

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

НАМАНГАН ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ



“ИҚТИСОДИЁТ” КАФЕДРАСИ

Ҳ.ЁҚУБЖОНОВА

КИЧИК БИЗНЕС ВА ТАДБИРКОРЛИК

**ФАНИ БЎЙИЧА
ЎҚУВ-УСЛУБИЙ МАЖМУА**

Маъруза машғулоти учун

НАМАНГАН – 2020

УДК: _____

Ҳ.Ёқубжонова. **“Кичик бизнес ва тадбиркорлик”** фани бўйича ўқув-услубий мажмуа. Маъруза машғулоти учун. – Наманган: Иқтисодиёт, 2020 йил, 177-бет.

Такризчилар:

Қ.Умарқулов – “Менежмент” кафедраси доценти,
И.Солиев – “Иқтисодиёт” кафедраси доценти.

“Иқтисодиёт” кафедрасининг 2020 йил _____ 1 июлдаги _____-сонли мажлисида муҳокама қилинган.

Ўқув-услубий мажмуа Наманган давлат университети ўқув услубий Кенгашининг 2020 йил “_____” _____даги _____-сонли қарорига мувофиқ ўқув жараёнига татбиқ этиш учун тавсия этилган.

© Иқтисодиёт, 2020 йил

ЎҚУВ-УСЛУБИЙ МАЖМУАНИНГ ТАРКИБИЙ ТУЗИЛИШИ
(*маъруза машғулоти учун*)

№	Мажмуанинг таркибий қисмлари	бетлар
---	------------------------------	--------

Мажмуанинг қисқача аннотацияси.....

I. Фаннинг меъёрий-услубий таъминоти.....

1. Ўқув дастури.....
2. Ўқув курси проспекти.....
3. Маъруза машғулоти режаси.....

II. Фаннинг мазмуни ва ахборот-ресурс таъминоти.....

1. Мавзулар бўйича матн аннотацияси ва охири янгиликлар
(*Мавзуга оид адабиётлар, журналлар ва интернет тармоғидан олинган тарқатма материаллар, мақолалар*).....
2. Мавзулар бўйича тақдимот слайдлари ва видео роликлар.....

III. Фанни ўқитишнинг интерактив технологиялари.....

1. Қўлланиладиган педагогик технологиялар шарҳи.....
2. Мустақил таълимга оид топшириқлар.....
3. Глоссарийлар.....
4. Тавсия этиладиган электрон журналлар ва интернет сайтлар.....

МАЖМУАНИНГ ҚИСҚАЧА АННОТАЦИЯСИ

Ўқув-услугубий мажмуа – Тошкент давлат иқтисодиёт университетида бакалаврият ва магистратура таълим босқичларининг Ўқув режаларида ақс этган фанлар бўйича профессор-ўқитувчининг дарс жараёнига ўқув-услугубий тайёрлигини тасдиқловчи энг муҳим мезон, меъёрий-услугубий хужжатдир.

Мажмуаниннг асосий мақсади – авваломбор фаннинг ўқитувчиси, худди шунингдек талаба учун, фанни ҳар томонлама сермазмун, чуқур назарий, услубий ва амалий тарзда етказиш (талаба учун – ўзлаштириш) учун ягона ўқув-услугубий ва ахборот-ресурс манбаини яратиш ҳисобланади.

Ўқув-услугубий мажмуа Тошкент давлат иқтисодиёт университети бакалаврият таълим йўналишлари учун мўлжалланган бўлиб, у жумладан қуйидаги таркибий тузилишга эга:

- *фаннинг меъёрий-услугубий таъминоти,*
- *фаннинг мазмуни ва ахборот-ресурс таъминоти,*
- *фанни ўқитишнинг интерактив технологиялари,*
- *талабаларнинг билимини баҳолаш услубиёти,*
- *қўшимча электрон таълим ресурсларини ўз ичига олган.*

Илғор хорижий тажриба билан узвийлик.

