiy-psixologik usullari mavjud.



BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Tadbirkor uchun boshqarish qobiliyatiga ega bo‘lishning ahamiyati qanday?
2. Menejment nima? Menejmentning asosiy maqsadi nimadan iborat?
3. Menejmentning qanday vazifalari mavjud?
4. Menejment subyekti va obyekti nima? Ular bir-biridan nimasi bilan farq qiladi?
5. Boshqaruv funksiyalarining har biriga tavsif bering.
6. Korxonani boshqarishning qanday tarkibiy qismlarini bilasiz?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

25-MAVZU MAHSULOTNI EKSPORTGA CHIQARISH

Eksportni yanada rag‘batlantirish maqsadida texnik jihatdan tartibga solish tizimini xalqaro standartlarga uyg‘unlashtirish lozim. Asosiy maqsadlarimizdan biri – tashqi bozorga sifatli va sertifikatlangan mahsulotlarni «o‘zbek brendi» nomi bilan olib chiqishdan iborat.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev

KORXONA TASHQI IQTISODIY FAOLIYATI

Ayrim tadbirkorlar o‘z mahsulotlarini tashqi bozorda sotishni maqsad qilib qo‘yadilar.

Tashqi bozor – muayyan mamlakat uchun xorijdagi davlatlar bozori bo‘lib, u xalqaro kelishuvlar orqali tartibga solinadi.

Chunki tashqi bozordagi ishtirok tadbirkorlik faoliyatining yuqori darajada rivojlanganligi, uning chet ellik tadbirkorlar bilan raqobatlashishga tayyorligini anglatadi. Milliy tadbirkorlarning tashqi bozorlarga chiqishi davlat uchun ham manfaatli bo‘lib, u bunday tadbirkorlarni qo‘llab-quvvatlashga harakat qiladi.

Bu borada tadbirkor o‘z faoliyatini tashkil etishda ikki jihatga e’tibor qaratishi maqsadga muvofiq. Birinchidan, u mamlakat ichida o‘z faoliyatini barqaror va samarali darajada yo‘lga qo‘yib olgandan keyin tashqi bozorga chiqishni rejalashtirishi mumkin.

Ikkinchidan, u o‘z ishini to‘g‘ridan to‘g‘ri tashqi bozorga mahsulot chiqarishdan boshlashi mumkin. Har ikkala holda ham korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyatini chuqur bilish taqozo etiladi.

Korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyati – xalqaro ishlab chiqarish integratsiyasi va kooperatsiya, tovar va xizmatlarning eksporti va importi, tashqi bozorga chiqish bilan bog‘liq xo‘jalik faoliyati sohasi.

Korxona tashqi iqtisodiy faoliyatining xo‘jalik ichki faoliyatidan farqi shundaki, tashqi iqtisodiy faoliyat erkin konvertatsiyalanadigan (ayirbosh-

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

lanadigan) qat'iy valutalar asosida amalga oshirilib, davlatning maxsus vositalari orqali tartibga solinadi.

Tashqi **iqtisodiy faoliyat** deganda O'zbekiston Respublikasi yuridik va jismoniy shaxslarining xorijiy davlatlarning yuridik va jismoniy shaxslari, shuningdek xalqaro tashkilotlar bilan o'zaro foydali iqtisodiy aloqalarni o'rnatish va rivojlantirishga qaratilgan faoliyati tushuniladi.

O'zbekiston Respublikasida ro'yxatga olingan yuridik shaxslar, shuningdek, O'zbekiston Respublikasining hududida doimiy yashash joyiga ega bo'lgan va yakka tartibdagi tadbirkor sifatida ro'yxatga olingan jismoniy shaxslar tashqi iqtisodiy faoliyat bilan shug'ullanishga haqlidir.

O'zbekiston Respublikasining 2000-yil 26-maydagi 77-II-sonli yangi tahrirdagi «Tashqi iqtisodiy faoliyat to'g'risida»gi qonuni, 3-modda

TASHQI SAVDO

Tashqi iqtisodiy faoliyatning asosiy yo'nalishlaridan biri – tashqi savdo hisoblanadi. Tashqi savdo ko'pincha tashqi savdo shartnomalari bilan rasmiylashtiriluvchi tijorat bitimlari orqali amalga oshiriladi.

Tashqi savdo – mamlakatlar o'rtasidagi mahsulot va xizmatlarni olib chiqish (eksport) va olib kirish (import)dan iborat savdo.

Bundan ko'rinadiki, tashqi savdo mahsulot va xizmatlar eksporti va importidan iborat.

Eksport – mahsulot va xizmatlarni mamlakatdan tashqaridagi xaridorlarga sotish.

Import – mahsulot va xizmatlarni mamlakatdan tashqaridagi sotuvchilardan sotib olish.

Tashqi savdoda ishtirok etish, ayniqsa, tovarni eksportga sotish bir necha bosqichlardan iborat maxsus tayyorgarliklarni talab etadi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

EKSPORT QILINAYOTGAN MAHSULOTNING RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASH

Siz xalqaro bozorga chiqmoqchi bo‘lsangiz bir qator amaliy vazifalarni bajarishingiz talab etiladi. Jumladan, dastlab asosiy raqobatchilarning mahsulotlari bilan tanishib chiqishingiz, ularning texnik ko‘rsatkichlarini tahlil qilishingiz zarur. Bu o‘z mahsulotingizning ustun va kamchilik tomonlarini aniqlashga yordam beradi.

A korxona mahsuloti

- Texnik ko‘rsatkichlari
- Narxi
- Mahsulot bo‘yicha xizmatlar
- Asosiy sotish bozorlari

B korxona mahsuloti

- Texnik ko‘rsatkichlari
- Narxi
- Mahsulot bo‘yicha xizmatlar
- Asosiy sotish bozorlari

Sizning mahsulotingiz

- Texnik ko‘rsatkichlari
- Narxi
- Mahsulot bo‘yicha xizmatlar
- Asosiy sotish bozorlari

Raqobatchilar mahsulotlari narxlarini tahlil qilish sizning o‘z mahsulotingiz uchun belgilangan narxning raqobatbardoshlik darajasini ko‘rsatib beradi.

Raqobatchilar tomonidan eksport qilinayotgan mahsulot bo‘yicha taklif etilayotgan xizmatlar majmuyini o‘rganish sizning mahsulotingiz raqobatga qay darajada tayyorligini baholashga yordam beradi.

Siz raqobatchilarning asosiy sotish bozorlarini tahlil qilish orqali o‘z mahsulotingiz uchun qaysi mamlakat bozori qulayligini aniqlashingiz mumkin.

Bu bosqichdagi ishlarning natijasi yangi tashqi bozorlardagi korxona mahsulotlari istiqbolini oldindan tasavvur etish hisoblanadi.

MAHSULOTNI EKSPORTGA TAYYORLASH

Mahsulotni eksportga chiqarish tashqi bozorga chiqish bilan bog‘liq qo‘shimcha sarf-xarajatlarni hisoblashni talab etadi. Jumladan, mahsulotni ishlab chiqarish va sotish bilan bog‘liq asosiy xarajatlardan tashqari rekla-

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

ma, ko‘rgazmalarda ishtirok etish, vakolatxonalar ochish kabi qo‘shimcha xarajatlar ham paydo bo‘lishi mumkin.

Qo‘shimcha xarajatlarni hisoblash

- ☐ Tashqi reklama
- ☐ Ko‘rgazmalarda ishtirok etish
- ☐ Vakolatxonalar ochish

Sotishga tayyorlash bilan bog‘liq ishlarni amalga oshirish

- ☐ muloqotlarni tashkil etish
- ☐ mahsulot to‘g‘risida axborot berish
- ☐ mahsulot tashish uchun transport korxonalari bilan shartnomalar tuzish
- ☐ hujjatlarning loyihalarini tayyorlash
- ☐ tovar uchun haq to‘lash tartibi, hisob-kitob shaklini aniqlash
- ☐ mahsulotning pasporti, texnik tavsiflari, foydalanish bo‘yicha qo‘llanmalarini tayyorlash

.

Shuningdek, korxona mahsulotlarini eksportga sotishga tayyorlash bu boradagi muloqotlarni tashkil etish, mahsulot to‘g‘risida axborot berish, mahsulot tashish uchun transport korxonalari bilan shartnomalar tuzish, hujjatlarning loyihalarini tayyorlash, tovar uchun haq to‘lash tartibi, hisob-kitob shaklini aniqlash, mahsulotning pasporti, texnik tavsiflari, foydalanish bo‘yicha qo‘llanmalarini tayyorlash kabi ishlarni amalga oshirishni taqozo etadi.