Мазкур мажмуа илғор хорижий тажрибани кенг ўрганиш, умумлаштириш ва ундан таълим ва тадқиқотлар жараёнида самарали фойдаланиш мақсулидир.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 26 май қарорида олий ўқув юртлари “жаҳоннинг ривожланган мамлакатларидаги етакчи университетлар ва олий ўқув юртлари билан қалин ҳамкорлик доирасида кенг кўламда иштирок этган ҳолда 2016/2017 ўқув йили бошлангунга қадар барча ўқув режалари ва дастурлари тубдан қайта ишлаб чиқилишини ниҳоясига етказишни таъминласин, фанларни ўқитишнинг эскирган, умрини ўтаб бўлган ёндашув ва услубларидан батамом воз кечишни, бакалаврият ва магистратурада жаҳон фани ва илғор педагогик технологияларнинг замонавий ютуқларига асосланган янги ўқув режалари ва дастурларини жорий этишни, шунингдек, таълим жараёнида уларни амалга ошириш ҳамда олий маълумотли мутахассислар тайёрлаш сифатини ошириш учун ... етакчи хорижий олимлар ва ўқитувчиларни жалб этишни назарда тутсин”¹ деб алоҳида таъкидланган.

Ушбу қарорда белгиланган вазифаларни амалга ошириш мақсадида таълим ва тадқиқотларнинг мазкур ахборот-ресурс манбаини ишлаб чиқишда Сингапур Университети, Массачусетс Технология институти ва Нью-Йорк Давлат Университети (АҚШ), Оксфорд Университети, Бат Университети ва Лондон Метрополитен Университети (Буюк Британия), Бремерхафен Университети (Германия), Васеда Университети (Япония), Кемёнг Университети (Корея Республикаси), Шанхай Университети (ХХР) ва бошқа етакчи хорижий университетлар бой ижобий тажрибасидан самарали фойдаланилди.

Мажмуани такомиллаштириш масалалари.

¹Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 26 майдаги “2016/2017 ўқув йилида Ўзбекистон Республикаси олий таълим муассасаларида ўқишга қабул қилиш тўғрисида”ги қарори. “Халқ сўзи” газетаси, 2016 йил 27 май, №103 (6538). Б. 1

Электрон ўқув-услугий мажмуа ўқув йили мобайнида халқаро ва миллий иқтисодиёт тизимидаги ўзгаришлар ва тенденциялар, янги қабул қилинган қонунлар, фармонлар ва қарорларни, хорижда ва республикада чоп этилган янги ўқув ва илмий адабиётларни, фан-техника ва технология борасида эришилган янги ютуқларни ҳисобга олган ҳолда мунтазам такомиллаштирилиб борилади.

“Кичик бизнес ва тадбиркорлик” фани ўз ичига қуйидаги вазифаларни олади:

- **биринчидан**, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг моҳияти, уларнинг миллий иқтисодиётимизни ривожлантиришдаги ўрни ва аҳолининг бандлик муаммосини ҳал этишдаги роли тўғрисида назарий ҳамда амалий профессионал билимини шакллантиришдир;

- **иккинчидан**, ижтимоий-иқтисодий ва ҳудудий шарт шароитларни, мақсадларни, технологияларни, бозор ва рақобат муҳитини таҳлил қилиш;

- **учинчидан**, ишбилармонлик хавфини ҳисобга олган ҳолда бизнеснинг фаолият юритишнинг устувор йўналишларини аниқлаш;

- **тўртинчидан**, корхона миқёсида иқтисодий самарадорлигини ошириш йўллари ва уни амалиётда қўллаш механизмини кўриб чиқиш;

- **бешинчидан**, кичик бизнес ва тадбиркорликни банк, солиқ, суғурта, божхона каби ташкилотлар билан муносабатларини ва бизнес стратегиясини танлаш бўйича турли ҳолатларни таҳлил қилиш ва қарорлар қабул қилишни ўрганади.

Шунингдек, “Кичик бизнес ва тадбиркорлик” фани танлов фанлардан бири бўлиб, бошқа иқтисодий фанларни чуқур ўрганишда асос бўлиб хизмат қилади.

ЎҚУВ ДАСТУРИ

Кириш

Ҳозирги кунда мамлакатимизда кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришга алоҳида эътибор берилмоқда. Чунки, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш давлатимиз иқтисодий сиёсатининг стратегик вазифасидир. Бугунги кунда ушбу соҳа нафақат иқтисодиётнинг ўсиш суратларини жадаллаштиришда, балки мамлакатимиз учун ниҳоятда муҳим бўлган бандлик ва аҳоли даромадларини ошириш масалаларини ҳал этишда ҳам етакчи ўрин тутмоқда.

Ислоҳатларни чуқирлаштириш шароитида иқтисодий, молиявий ва кадрлар стратегиясини ҳамда унга мос ташкилий-бошқарув тузилмаларини самарали ишлаб чиқиш ҳар қандай корхонанинг рақобат устунликларини таъминлаш муҳим аҳамият касб этади. “Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг роли ва ўрни тобора мустаҳкамланиб бораётганининг ўзи иқтисодиётимизнинг таркибида бўлаётган ижобий ўзгаришлардан далолат беради. Мамлакатимизда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ривожлантиришни янги босқичларга кўтаришни назарда тутлади.

Фаннинг мақсади ва вазифалари

Фанни ўқитишнинг мақсади – кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг моҳияти, уларнинг миллий иқтисодиётимизни ривожлантиришдаги ўрни ва аҳолининг бандлик муаммосини ҳал этишдаги роли тўғрисида назарий ҳамда амалий профессионал билимини шакллантиришдир.

Фаннинг вазифаси – ижтимоий-иқтисодий ва ҳудудий шарт шароитларни, мақсадларни, технологияларни, бозор ва рақобат муҳитини таҳлил қилишни, ишбилармонлик хавфини ҳисобга олган ҳолда бизнеснинг фаолият юритишнинг устувор йўналишларини аниқлаш, корхона миқёсида иқтисодий самарадорлигини ошириш йўллари ва уни амалиётда қўллаш механизмининг кўриб чиқишдан иборат.

Фан бўйича талабаларнинг билими, кўникмаси ва малакасига қўйиладиган талаблар

«Кичик бизнес ва тадбиркорлик» ўқув фанини ўзлаштириш жараёнида амалга ошириладиган масалалар доирасида бакалавр:

- кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг моҳияти ва мазмуни;
- кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни иқтисодиётда тутган ўрни;
- кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишни;
- кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштириш ва таҳлил этишни;
- кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини бошқаришни;
- кичик бизнес ва тадбиркорликни банк, солиқ, суғурта, божхона каби ташкилотлар билан муносабатларини;
- кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолияти самарадорлигини ошириш йўллари **ҳақида тасаввурга эга бўлиши;**
- мамлакатимизда кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришнинг ўзига ҳос хусусиятларини;
- кичик бизнес ва тадбиркорликнинг ташкилий–ҳуқуқий асосларини ҳамда уларни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш масалаларини;
- кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш, режалаштириш, бошқариш, уларнинг молиявий фаолияти ва кредит билан таъминлаш шаклларини;
- кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг банк, солиқ ва аудит билан

бўладиган алоқаларини, ахборот билан таъминлаш усулларини ва иқтисодий самарадорлигини ошириш йўлларини **билиши ва улардан фойдалана олиши**;

- янги корxonани ташкил этиш;
- уни давлат рўйхатидан ўтказиш ва лицензия олиш тартиби;
- техник-иқтисодий асослаш ва ва бизнес-режа ишлаб чиқишни;
- кичик корxonани бошқариш;
- кичик корxonалар фаолиятини иқтисодий таҳлил қилиш;
- кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида маркетинг фаолиятини ташкил этишнинг услубий асослари бўйича **кўникмаларга эга бўлиши керак**;

– кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни белгиловчи мезонлар ҳақида, кичик бизнес ва тадбиркорликни давлат томонидан қўллаб – қувватлаш ҳақида, кичик бизнес ва тадбиркорликни давлат томонидан қўллаб – қувватлашнинг хорижий мамлакатлар тажрибаси ҳамда кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларини солиққа тортиш, улардан олинadиган солиқ турлари ва солиқ имтиёзлари ҳақида, кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг иқтисодий самарадорлигини ошириш бўйича **малакаларга эга бўлиши керак**.

Фаннинг ўқув режасидаги бошқа фанлар билан ўзаро боғлиқлиги ва услубий жиҳатдан узвийлиги

“Кичик бизнес ва тадбиркорлик” танлов фани ҳисобланиб, барча таълим йўналишларига 7-семестрда ўқитилади.

Бу дастурни амалда бажариш учун талабалар “Статистика”, “Маркетинг”, “Молия”, “Иқтисодий-математик усуллар ва моделлар”, “Бизнесга кириш”, “Менежмент”, “Бизнес асослари”, “Инвестицион таҳлил” фанларидан етарлича маълумотга эга бўлишлари лозим.