EKSPORT MAHSULOT NARXINI BELGILASH

Eksport narxini to‘g‘ri hisob-kitob qilish va shakllantirish muhim hisoblanadi. Chunki bunda eksport qilinadigan mahsulotning ishlab chiqarish xarajatlaridan tashqari quyidagi qo‘shimcha xarajatlari ham hisobga olinishi lozim:

Qo‘shimcha xarajatlar ⇨ Qadoqlash ⇨ Eksportni rasmiylashtirish ⇨ Bojxona to‘lovlari ⇨ Transport ⇨ Yukni sug‘urta qilish ⇨ Bank operatsiyalari

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

BOJXONA RO‘YXATIDAN O‘TKAZISH

Tadbirkor o‘z tovarini eksport qilish uchun uni bojxona ro‘yxatidan o‘tkazishi talab qilinadi. Buning uchun quyidagi hujjatlar zarur bo‘ladi:

– mahsulot eksporti bo‘yicha shartnoma (bitim, kelishuv);
– yuk bojxona deklaratsiyasi;
– transport va tovarni kuzatuvchi hujjatlar.

TOVARLAR EKSPORTI VA IMPORTINI TAQIQLASH VA CHEKLASH

Mamlakatimizda tovarlar eksporti va importini taqiqlash hamda cheklash belgilanishi mumkin. Bu quyidagi maqsadlarda amalga oshiriladi:

– milliy xavfsizlikni ta’minlash;
– aholi hayoti va sog‘lig‘ini muhofaza qilish, hayvonot va o‘simlik dunyosini hamda atrof-muhitni muhofaza qilish;
– ijtimoiy axloq-odobga va huquq-tartibotga rioya etish;
– madaniy merosni saqlash;
– mamlakatimiz to‘lov balansini saqlab turish;
– mamlakatimizning xalqaro majburiyatlarini bajarish;
– tiklab bo‘lmaydigan tabiiy resurslar tugatilishining oldini olish.

Shunga ko‘ra, tovarlarning ayrim turlarini eksport va import qilish faqat tegishli ruxsatnoma (litsenziya) olinganidan keyin amalga oshiriladi. Litsenziyalar vakolatli organlar tomonidan beriladi.

Ayrim tovarlar turlarini eksport va import qilishga nisbatan miqdoriy cheklovlar (kvotalar) belgilanishi mumkin. Kvotalarni taqsimlash, qoida tariqasida, tanlov yoki kimoshdi savdosi asosida amalga oshiriladi.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Tashqi bozor nima?
2. Tadbirkorlarning tashqi bozorlarga chiqishi kim uchun manfaatli hisoblanadi?
3. Korxona tashqi iqtisodiy faoliyatining o‘ziga xos jihati nimada?
4. Mamlakatimizda tashqi iqtisodiy faoliyat bilan kimlar shug‘ullanishi mumkin?
5. Tashqi savdo nima? U qanday amalga oshiriladi?
6. Eksport va importning farqi nima?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

26-MAVZU INVESTITSIYA FAOLIYATI

Shu nuqtayi nazardan, davlatning innovatsion yangilanish dasturini shakllantirish, innovatsiya va investitsiyalardan samarali foydalanadigan yangi avlod kadrlarini, yangi sarmoyadorlar sinfini tayyorlash o‘ta muhim ahamiyatga ega. Buning uchun O‘zbekistonni texnologik rivojlantirish va ichki bozorni modernizatsiya qilish bo‘yicha kuchli milliy g‘oya, milliy dastur kerak. Ushbu dastur O‘zbekistonni jahondagi taraqqiy topgan mamlakatlar qatoriga tezroq olib chiqishga imkon yaratishi lozim.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev

INVESTITSIYA FAOLIYATI

Siz tadbirkorlik faoliyatini yo‘lga qo‘ymoqchi bo‘lsangiz investitsiyalash degan tushunchaga duch kelishingiz tabiiy. Chunki tadbirkorlikda investitsiya faoliyati muhim o‘rin tutadi. Investitsiya faoliyati – foyda olish maqsadida pul yoki boshqa ko‘rinishdagi mablag‘larni ishlab chiqarishga jalb etish va ulardan foydalanish jarayoni.

Investitsiya faoliyati – investitsiya faoliyati subyektlarining investitsiyalarni amalga oshirish bilan bog‘liq harakatlari majmuyi.

O‘zbekiston Respublikasining 2014-yil 9-dekabrdagi O‘RQ-380-sonli yangi tahrirdagi «Investitsiya faoliyati to‘g‘risida»gi qonuni, 3-modda

Siz, asosan, qanday yo‘nalishlarda investitsiyalash bilan shug‘ullanishingiz mumkin?

Eng avvalo korxonani yangi bino, texnika va asbob-uskunalar bilan jihozlash yoki mavjudlarini zamonaviy, samarali va ilg‘or ko‘rinishdagilari bilan almashtirish kerak. Bu jarayon **texnik yoki texnologik modernizatsiyalash** deb ham ataladi.

Texnik yoki texnologik modernizatsiyalash – mavjud texnik yoki texnologik jihozlar va asbob-uskunalarni zamonaviy va ilg‘or turlari bilan almashtirish.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Shuningdek, siz ishlab chiqarish faoliyatini kengaytirishga investitsiya kiritishingiz mumkin. Bu qo‘shimcha binolar qurish, yangi ishlab chiqarish quvvatlarini ishga tushirish, qo‘shimcha ishchilarni yollash kabi jarayonlarni o‘z ichiga oladi.

Yangi faoliyat turlarini o‘zlashtirish investitsiya kiritishning muhim yo‘nalishi hisoblanadi. Chunki siz bir necha faoliyat turiga asoslangan ishlab chiqarishni tashkil etsangiz, bozordagi holatning o‘zgargan sharoitida ham daromad olish imkoniyatingiz kengayadi. Ishlab chiqarish faoliyati turlarini kengaytirish **ishlab chiqarishni diversifikatsiyalash** deb ataladi.

Ishlab chiqarishni diversifikatsiyalash – bozor holati o‘zgarishlariga moslashuvchanlikni oshirish maqsadida mahsulot ishlab chiqarish turlarini kengaytirish.

Demak, sizning korxonani ochish, uni ishga tushirish, faoliyatini kengaytirish va yanada rivojlantirish maqsadlarida mablag‘larni sarflashingiz investitsiyalash hisoblanadi.

INVESTITSIYALARNING TURKUMLANISHI

Siz investitsiya faoliyatini samarali yo‘lga qo‘yishingiz uchun investitsiyalarning turlari to‘g‘risida to‘liq ma’lumotga ega bo‘lishingiz lozim. Investitsiya (ingl. *investments)* – ishlab chiqarishni tashkil etish yoki uni kengaytirish maqsadida turli ko‘rinishda kiritilgan mablag‘.

Investitsiya sifatida kiritilgan mablag‘lar, odatda, kapital qo‘yilmalar deb ham ataladi.

Asosan real va moliyaviy (portfel) investitsiyalar farqlanadi.

Real investitsiyalar – korxonalarning jismoniy kapitaliga mablag‘ kiritish. Masalan, asbob-uskunalari, jihozlarini sotib olish yoki bino va inshootlarini rekonstruksiya qilish. Real investitsiyalar ishlab chiqarishni yo‘lga qo‘yish va kengaytirishga bevosita ta’sir ko‘rsatadi.

Moliyaviy investitsiyalar – korxona qimmatli qog‘ozlari (aksiya, obligatsiya va boshqalar)ni sotib olish. Bunda korxona qimmatli qog‘ozlarini sotishdan tushgan pul mablag‘lari keyinchalik ishlab chiqarishni yo‘lga qo‘yish va kengaytirish maqsadlariga sarflanishi mumkin.

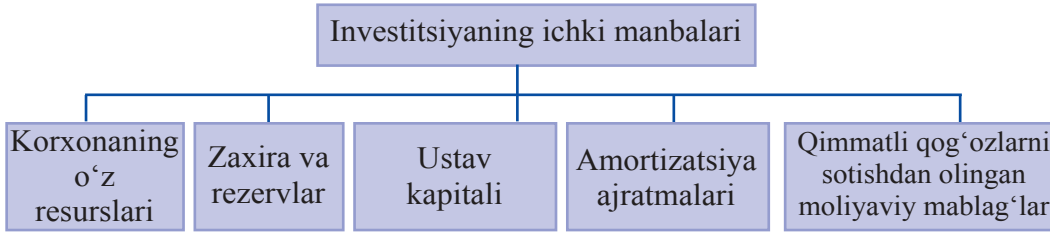
*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

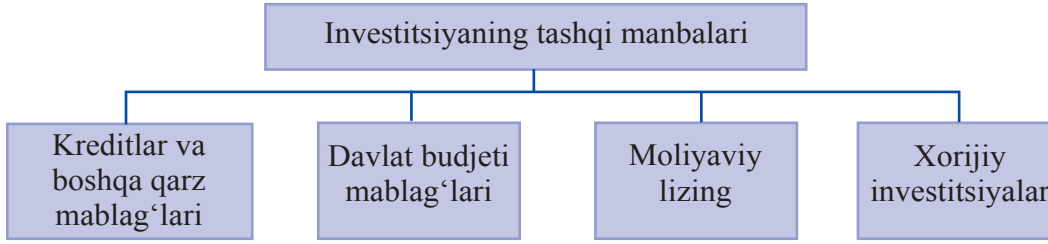
INVESTITSIYA MANBALARI

Investitsiya faoliyatini amalga oshirish uchun, avvalo, uning manbalarini aniqlab olish zarur. Bu o‘rinda ichki va tashqi manbalarni ajratib ko‘rsatish mumkin.

Investitsiyaning ichki manbalari quyidagilar hisoblanadi:



Investitsiyaning tashqi manbalari quyidagilar hisoblanadi:



INVESTITSIYA LOYIHASI

Amalga oshirilgan investitsiyalar har doim ham biz o‘ylagan natijaga olib kelmasligi mumkin. Ayrim holatlarda ular juda past samara keltirishi, ba’zida esa umuman o‘zini oqlamasligi mumkin. Bunday holatlar investitsiya riski deb nomlanadi.

Investitsiya riski – ko‘zda tutilmagan sabablarga ko‘ra investitsiya mablag‘larining samara keltirmasligi oqibatida moliyaviy yo‘qotish ehtimoli.

Investitsiya riskini pasaytirish maqsadida investitsiya mablag‘ini sarflash oldindan puxta hisob-kitob qilinishi lozim. Bu investitsiya loyihasini ishlab chiqish orqali amalga oshiriladi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Investitsiya loyihasi – iqtisodiy, ijtimoiy va boshqa yo‘sindagi foyda olish uchun investitsiyalarni amalga oshirishga qaratilgan o‘zaro bog‘liq tadbirlar majmuyidir.

O‘zbekiston Respublikasining 2014-yil 9-dekabrdagi O‘RQ-380-sonli yangi tahrirdagi «Investitsiya faoliyati to‘g‘risida»gi qonuni, 6-modda

Investitsiya loyihasining ishlab chiqarish, ilmiy-texnik, tijorat, moliyaviy, iqtisodiy, ijtimoiy-iqtisodiy loyiha kabi turlari bo‘lishi mumkin.

INVESTITSIYA LOYIHASI TAHLILI

Investitsiya loyihasining to‘g‘ri ishlab chiqilganligi, unda belgilangan chora-tadbirlarning asosli ekanini baholash uchun uni tahlil qilish kerak bo‘ladi.

Investitsiya loyihasi tahlili – investitsiyalarni amalga oshirishning maqsadga muvofiqligini baholash imkonini beruvchi muayyan usul va harakatlar majmuyi.

Har qanday investitsiya loyihasi tahlili quyidagi jarayonlarni o‘z ichiga oladi:

1) zarur ma’lumotni tanlash va tayyorlash;
2) dastlabki ma’lumotni qayta ishlash va tahliliy ma’lumotni shakllantirish;
3) tahliliy ma’lumotni talqin etish;
4) xulosa va tavsiyalarni tayyorlash.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Investitsiya faoliyati nimani anglatadi?
2. Ishlab chiqarishni diversifikatsiyalash nimani anglatadi?
3. Investitsiyalarning qanday asosiy turlari mavjud?
4. Real va moliyaviy (portfel) investitsiyalarning farqi nimada?
5. Investitsiya faoliyatini amalga oshirishning qanday manbalari mavjud?
6. Investitsiya loyihasi nima va uning qanday turlari mavjud?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

27-MAVZU INNOVATSION FAOLIYAT

Bugun biz davlat va jamiyat hayotining barcha sohalarini tubdan yangilashga qaratilgan innovatsion rivojlanish yo‘liga o‘tmoqdamiz. Bu bejiz emas, albatta. Chunki zamon shiddat bilan rivojlanib borayotgan hozirgi davrda kim yutadi? Yangi fikr, yangi g‘oyaga, innovatsiyaga tayangan davlat yutadi.

Innovatsiya – bu kelajak degani. Biz buyuk kelajagimizni barpo etishni bugundan boshlaydigan bo‘lsak, uni aynan innovatsion g‘oyalar, innovatsion yondashuv asosida boshlashimiz kerak.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev

FAOLLASHTIRUVCHI SAVOL VA TOPSHIRIQLAR

1. Rasmlarda ifodalangan mahsulotlarning odatdagi mahsulotlardan ajralib turadigan xususiyati nimada deb o‘ylaysiz?
2. Ushbu mahsulotlarning o‘ziga xos xususiyatlarining afzalligi nimada?
3. Siz o‘zingiz ham biron-bir mahsulotni noodatiy holda ishlab chiqarish haqida o‘ylab ko‘rganmisiz?

INNOVATSIYALAR

Sizga ma’lumki, mamlakatimizda 2018-yil «Faol tadbirkorlik, innovatsion g‘oyalar va texnologiyalarni qo‘llab-quvvatlash yili» deb nomlandi. Xo‘sh, innovatsiyaning o‘zi nima?

Innovatsiya (ingl. «*innovation*» – yangilik, novatorlik) – yangi texnologiya, mahsulot va xizmatlar turi, ishlab chiqarish, mehnat, xizmat ko‘rsatish va boshqaruv ko‘rinishidagi yangiliklarning qo‘llanilishi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Demak, bundan ko‘rinadiki, agar siz shu vaqtga qadar mavjud bo‘lmagan yangi mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmat ko‘rsatishni yo‘lga qo‘ysangiz, u holda innovatsiyani amalga oshirgan bo‘lasiz.

BILASIZMI?

Innovatsiya tushunchasini birinchi bo‘lib avstriyalik iqtisodchi Y. Shumpeter muomalaga kiritib, beshta jihatini belgilab bergan:

– yangi texnika va texnologik jarayonlardan foydalanish;
– yangi xossalarga ega bo‘lgan mahsulotni joriy etish;
– yangi xomashyodan foydalanish;
– ishlab chiqarish va uning moddiy-texnik ta’minotini tashkil etishdagi o‘zgarishlar;
– yangi sotish bozorlarining paydo bo‘lishi.

KORXONANING INNOVATSION FAOLIYATI

Mamlakatda yuqori iqtisodiy o‘sish va rivojlanishni ta’minlash uchun korxonalarda innovatsion faoliyatni yo‘lga qo‘yish zarur.

Korxonaning innovatsion faoliyati – yangi bilim va texnologiyalarni ishlab chiqarishga joriy etishga qaratilgan tadbirlar yig‘indisi.

Bu tadbirlar ilmiy, texnologik, moliyaviy va tijorat tavsifiga ega bo‘lishi mumkin. Korxonada innovatsion faoliyatni amalga oshirish natijasida:

– yangi mahsulot turini ishlab chiqarish yoki xizmat ko‘rsatishni yo‘lga qo‘yish;
– mavjud mahsulot yoki xizmatlarda yangi sifat xususiyatlari hosil qilinishi mumkin.

Korxonada innovatsion faoliyatni boshqarish **innovatsion menejment** deb ataladi.

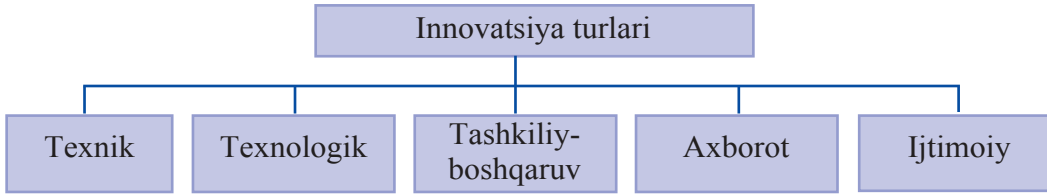
INNOVATSIYALARNING TURKUMLANISHI

Siz o‘z faoliyatingizda innovatsiyalarni amalga oshirmoqchi bo‘lsangiz, u holda ularning turlarini bilishingiz lozim. Innovatsiyalarning quyidagi turlari farqlanadi.

Har bir innovatsiya turining mazmunini ko‘rib chiqamiz.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE



Texnik innovatsiyalar – yangi yoki takomillashtirilgan xossalarga ega mahsulotlar ishlab chiqarish. Bunda siz o‘z mahsulotingizning biron-bir texnik xususiyatini takomillashtirgan bo‘lishingiz mumkin.

Texnologik innovatsiyalar – mahsulotlar ishlab chiqarishning nisbatan takomillashgan usullarini qo‘llash. Bunda mahsulot ishlab chiqarish texnologiyasiga yangi o‘zgartirishlar kiritilishi mumkin.

Tashkiliy-boshqaruvga oid innovatsiyalar – ishlab chiqarish, transport, sotish va ta’minotni maqbul holda tashkil etish bilan bog‘liq jarayonlar. Siz korxonadagi mavjud tashkiliy-boshqaruv jarayonlari mazmunida yangi o‘zgarishlarni amalga oshirishingiz mumkin.