Фаннинг ишлаб чиқаришдаги ўрни

Бозор тузилмаларининг ишлаши ва ривожланиши, ишлаб чиқарувчиларнинг иқтисодий фаолияти, истеъмолчиларнинг бозордаги ҳаракати, давлатнинг бозорни тартибга солиш усуллари кичик бизнес ва тадбиркорлик фанининг таркиби қисмларини ташкил этади.

Шунинг учун кичик бизнес ва тадбиркорлик фани умумихтисослик фанлар блокининг асосий фанларидан бири ҳисобланади.

Фанни ўқитишда янги педогогик ва ахборот технологиялар

Талабаларнинг “Кичик бизнес ва тадбиркорлик” фанини ўзлаштиришлари учун илғор ва замонавий усуллардан фойдаланиш, янги информацион-педагогик технологияларни татбиқ қилиш муҳим аҳамиятга эгадир.

Фанни ўзлаштиришда дарслик, ўқув ва услубий қўлланмалар, ўқув-услубий мажмуа, маъруза матнлари, тарқатма материаллар, электрон материаллар, виртуал стентлардан фойдаланилади.

Мавзуларни ўтишда “инсерт”, “блиц-сўров”, “кластер”, “ақлий ҳужум” каби усул ва техникалардан кенг фойдаланилади. Амалий ва семинар дарсларда “зиг-зак”, “гуруҳ бўлиб ишлаш”, “инсерт”, “кооп-кооп” каби педагогик технологиялардан фойдаланилади.

АСОСИЙ ҚИСМ

1- Мавзу. Фаннинг маъруза машғулоти мазмуни

Кичик бизнес ва тадбиркорлик тушунчалари. Кичик бизнес ва тадбиркорликнинг моҳияти. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг иқтисодий, ижтимоий ва ҳуқуқий асослари. Тадбиркорлик турлари. Тадбиркорлик шакллари. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарини ташкил этиш ва давлат рўйхатидан ўтказиш тартиби. Кичик бизнесни ва тадбиркорликни ривожлантиришда бизнес-режанинг аҳамияти. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини иқтисодий таҳлил қилишнинг мақсади ва вазифалари. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналари фаолиятини оператив ва стратегик таҳлил қилиш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари молиявий фаолиятини таҳлил қилиш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида экспортнинг ҳозирги ҳолати ва таҳлили.

2- Мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорликнинг моҳияти ва мазмуни

Кичик бизнес ва тадбиркорлик тушунчалари. Кичик бизнес ва тадбиркорликнинг моҳияти. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг иқтисодий, ижтимоий ва ҳуқуқий асослари. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришнинг мақсади ва вазифалари. Кичик бизнес ва тадбиркорликни иқтисодиётда тутган ўрни.

3- Мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг турлари ва шакллари

Тадбиркорлик турлари. Ишлаб чиқариш тадбиркорлиги. Инновацион тадбиркорлик. Илмий техник тадбиркорлик. Товар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш бўйича тадбиркорлик. Тижорат тадбиркорлиги. Молиявий тадбиркорлик. Маслаҳат тадбиркорлиги. Маслаҳат хизматлари.

Тадбиркорлик шакллари. Якка тартибдаги тадбиркорлик. Хусусий тадбиркорлик. Оилавий тадбиркорлик. Фирмалар. Маъсулияти чекланган ва чекланмаган жамиятлар. Акциядорлик жамияти. Корпорация. Холдинг компания. Давлат корхоналари. Концерн. Консорциум. Кооператив. Картел. Синдикат. Венчур корхоналар. Инжиниринг корхоналар.

4- Мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш ва бошқариш

Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарини ташкил этиш ва давлат рўйхатидан ўтказиш тартиби. Кичик бизнес субъектларини банк, солиқ ва молия муассасаларидан рўйхатдан ўтказиш учун зарур ҳужжатлар, уларнинг мазмуни. Кичик бизнес субъектларининг банкротлиги. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларини қайта ташкил этиш ва ёпиш тартиби. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарига лицензия бериш тартиби. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарига лицензия берувчи ташкилотлар. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини бошқаришнинг мақсади ва вазифалари. Кичик бизнес ва тадбиркорлик

корхоналари бошқарувининг ташкилий тузилмалари. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларини бошқариш усуллари ва қарорлар қабул қилиш жараёни.

5- Мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида маркетинг фаолиятини ташкил этиш

Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетингнинг аҳамияти. Маркетинг – бизнес фалсафаси. Маркетингнинг бошқарув функцияси. Бозорни танлаш. Тадбиркорлик фаолиятида бозор сегментациясининг аҳамияти. Бозор сегментациясининг хусусиятлари. Бозорни сегментлашни ташкил этиш. Бозордаги мақсадли сегментни танлаш. Бозор имкониятларида бизнесдаги кучли томонларнинг мувофиқлиги. Товарнинг ҳаётийлик даври. Кичик бизнес ва тадбиркорлик тизимида реклама фаолиятини ташкил этиш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетинг тадқиқотларидан фойдаланиш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолияти учун маркетинг дастурини ишлаб чиқиш.

6- Мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштириш

Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштиришнинг мақсади ва вазифалари. Кичик бизнесни ва тадбиркорликни ривожлантиришда бизнес-режанинг аҳамияти. Бизнес-режанинг моҳияти, мазмуни ва тузиш зарурияти. Бизнес-режанинг асосий бўлимлари. Бизнес-режани бажарилишини назорат қилиш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштиришни такомиллаштириш.

Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини иқтисодий таҳлил қилишнинг мақсади ва вазифалари. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналари фаолиятини оператив ва стратегик таҳлил қилиш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналари фаолияти самарадорлиги таҳлили.

7- Мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларига хизмат кўрсатувчи бозор инфратузилмалари

Инфратузилманинг моҳияти. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларига хизмат кўрсатувчи бозор инфратузилмаси турлари. Брокерлик идоралари, улгуржи ва чакана савдо тузилмалари, лизинг, консалтинг ва суғурта компаниялари, божхона хизмати, ахборот – маслаҳат марказлари, инжинеринг ва аудиторлик фирмалари.

Ўзбекистоннинг банк-молия тизими. Банк-молия соҳасидаги ўзгаришлар. Банкларнинг асосий операциялари. Кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришда банкларнинг роли. Банклардан кредит бериш тартиби.

Ўзбекистонда солиқ тизими. Умумдавлат ва маҳаллий солиқлар. Солиқ юқини камайтиришга қаратилган солиқ сиёсати. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларини солиққа тортиш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларидан олинадиган солиқ турлари. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларидан солиқ олиш қоидалари ва солиқ имтиёзлари.

8- Мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида ишлаб чиқариш харажатлари ва маҳсулот таннархи таҳлили

Ишлаб чиқариш харажатларининг моҳияти таркиби ва элементлари. Кичик бизнес субъектларнинг ишлаб чиқариш, сотиш ва бошқа фаолияти натижасида юзага келадиган харажатларни туркумлаш. Ишлаб чиқариш харажатлари. Ноишлаб чиқариш харажатлари. Ички харажатлар. Ташқи харажатлар. Доимий харажатлар. Ўзгарувчан харажатлар. Бевосита харажатлар. Билвосита харажатлар. Маҳсулот таннархига киритиладиган харажатлар. Давр харажатлари. Молиявий фаолият бўйича харажатлар. Фавқулотда зарарлар. Маҳсулотни таннархи ва уни ҳисоблаш усуллари. Маҳсулот таннархини пасайтириш йўллари.

9- Мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг молиявий фаолияти таҳлили

Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг молиявий фаолияти кўрсаткичлари. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг асосий молиявий хужжатлари. Баланс. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари молиявий фаолиятини таҳлил қилиш. Молиявий таҳлилнинг турлари ва уларни ўтказиш услублари. Кичик бизнес ва тадбиркорликда молиявий режалаштиришнинг моҳияти, мақсади ва асосий кўрсаткичлари. Кичик бизнес ва тадбиркорликни молиялаштириш манбалари. Кичик бизнес субъектларини кредит билан таъминлаш шакллари. Кредит турлари. Кичик бизнес субъектларини молиялаштиришнинг бошқа манбалари ва улардан самарали фойдаланиш.

Ялпи даромад ва фойда. Фойданинг турлари. Кичик бизнес ва тадбиркорлик соҳасида фойда турларини таҳлил қилиш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик тизимида рентабеллик даражасини ҳисоблаш усуллари.