Axborotga oid innovatsiyalar – korxona innovatsion faoliyatida axborot olish, uning ishonchliligi va tezkorligini ta’minlash bilan bog‘liq jarayonlar. Ayniqsa, hozirgi axborot-kommunikatsiya texnologiyalari jadal rivojlanayotgan bir vaqtda ushbu yo‘nalish muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Ijtimoiy innovatsiyalar – mehnat sharoitlarini yaxshilash, sog‘liqni saqlash, ta’lim, madaniyat sohalaridagi muammolarni hal etish bilan bog‘liq jarayonlar. Bundan ko‘rinadiki, maktabda o‘quvchilarga ta’lim berish jarayonlariga yangi texnologiyalarni joriy etish ham innovatsiya hisoblanadi.

INNOVATSIYA G‘OYALARI MANBALARI

Siz o‘z faoliyatingizda innovatsiyani amalga oshirishingiz uchun dastlab innovatsiya bo‘yicha g‘oyaga ega bo‘lishingiz lozim. Innovatsiya g‘oyalarining o‘zi to‘satdan paydo bo‘lishi ham, ularni maqsadga muvofiq shakllantirish ham mumkin. Shunga ko‘ra, innovatsiya g‘oyalari manbalarini ajratib ko‘rsatish maqsadga muvofiq:

1) kutilmagan hodisa. Sizning faoliyatingizda biron-bir muvaffaqiyat yoki omadsizlik, qandaydir voqeaning ro‘y berishi yangi g‘oyalarga, ixtiroga sabab bo‘lishi mumkin;

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

2) biron-bir narsa to‘g‘risidagi tasavvurlarimiz va haqiqat o‘rtasidagi nomuvofiqlik. Odatda tasavvur haqiqiy holatga ko‘ra ijobiyroq, yuqoriroq bo‘ladi va u yangi o‘zgarishlar qilishga undaydi;

3) jarayon ehtiyojlari asosidagi yangiliklar. Siz biron-bir jarayonni kuzatib turib, bu yerda nimadir yetishmayotganligini his etasiz. Uni to‘ldirish esa yangilikning yaratilishiga olib keladi;

4) faoliyat yo‘nalishingiz yoki mahsulot bozorida ro‘y beruvchi favqulodda o‘zgarishlar;

5) bilimdagi o‘zgarishlar. Sizning biron-bir mahsulot yoki jarayon to‘g‘risida yangi ma’lumotga ega bo‘lishingiz darhol uni amaliyotga joriy etishga undaydi. Bu esa yangi bilim asosida yangi mahsulot yoki xizmatlarga asos solinishiga olib kelishi mumkin.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Mamlakatimizda 2018-yilning «Faol tadbirkorlik, innovatsion g‘oyalar va texnologiyalarni qo‘llab-quvvatlash yili» deb nomlanishiga sabab nima?
2. Innovatsiya so‘zining ma’nosi nima?
3. Korxonaning innovatsion faoliyati nimani anglatadi?
4. Korxonada innovatsion faoliyatni amalga oshirish natijasini qanday baholash mumkin?
5. Korxonada innovatsion faoliyatni boshqarish qanday nomlanadi?
6. Innovatsiyalarning qanday turlari farqlanadi?
7. Innovatsiya g‘oyalari nima va ular qanday paydo bo‘ladi?

MAVZU YUZASIDAN AMALIY TOPSHIRIQ VA MASHQLAR

1. Yosh tadbirkor Umida Yoqubjonova «A» turdagi mahsulot ishlab chiqaradi. Uning bir oylik ishlab chiqarish hajmi 32 000 donani, umumiy xarajatlar 100 mln. so‘mni, umumiy daromad esa 120 mln. so‘mni tashkil etadi. Tadbirkor korxonada innovatsion faoliyatni amalga oshirib, ishlab chiqarish jarayoniga yangi texnologiyani joriy qildi va tayyorlanayotgan mahsulotning xususiyatlarini takomillashtirdi. Natijada u endi bir oyda 50 000 dona mahsulot ishlab chiqarib, 200 mln. so‘mlik daromadga erishdi. Bunda ishlab chiqarish xarajatlari 125 mln. so‘mni tashkil etdi. Korxonada innovatsion faoliyatni amalga oshirish natijasida samaradorlik ko‘rsatkichlari va ularning o‘zgarishini aniqlang.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

V BOB TADBIRKORLIKDA RISK VA RAQOBATDOSHLIK

28-MAVZU TADBIRKORLIK RISKLARINI BAHOLASH

RISK TUSHUNCHASI

Tadbirkorlik faoliyati doimo ham bir xilda muvaffaqiyatli amalga oshavermaydi. Ayrim holatlarda tadbirkor rejalashtirgan ishlarini amalga oshira olmay qolishi, o‘zi ko‘zlagan daromad yoki foydani olmasligi mumkin. Chunki tadbirkorlik faoliyati va uning natijasini oldindan to‘liq va aniq belgilab bo‘lmaydi. Shunga ko‘ra, tadbirkorlikning asosiy xususiyatli belgilaridan biri – riskka borish hisoblanadi.

Tadbirkorlik riski – resurslardan samarali foydalanish mumkin bo‘lgan holatdan chetga chiqish va buning oqibatida resurslarni yo‘qotish xavfi.

Tadbirkorlik riski bu boradagi faoliyatning barcha turlari – mahsulot ishlab chiqarish, tovarlar sotish va xizmat ko‘rsatish; tovar-pul va moliyaviy operatsiyalar; tijorat; ilmiy-texnikaviy loyihalarni amalga oshirish bilan bog‘liq holda vujudga kelishi mumkin.

Demak, tadbirkorlik riski rejalashtirilgan tadbir amalga oshmay qolgan holda zarar yoki ziyon ko‘rish ehtimoli. U boshqaruv qarorlarini qabul qilishda yo‘l qo‘yilishi mumkin bo‘lgan xato yoki ko‘zda tutilmagan holatlar oqibatida ham kelib chiqishi mumkin.

Risk tushunchasi xalqaro ahamiyat kasb etadigan tushuncha bo‘lib, o‘zbek tilida xavf, xatar, tahlika va tavakkalchilik degan mazmunni anglatadi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

RISKLARNING ASOSIY TURLARI

Tadbirkorlik riskini juda ko‘p turlarga, masalan, tabiiy iqlim, siyosiy, xo‘jalik, transport va boshqalarga ajratish mumkin. Biz uning uchta asosiy turini – ishlab chiqarish, moliyaviy va investitsion riskni ko‘rib chiqamiz.

Ishlab chiqarish riski korxonaning xo‘jalik yuritish faoliyati bilan bog‘liq. Bunda korxona o‘zining majburiyatlarini bajarmaslik ehtimoli tushuniladi. Masalan, korxona buyurtmachi yoki xaridorlar oldidagi shartnomaviy majburiyatlarini bajarmasligi, o‘z tovar va xizmatlarini sota olmasligi, ular narxlarini to‘g‘ri belgilay olmasligi, bankrotlikka yuz tutishi mumkin.

Moliyaviy operatsiyalar tavsifidan kelib chiqqan holda yuzaga keluvchi zararlar **moliyaviy risk**ni vujudga keltiradi. Moliyaviy risk moliya-kredit, fond birjasi sohalarida, qimmatli qog‘ozlar operatsiyasini amalga oshirishda yo‘l qo‘yilishi mumkin bo‘lgan yo‘qotishlarni ifodalaydi. Moliyaviy risklarga, shuningdek, kredit riski, foiz riski, valuta riski, moliyaviy natijani boy berish riski kabilarni kiritish mumkin.

Investitsion risk korxonaning investitsion faoliyati jarayonida ko‘zda tutilmagan moliyaviy yo‘qotishlarning paydo bo‘lishini anglatadi. Ya’ni, korxona qimmatli qog‘ozlarining sotilmay qolishi yoki ular keltiradigan daromadning pasayib ketishi, investitsiya loyihalarining amalga oshmasligi shular jumlasidandir.

TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA RISKNI BAHOLASH

Tadbirkorlik faoliyatida riskning salbiy ta’sirini kamaytirish maqsadida u baholab boriladi. Tadbirkorlik riskini baholashning bir qator usullari mavjud. Jumladan: statistik, analitik, analogiya va ekspert baholash usuli.

EHTIMOLIY RISKNI HISOBLASH

Risk yoki tavakkalchilikni o‘lchashning asosi ehtimol tushunchasi bilan bog‘liq. Amerikalik olim F. Nayt (1885 – 1972) ehtimolni ikki turga bo‘ladi: matematik, ya’ni oldindan aniqlash mumkin bo‘lgan ehtimol va statistik ehtimol.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Birinchi turdagi ehtimolni obyektiv ehtimol desak, u iqtisodiyotda kamroq uchraydi, ikkinchi turdagi ehtimol subyektiv ehtimol bo‘lib, biznesga xosdir. Ham obyektiv, ham subyektiv ehtimollar tavakkalchilik darajasini ifodalashda va tanlashda foydalaniladi. Obyektiv ehtimol o‘rtacha qiymatni aniqlashga yordam bersa, subyektiv ehtimol olinishi mumkin bo‘lgan natijalarning o‘zgaruvchanlik mezonini aniqlashga yordam beradi. Tavakkalchilikni miqdoriy aniqlash uchun biror voqea yoki hodisaning olib kelishi mumkin bo‘lgan oqibatlarini va bu oqibatlarning ehtimolini bilish kerak bo‘ladi.

Kutiladigan miqdor – bu mumkin bo‘lgan barcha natijalarning o‘rtacha o‘lchangan qiymatlari. Bu yerda har bir natijaning ehtimoli ushbu mos qiymatlarning takrorlanish chastotasi yoki o‘lchovidir.

$$E(X) = P_1x_1 + P_2x_2 + \ldots + P_nx_n$$

Bu yerda x_i – mumkin bo‘lgan natija;

P_i (Probability) – ushbu natijaning paydo bo‘lish ehtimoli:

$$P_1 + P_2 + \ldots + P_n = 1$$

Masalan, tadbirkor yangi mahsulot ishlab chiqarmoqchi. Agar tadbirkorning yangi mahsuloti bozorda muvaffaqiyatga erishsa, har bir mahsulot birligiga 10 000 so‘m foyda olish mumkin, agar muvaffaqiyatga erishmasa, bir birlik mahsulot uchun 1 000 so‘m olinadi. Korxona mahsulotining bozorda muvaffaqiyatga erishish ehtimoli 0,6 ga teng bo‘lsa, bir birlik mahsulotdan kutiladigan foyda miqdori quyidagicha aniqlanadi:

$$E(X) = 0{,}6 \times 10\,000 + 0{,}4 \times 1\,000 = 6\,400 \ so‘m$$

Insonlar riskka, ya’ni tavakkalchilikka borishga tayyorligi bilan bir-biridan farq qiladi. Insonlar riskka borishga tayyorligi bo‘yicha uch turga bo‘linadi:

– riskka, ya’ni tavakkalchilikka borishga moyil insonlar;

– riskka borishga qarshi, ya’ni moyil emas insonlar;

– riskka befarq qaraydigan insonlar.

Tavakkalchilikka qarshi bo‘lgan inson deganda shunday inson tushuniladiki, kutiladigan daromad berilganda, u tavakkalchilik bilan bog‘liq natijalarga nisbatan, kafolatlangan natijani ustun ko‘radi. Shuning uchun ham tavakkalchilikka borishga moyillikning yo‘qligi ko‘pchilik insonlar-

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

ga xosdir. Tavakkalchilik ular uchun og‘ir sinovdek hisoblanadi va ular ma’lum kompensatsiya bo‘lgandagina tavakkalchilikka borishi mumkin.

Tavakkalchilikka befarq qaraydigan inson shunday inson hisoblanadiki, kutiladigan daromad berilganda, u kafolatlangan natijani ma’qul ko‘rib, tavakkalchilik bilan bog‘liq natijalarga befarq qaraydi. Tavakkalchilikka neytral qaraydigan inson uchun o‘rtacha foyda muhim hisoblanadi.

Tavakkalchilikka moyil bo‘lgan inson shunday inson hisoblanadiki, kutiladigan daromad berilganda u kafolatlangan natijaga nisbatan tavakkalchilik bilan bog‘liq natijani ustun ko‘radi.

Tavakkalchilikka qiziqadigan inson undan bahra oladi. Bunday turdagi insonlarga o‘z taqdirini sinab ko‘rish uchun barqaror daromaddan voz kecha oladigan insonlar kiradi.

Riskni pasaytirishning quyidagi turlari mavjud: diversifikatsiya, sug‘urtalash, tavakkalchilikni taqsimlash, axborot izlash.

Diversifikatsiya usulida risk bir necha tovarlarga taqsimlanadi, ya’ni biror tovarni sotish (sotib olish) yuqori risk bilan bog‘liq bo‘lishi boshqa bir tovarni sotishdan (sotib olishdan) bo‘ladigan riskni kamaytirishga olib keladi.

Masalan, biror firma ikki xil mahsulot ishlab chiqaradi. Ma’lumki, bir vaqtning o‘zida ikkala mahsulot turiga bo‘lgan talabning kamayib ketish ehtimoli, ulardan bittasiga bo‘lgan talabni kamayib ketish ehtimolidan yuqori. Ko‘p hollarda bir turdagi mahsulotga bo‘lgan talab kamayganda ikkinchi turdagi mahsulotga bo‘lgan talab oshadi. Quyidagi jadvalda ikki turdagi mahsulotdan olinadigan daromadlar keltirilgan.

1-jadval

Tovarlarni sotishdan tushgan daromad

Tovarlar turi	Yoz fasli	Qish fasli
Muzqaymoq	600 mln. so‘m	100 mln. so‘m
Muzqaymoqli tort	100 mln. so‘m	600 mln. so‘m

Firma o‘z ishlab chiqarishini diversifikatsiya qilib, yoz oyida ikkinchi tur tovar hisobidan yo‘qotadigan daromadini birinchi tur tovarni ko‘proq sotish hisobidan qoplaydi. Xuddi shunday qish faslidagi yo‘qotishlar ikkinchi tovar hisobidan qoplanadi. Ko‘rinib turibdiki, firma diversifikatsiya yo‘li bilan tavakkalchilikni kamaytirdi. Lekin diversifikatsiya tavakkalchilikni to‘liq yo‘qotmaydi, u faqat kamaytiradi xolos.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

RISKLARNI SUG‘URTALASH

Risklarni qo‘shish – ushbu usul tasodifiy yo‘qotishlarni o‘zgarmas xarajatlarga aylantirish orqali tavakkalchilikni kamaytirishga qaratilgan. Ma’lumki, mulkning o‘g‘irlanishi, shaxsning kasal bo‘lib ishga chiqmasligi, tabiiy ofatlarning bo‘lishi tasodifiy bo‘lib ular juda katta xarajatlarga olib kelishi mumkin. Ushbu noxush hodisalarning oqibatlarini kamaytirishda sug‘urtaning ahamiyati katta.

Sug‘urtalashda tavakkalchilikni qo‘shish samaradorligi shu bilan belgilanadiki, sug‘urtalangan shaxslarning tavakkalchiligi bir-biriga bog‘liq bo‘lmasligi kerak.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Tadbirkorlik riski deganda nimani tushunasiz?
2. Tadbirkorlik riski qanday turlarga bo‘lib o‘rganiladi?
3. Tadbirkorlik riskini baholashning qanday usullarini bilasiz?
4. Ehtimoliy risk asosida kutiladigan miqdor qanday aniqlanadi?
5. Tadbirkorlik riskini pasaytirishning qanday turlarini bilasiz?

MAVZU YUZASIDAN AMALIY TOPSHIRIQ VA MASHQLAR

1. Aytaylik yosh tadbirkor Nigora Abdurazzoqovaning ixtiyorida pulini ko‘paytirishning ikki xil tanlash varianti bor. Birinchidan, agar u o‘zida mavjud bo‘lgan ortiqcha 100 mln. so‘m mablag‘ini bankka omonatga qo‘ysa, yillik 20 foiz ko‘rinishida kafolatlangan qo‘shimcha daromad oladi. Ikkinchidan, u qo‘shimcha ishlab chiqarish bilan shug‘ullanishi mumkin. Uning ishlab chiqargan mahsuloti bozorda muvaffaqiyat qozonsa, tadbirkorning qo‘shimcha oladigan daromadi 40 mln. so‘mni, agar muvaffaqiyat qozona olmasa 10 mln. so‘mni tashkil etadi. Mahsulotning bozorda muvaffaqiyatga erishish ehtimoli 0,4 ga teng. Mahsulotni ishlab chiqarishdan kutiladigan daromad miqdorini aniqlang. Tadbirkor qaysi variantni tanlaydi?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

29-MAVZU KORXONADA MEHNAT RESURSLARI

MEHNAT RESURSLARI

Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishda eng muhim iqtisodiy resurslardan biri – mehnat resurslari hisoblanadi.

Mehnat resurslari – aholining mehnat qilish uchun zarur bo‘lgan jismoniy va aqliy qobiliyatga ega bo‘lgan qismi.

O‘zbekistonda mehnat resurslari tarkibiga 16 yoshdan 55 yoshgacha bo‘lgan ayollar hamda 60 yoshgacha bo‘lgan erkaklar kiradi.

MEHNAT SHARTNOMASI

Agar siz tadbirkorlik faoliyati asosida ishchilarni ishga yollamoqchi bo‘lsangiz, buni qonuniy asosda tashkil etishingiz lozim. Mamlakatimizda korxona va ishchilar o‘rtasidagi munosabat mehnat shartnomasi yordamida shakllanadi.

Mehnat shartnomasi – korxona va ishchilar o‘rtasidagi ishga yollash bo‘yicha munosabatni namoyon etuvchi va tartibga soluvchi huquqiy hujjat.

Mehnat shartnomasida quyidagi muhim masalalar belgilab beriladi:
– ish haqi stavkasi;
– me’yordan ortiqcha bajarilgan ishlar uchun stavka;
– dam olish kunlari va tanaffuslar;
– pensiya fondlari va sog‘liqni saqlashga ajratmalar;
– narxlarning o‘zgarishini hisobga olgan holda ish haqi va boshqa to‘lovlar miqdorini tartibga solish;
– mehnat sharoiti va boshqa masalalar.

Shuningdek, mehnat shartnomasida zarur tashkiliy masalalar ham ko‘rsatib o‘tiladi. Odatda, mehnat shartnomasi bir necha yilga tuziladi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

ISH HAQI

Tadbirkorlik faoliyatida ishchilarni rag‘batlantirishning eng asosiy shakli ish haqi hisoblanadi. Ish haqining to‘g‘ri va adolatli belgilanishi pirovardida tadbirkorlik faoliyati natijalariga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi.

Ish haqi – tadbirkorlik faoliyatida yaratilgan mahsulotdan ishchi va xizmatchilar mehnatining miqdori, sifati va unumdorligiga qarab to‘lanadigan ulushining puldagi ifodasi.

Ishchi va xizmatchilarning ish haqi ularning yetarli darajadagi turmush sharoitini ta’minlashi lozim. Bu o‘rinda nominal va real ish haqi tushunchalarini bilish zarur.

Nominal ish haqi – ma’lum vaqt davomida olingan pul summasi yoki pul shaklidagi ish haqi.

Misol uchun, siz o‘z korxonangizdagi ishchiga yanvar oyida 800 ming so‘m, fevral oyida 790 ming so‘m, mart oyida 820 ming so‘m ish haqi to‘ladingiz. Bular nominal ish haqi hisoblanadi.

Real ish haqi – nominal ish haqiga sotib olinishi mumkin bo‘lgan tovarlar va xizmatlar miqdori.

Boshqacha aytganda real ish haqi – bu nominal ish haqining «xarid etish» qobiliyatidir. O‘z-o‘zidan ayonki, real ish haqi nominal ish haqi miqdoriga va xarid qilinadigan tovarlar narxiga bog‘liq. Demak, real ish haqi nominal ish haqiga to‘g‘ri mutanosibdir va iste’mol buyumlari hamda xizmatlar narxining darajasiga teskari mutanosibdir:

$$V_r = \frac{V_n}{P}$$

Bu yerda: V_r – real ish haqi; V_n – nominal ish haqi; P – iste’mol buyumlari va xizmatlarning narx darajasi.

Yuqoridagi misolda siz tomondan ishchiga to‘langan nominal ish haqi yanvar oyiga nisbatan fevral oyida 98,7 foizni, mart oyida 102,5 foizni tashkil etgan edi. Real ish haqi darajasining o‘zgarishini aniqlash uchun esa iste’mol buyumlari va xizmatlarning narx darajasi to‘g‘risida ma’lumot zarur bo‘ladi. Aytaylik, narx darajasi yanvar oyiga nisbatan fevralda

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

1,08, martda esa 1,2 baravar oshgan bo‘lsin. U holda ishchining real ish haqi fevralda 731 ming so‘mni, mart oyida esa 683 ming so‘mni tashkil etadi. Ya’ni, ishchining real ish haqi yanvar oyiga nisbatan fevral oyida 91,3 foiz, mart oyida 85,3 foiz darajasida bo‘ladi.

ISH HAQINI BELGILASH

Tadbirkorlik faoliyatida ish haqining to‘g‘ri belgilanishi davlat tomonidan tartibga solinadi. Ish haqini belgilash tarif tizimi yordamida amalga oshiriladi.

Tarif tizimi – mamlakat mintaqasi, tarmoqlar, ishlab chiqarish turlari, xodimlar malakasi va mehnat sharoitlariga qarab ish haqi darajasini tartibga solib turuvchi me’yorlar majmuyi.

Tarif tizimi o‘z ichiga tarif-malaka ma’lumotnomalari, tarif stavkalari, tarif setkalari, ish haqiga nisbatan qo‘llaniluvchi turli koeffitsiyentlarni oladi:

Mehnatga haq to‘lashning yagona tarif setkasi

Mehnatga haq to‘lash razryadlari	Tarif koeffitsiyentlari	Mehnatga haq to‘lash razryadlari	Tarif koeffitsiyentlari
1	2,476	12	6,115
2	2,725	13	6,503
3	2,998	14	6,893
4	3,297	15	7,292
5	3,612	16	7,697
6	3,941	17	8,106
7	4,284	18	8,522
8	4,640	19	8,943
9	4,997	20	9,371
10	5,362	21	9,804
11	5,733	22	10,240

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Tarif stavkalari tegishli razryadga ega bo‘lgan ishchining mehnatiga to‘lanadigan haq miqdorini belgilab beradi.

MEHNAT UNUMDORLIGI VA UNI HISOBLASH

Korxonada ishchilarga ish haqining to‘g‘ri va adolatli belgilanishi ishchilarning mehnat unumdorligiga ta’sir ko‘rsatadi.

Mehnat unumdorligi – ishchining vaqt birligi mobaynida mahsulot yaratish qobiliyati.

Mehnat unumdorligi ma’lum bir vaqt oralig‘ida ishchi mehnatining har bir birligi evaziga ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori bilan aniqlanadi:

$$MU = \frac{M}{V}$$

Bu yerda: MU – mehnat unumdorligi; M – mahsulot, V – sarflangan ish vaqti.

Bundan ko‘rinadiki, ishchining mehnat miqdori u tomonidan ishlangan vaqt bilan, kishi kuni, kishi soati va boshqalar bilan belgilanadi.

MEHNAT UNUMDORLIGINI O‘STIRISH OMILLARI

Tadbirkor o‘z korxonasidagi mehnat unumdorligini oshirib borishga harakat qilishi lozim. Chunki mehnat unumdorligining o‘sishi korxonadagi mehnat resurslaridan samarali foydalanilishini anglatadi. Mehnat unumdorligini o‘stirish omillari iqtisodiy, ijtimoiy, ilmiy-texnikaviy taraqqiyotni jadallashtirish omillariga bo‘lib o‘rganiladi.

BILIMINGIZNI SINAB KO‘RING!

1. Mehnat resurslari nima va u o‘z ichiga kimlarni oladi?
2. Mehnat shartnomasi nima uchun zarur?
3. Ish haqi nima va uning tadbirkorlik faoliyatidagi ahamiyati qanday?
4. Nominal va real ish haqi tushunchalari nimani anglatadi?
5. Tarif tizimi nima? U o‘z ichiga qanday asosiy jihatlarni oladi?
6. Mehnatga haq to‘lashning yagona tarif setkasi to‘g‘risida ma’lumot bering.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

30-MAVZU RAQOBATDOSHLIKNI TA'MINLASH

O‘zbekiston ilm-fan, intellektual salohiyat sohasida, zamonaviy kadrlar, yuksak texnologiyalar borasida dunyo miqyosida raqobatbardosh bo‘lishi shart.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev

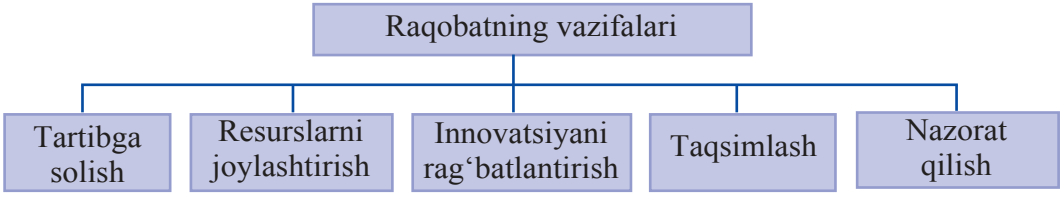
RAQOBAT VA UNING VAZIFALARI

Bozor mexanizmining muhim va ajralmas jihati raqobat hisoblanadi.

Raqobat – bu yuqori natija va mavqega ega bo‘lish uchun bozor ishtirokchilari o‘rtasidagi iqtisodiy kurashdir.

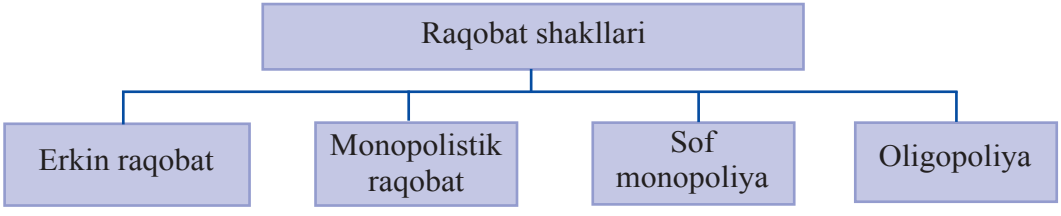
Siz o‘z tadbirkorlik faoliyatingizni muvaffaqiyatli yuritishingiz uchun, albatta, raqobat to‘g‘risida yetarli bilimga ega bo‘lishingiz lozim.

Raqobatning bir qator asosiy vazifalari mavjud.



RAQOBAT SHAKLLARI

Siz o‘z tadbirkorlik faoliyati yo‘nalishingizni tanlashdan avval uning qanday raqobat sharoitida amal qilishini oldindan bilishingiz muhim hisoblanadi. Raqobatning to‘rtta asosiy shaklini ajratib ko‘rsatish mumkin.



*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Erkin raqobat – bu bir turdagi mahsulot ishlab chiqaruvchi tarmoqda juda ko‘p sonli korxonalar mavjudligi sharoitidagi raqobatdir.

Erkin raqobatning xususiyatli belgilari:

– alohida korxona yoki tadbirkor tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotni tarmoq umumiy ishlab chiqarish hajmidagi ulushining katta emasligi;

– ishlab chiqaruvchining o‘z mahsulot narxi ustidan nazorat o‘rnata olmasligi;

– tarmoqqa kirish va undan chiqishning erkinligi.

Masalan, siz qishloq xo‘jaligi mahsulotlari yetishtirish tadbirkorligi bilan shug‘ullansangiz, u holda erkin raqobat sharoitida faoliyat ko‘rsatishga to‘g‘ri keladi.

Sof monopoliya – bu tarmoqda yagona ishlab chiqaruvchi mavjud bo‘lib, u yakkahukmronlik mavqeyiga ega bo‘lgan bozor holatidir.

Sof monopoliyaning xususiyatli belgilari:

– tarmoqdagi barcha mahsulotning yagona korxona tomonidan ishlab chiqarilishi;

– ishlab chiqaruvchining o‘z mahsulot narxi ustidan to‘liq nazorat o‘rnatishi;

– tarmoqqa kirish va undan chiqishning o‘ta qiyinligi.

Monopolistik raqobat – bu bir vaqtning o‘zida ham raqobat, ham monopoliya xususiyatlariga ega bo‘lgan raqobatdir.

Monopolistik raqobatning xususiyatli belgilari:

– tarmoqdagi bir turdagi mahsulotlarning bir necha o‘nlab korxonalar tomonidan ishlab chiqarilishi;

– o‘z mahsulotini boshqa shu turdagi mahsulotlarga nisbatan o‘ziga xos xususiyatiga ko‘ra tabaqalashtirilishi;

– ishlab chiqaruvchining o‘z mahsuloti narxi ustidan qisman nazorat o‘rnata olishi;

– tarmoqqa kirish va undan chiqishning ma’lum darajada qiyinligi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Oligopoliya – tarmoqda u qadar ko‘p bo‘lmagan korxonalarning mavjud bo‘lishi va hukmronlik qilishi sharoitidagi raqobat.

Oligopoliyaning xususiyatli belgilari:

– tarmoqdagi bir turdagi mahsulotlarning bir necha yirik korxonalar tomonidan ishlab chiqarilishi;

– ishlab chiqaruvchining o‘z mahsulot narxi ustidan sezilarli nazorat o‘rnatishi;

– tarmoqqa kirish va undan chiqishning qiyinligi.

RAQOBATLASHISH USULLARI

Raqobatning narx vositasidagi va narxsiz raqobat usullari farqlanadi.

Narx vositasida raqobatlashuv – bu muayyan mahsulotlar narxini boshqa ishlab chiqaruvchilarining shu turdagi mahsulotlari narxiga nisbatan pasaytirishga asoslangan raqobat usuli.

Narxsiz raqobat – raqobat kurashining asosiy omili bo‘lib tovarning sifati, servis xizmat ko‘rsatishi, ishlab chiqaruvchi firmaning obro‘-e’tibori hisoblanuvchi kurash usuli.

INSOFSIZ RAQOBAT

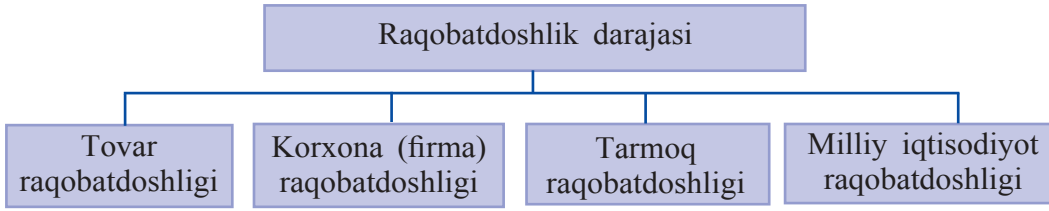
Raqobatlashuvning noiqtisodiy usullaridan foydalanish insofsiz raqobat deb yuritiladi. Ularga jismoniy kuch ishlatish, majburlash, raqiblarning obro‘siga putur yetkazish, iqtisodiy resurslar manbalaridan mahrum etish, yetakchi mutaxassislarni og‘dirib olish, narxni keskin pasaytirish kabilar kiradi.

KORXONA RAQOBATDOSHLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI

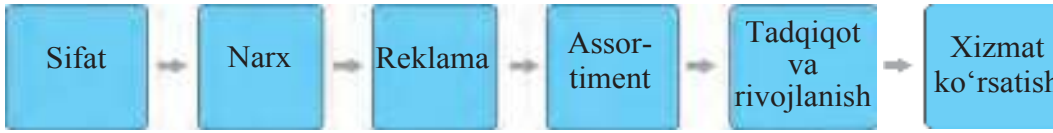
Bozor iqtisodiyotida boshqa raqobatchilardan o‘zib ketish yoki ustun kelish qobiliyati, ya’ni raqobatdoshlik muhim hisoblanadi. Raqobatdoshlik turli darajalarda namoyon bo‘lishi mumkin.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE



Raqobatdoshlikning har qanday darajasi uchun xususiyatli bo‘lgan asosiy omillar mavjud.



Siz o‘z tadbirkorlik faoliyatingizni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun korxonangiz raqobatdoshligini ta’minlashingiz zarur.

Korxona raqobatdoshligi – muayyan turdagi mahsulotni ishlab chiqaruvchi boshqa korxonalarga o‘zining ishlab chiqarish, moliyaviy va marketing faoliyati samaradorligi jihatidan munosib qarshi tura olish qobiliyati.

Buning uchun, albatta, korxona raqobatdoshligini ta’minlash yo‘llari to‘g‘risida bilishingiz kerak. Quyida ularning asosiylarini keltirib o‘tamiz:

– muntazam ishlab chiqarish jarayoniga yangiliklarni joriy etish;

– mahsulotning nisbatan takomillashgan shakli ustida izlanish;

– mahsulot sifatining milliy va jahon andozalariga muvofiqligini ta’minlash;

– yuqori sifatli xomashyo va materiallardan foydalanish;

– muntazam ravishda xodimlarning malakasini oshirib borish;

– xodimlarning moddiy manfaatdorligini oshirish va mehnat sharoitlarini yaxshilash;

– bozorda chuqur marketing tadqiqotlarini o‘tkazish va boshqalar.

NAZORAT VA MULOHAZA UCHUN SAVOLLAR

1. Raqobatning qanday vazifalari mavjud?
2. Raqobatning qanday shakllarini bilasiz?
3. Erkin raqobatning xususiyatli belgilarini izohlang.
4. Narx vositasidagi raqobat nima? Uning qanday usullari mavjud?

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

GLOSSARIY

Agrofirma – fermer, dehqon va shaxsiy yordamchi xo‘jaliklar tomonidan yetishtirilgan qishloq xo‘jalik mahsulotlarini qayta ishlash hamda sotish bilan shug‘ullanuvchi korxona.

Biznes loyiha – muayyan biznes g‘oyani amalga oshirish bilan bog‘liq barcha tadbirlar bayon etilgan hamda samaradorligi asoslangan hujjat.

Biznes-reja – tadbirkorlik faoliyatini boshlashdan oldin uning tavsifi, faoliyat davrlari, ko‘zda tutilayotgan sarf-xarajat va kutilayotgan foyda kabi muhim jihatlari bayon etilgan tashkiliy-iqtisodiy ko‘rinishdagi hujjat.

Dehqon xo‘jaligi – oila boshlig‘iga berilgan tomorqa yer uchastkasida oila a’zolarining shaxsiy mehnati asosida qishloq xo‘jaligi mahsuloti yetishtiradigan va realizatsiya qiladigan oilaviy mayda tovar xo‘jaligi.

Fermer xo‘jaligi – ijaraga berilgan yer uchastkalaridan foydalangan holda qishloq xo‘jaligi tovar ishlab chiqarishi bilan shug‘ullanuvchi, mustaqil xo‘jalik yurituvchi subyekt.

Innovatsiya (ingl. «*innovation*» – yangilik, novatorlik) – yangi texnologiya, mahsulot va xizmatlar turlari, ishlab chiqarish, mehnat, xizmat ko‘rsatish va boshqaruv ko‘rinishidagi yangiliklarning qo‘llanilishi.

Investitsiya riski – ko‘zda tutilmagan sabablarga ko‘ra investitsiya mablag‘larining samara keltirmasligi oqibatida moliyaviy yo‘qotish ehtimoli.

Ishlab chiqarishni diversifikatsiyalash – bozor holati o‘zgarishlariga moslashuvchanlikni oshirish maqsadida mahsulot ishlab chiqarish turlarini kengaytirish.

Ishlab chiqarishning zararsizlik nuqtasi – bu mahsulot sotishdan olingan daromadlar ishlab chiqarish xarajatlarini to‘liq qoplagan holatdir. Mazkur nuqtada foyda hajmi nolga teng bo‘ladi.

Kalkulatsiya – lotincha «*calculatio*» degan so‘zdan olingan bo‘lib, hisob, hisob-kitob degan ma’nolarni anglatadi. Bu mahsulot birligiga to‘g‘ri keluvchi ishlab chiqarish xarajatlarini pul shaklidagi hisob-kitobi.

Korxona raqobatdoshligi – muayyan turdagi mahsulotni ishlab chiqaruvchi boshqa korxonalarga o‘zining ishlab chiqarish, moliyaviy va marketing faoliyati samaradorligi jihatidan munosib qarshi tura olish qobiliyati.

Korxona ustavi – korxonaning faoliyat ko‘rsatish tartibi va shartlarini belgilab beruvchi hujjat.

Marketing tadqiqoti – bozorni o‘rganish bo‘yicha marketing tadbirlaridan biri bo‘lib, ishlab chiqarish va bozorda sotish ko‘zda tutilayotgan tovarlar to‘g‘risidagi ma’lumotlarni yig‘ish, tahlil qilish, qayta ishlash jarayonlarini o‘z ichiga oladi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

Mas'uliyati cheklangan jamiyat (MCHJ) – a'zolari jamiyat majburiyatlari bo'yicha faqat o'zlari qo'shgan ulush doirasida javobgar bo'ladigan jamiyat.

Mikrofirma – muayyan sohadagi ishlovchilar soni jihatidan eng kichik bo'lgan yuridik shaxs ko'rinishidagi kichik tadbirkorlik subyekti.

Oilaviy korxona – yuridik shaxs tashkil etgan holda amalga oshiriladigan oilaviy tadbirkorlik shakli.

Oilaviy tadbirkorlik – oila a'zolari va ularning yaqin qarindoshlari tomonidan tashkil etiladigan tadbirkorlik faoliyati.

Raqobat – bu yuqori natija va mavqega ega bo'lish uchun bozor ishtirokchilari o'rtasidagi iqtisodiy kurash.

Shaxsiy yordamchi xo'jalik – qishloq joylarda yashovchi fuqarolarning o'z tomorqasidagi shaxsiy mehnati orqali qishloq xo'jalik mahsulotlari yetishtirish bilan shug'ullanishiga asoslangan oilaviy xo'jalik.

Startap (ingl. «*startup company*», «*startup*» – harakatni boshlayotgan) – o'z faoliyatini innovatsion g'oyalar yoki texnologiyalarga asoslangan holda yurituvchi yangi tashkil etilgan kompaniya, firma yoki biznes loyiha.

Ta'sis shartnomasi – muassislarning korxonani tashkil etish chog'ida o'zaro kelishib olingan asosiy shartlarini ifodalovchi yuridik hujjat.

Tadbirkor – tadbirkorlik layoqatiga, ya'ni qandaydir turdagi tovar ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish jarayonini tashkil eta olish borasida bilim, ko'nikma va tajribaga ega shaxs.

Tadbirkorlik riski – resurslardan samarali foydalanish mumkin bo'lgan holatdan chetga chiqish va buning oqibatida resurslarni yo'qotish xavfi.

Tadbirkorning huquqi – davlat tomonidan tadbirkor uchun foydalanishi belgilangan yoki ruxsat berilgan xatti-harakatlar qoidalari majmuyi.

Tadbirkorning javobgarligi – bu tadbirkor xatti-harakatining belgilangan qonun me'yorlari, ijtimoiy va axloqiy qoidalarga muvofiqligi yuzasidan javob berish majburiyati.

Tadbirkorning majburiyati – davlat tomonidan tadbirkor uchun rioya etilishi yoki bajarilishi shart etib belgilangan xatti-harakatlar qoidalari majmuyi.

Tannarx – mahsulot ishlab chiqarish va sotish xarajatlarining puldagi ifodasi.

«Yagona darcha» markazi – aholi va korxonalarga turli davlat xizmatlari ko'rsatish, shu jumladan tadbirkorlik faoliyatini davlat ro'yxatidan o'tkazish bilan shug'ullanuvchi maxsus idora.

Yakka tartibdagi tadbirkorlik – yuridik shaxs tashkil etmasdan xususiy tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish shakli.

Yoshlar tadbirkorligi – mamlakatda tadbirkorlik faoliyatining 18 yoshdan 35 yoshgacha bo'lgan tadbirkorlari tomonidan amalga oshirilayotgan qismi.

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

MUNDARIJA

1-Mavzu. Tadbirkorlikning mazmuni va ahamiyati 3
2-Mavzu. Tadbirkorlik turlari va shakllari 9
3-Mavzu. Yakka tartibdagi tadbirkorlik 14
4-Mavzu. Oilaviy tadbirkorlik 20
5-Mavzu. Mikrofirma va kichik korxona 25
6-Mavzu. Xususiy korxona 30
7-Mavzu. Mas'uliyati cheklangan jamiyat 34
8-Mavzu. Aksiyadorlik jamiyati 38
9-Mavzu. Qishloq joylarda tadbirkorlik 43
10-Mavzu. Yoshlar tadbirkorligi 49
11-Mavzu. Biznes-reja ishlab chiqish 53
12-Mavzu. Biznes loyiha va startaplar 57
13-Mavzu. Korxona ta'sis hujjatlari 61
14-Mavzu. Tadbirkorlarni davlat ro'yxatidan o'tkazish 66
15-Mavzu. Tadbirkorlik mas'uliyati 70
16-Mavzu. Korxona mablag'lari va ulardan foydalanish samaradorligi 74
17-Mavzu. Bank kreditlari 80
18-Mavzu. Korxona xarajatlari 85
19-Mavzu. Mahsulot tannarxi 89
20-Mavzu. Korxonaning moliyaviy natijalari 93
21-Mavzu. Tadbirkorlikni soliqqa tortish 99
22-Mavzu. Tadbirkorlikda marketing 103
23-Mavzu. Tovarlarni sotish va reklama 107
24-Mavzu. Korxonani boshqarish 111
25-Mavzu. Mahsulotni eksportga chiqarish 115
26-Mavzu. Investitsiya faoliyati 120
27-Mavzu. Innovatsion faoliyat 124
28-Mavzu. Tadbirkorlik risklarini baholash 128
29-Mavzu. Korxonada mehnat resurslari 133
30-Mavzu. Raqobatdoshlikni ta'minlash 137
Glossariy 141

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE

Все учебники Узбекистана на сайте UZEDU.ONLINE

T 14 **Tadbirkorlik asoslari [Matn]:** umumiy o‘rta ta’lim muassasalarining 11-sinfi va o‘rta maxsus, kasb-hunar ta’limi muassasalari uchun darslik / U. G‘afurov, Q. Sharipov. – T.: «O‘zbekiston» NMIU, 2018. – 144 b.

ISBN 978-9943-25-562-3

UO‘K 338.22(075.32)
KBK 65.290-2ya721

O‘quv nashri

Ubaydullo Vaxabovich G‘afurov,
Quvondiq Baxtiyorovich Sharipov

TADBIRKORLIK ASOSLARI

Umumiy o‘rta ta’lim muassasalarining 11-sinfi va o‘rta maxsus, kasb-hunar ta’limi muassasalari uchun darslik

Original-maket «O‘zbekiston» nashriyot-matbaa ijodiy uyida tayyorlandi.
100011, Toshkent, Navoiy ko‘chasi, 30.

Muharrir *J. Matyoqubov*
Badiiy muharrirlar: *R. Malikov, U. Sulaymonov*
Texnik muharrir *B. Karimov*
Kichik muharrir *G. Yeraliyeva*
Musahhih *S. Salohutdinova*
Sahifalovchi *F. Hasanova*

Nashriyot litsenziyasi AI № 158. 14.08.09.
Bosishga 2018-yil 20-iyunda ruxsat etildi. Ofset qog‘ozi.
Bichimi 70×90 1/16. «Tayms» garniturada ofset bosma usulida bosildi.
Kegli 12. Shartli bosma tabog‘i 10,44. Nashr tabog‘i 11,23.
432 771 nusxada chop etildi. Buyurtma № 195-18.

O‘zbekiston Matbuot va axborot agentligining
«O‘qituvchi» nashriyot-matbaa ijodiy uyida chop etildi. Toshkent – 206,
Yunusobod tumani, Yangishahar ko‘chasi, 1-uy.

Telefon: (371) 244-87-55, 244-87-20. Faks: (371) 244-37-81, 244-38-10.
e-mail: uzbekistan@iptd-uzbekistan.uz,
www.*iptd-uzbekistan.uz*

*Книга предоставлена исключительно в образовательных целях
UZEDU.ONLINE