10- Мавзу. Тадбиркорлик этикаси ва маданияти

Тадбиркор раҳбар этикаси. Тадбиркор раҳбарнинг этика кодекси. Ўзига жалб қилиш имиджи. Тадбиркор раҳбар фаолиятининг руҳий-психологик хусусиятлари. Тадбиркор раҳбар этикети. Сухбатлашиш, танишиш ҳамда сўрашиш нормаси. Иш контрактларини ташкил қилиш. Иш суҳбатларини олиб бориш. Иш қоғозларини ёзиш. Телефонда гаплашиш маданияти. Иш протоколи ва ҳисоботи. Тадбиркор раҳбарнинг нутқ маданияти ва унинг руҳий-психологик хусусиятлари. Тадбиркор раҳбарнинг ташқи кўриниши ва ўзини тутиши. Тадбиркор раҳбар ва ходимлар ўртасидаги муносабатлар. Тадбиркор раҳбар фаолиятида можароли ҳолатлар ва уларни ҳал этиш усуллари.

11-Мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг экспорт салоҳиятини баҳолаш

Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида экспортнинг ҳозирги ҳолати ва таҳлили. Экспортёр корхоналарнинг давлат томонидан қўллаб-қувватланиши. Экспортёр корхоналарга яратилган шарт-шароитлар ва имтиёзлар. Экспортга маҳсулот ишлаб чиқарувчи корхоналар олдида турган муаммолар ва уларни бартараф этиш йўллари. Кичик бизнес корхоналарида экспортбоп маҳсулотлар ишлаб чиқаришни рағбатлантириш. Ҳорижда ўзбек савдо уйлари ташкил этиш. Экспорт кўрсаткичларини ҳисоблаш усуллари.

Амалий машғулотларнинг тахминий рўйхати

1. Кичик бизнес ва тадбиркорликнинг моҳияти ва мазмуни.
2. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг турлари ва шакллари.
3. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш ва бошқариш.
4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида маркетинг фаолиятини ташкил этиш.
5. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштириш.
6. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларига хизмат кўрсатувчи бозор инфратузилмалари.
7. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида ишлаб чиқариш харажатлари ва маҳсулот таннархи таҳлили.
8. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг молиявий фаолияти таҳлили.
9. Тадбиркорлик этикаси ва маданияти.
10. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг экспорт салоҳиятини баҳолаш.

Лаборатория ишларини ташкил этиш бўйича кўрсатмалар

Фан бўйича лаборатория ишлари намунавий ўқув режада кўзда тутилмаган.

Курс ишини ташкил этиш бўйича услубий кўрсатмалар

Фан бўйича курс ишини ташкил этиш намунавий ўқув режада кўзда тутилмаган.

Мустақил ишни ташкил этишнинг шакли ва мазмуни

Талаба мустақил ишининг асосий мақсади - ўқитувчининг раҳбарлиги ва назоратида муайян ўқув ишларини мустақил равишда бажариш учун билим ва кўникмаларни шакллантириш ва ривожлантириш.

Талаба мустақил ишини ташкил этишда қуйидаги шакллардан фойдаланади:

- айрим назарий мавзуларни ўқув адабиётлари ёрдамида мустақил ўзлаштириш;
- берилган мавзулар бўйича ахборот (реферат, тақдимот) тайёрлаш;
- назарий билимларни амалиётда қўллаш;
- махсус адабиётлар бўйича фаннинг бўлим ёки мавзулари устида ишлаш;
- талабаларнинг ўқув-илмий тадқиқот ишларини бажариш билан боғлиқ бўлган фаннинг бўлим ва мавзуларини чуқур ўрганиш;
- кейс-стадилар ва ўқув лойиҳаларини мустақил бажара олиш;
- фаол ва муаммоли ўқитиш услубидан фойдаланиладиган ўқув машғулотларини ўзлаштириш;
- илмий мақола, тезислар, турли илмий анжуманларга маъруза тайёрлаш ва ҳ.к.

Мустақил ишни ташкил этиш бўйича услубий кўрсатма ва тавсиялар, кейс-стади, вазиятли масалалар тўплами ишлаб чиқилади. Унда талабаларга асосий маъруза мавзулари бўйича амалий топшириқ, кейс-стадилар ечиш услуги ва мустақил ишлаш учун вазифалар белгиланади.

Тавсия этилаётган мустақил ишларнинг мавзулари

1. Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш чора-тадбирлари.
2. Хорижий мамлакатларда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожланиши.
3. Аҳолининг бандлик муаммосини ҳал этишда тадбиркорликнинг тутган ўрни.
4. Товар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш бўйича тадбиркорликни ривожлантириш масалалари.
5. Савдо-харид ва савдо-воситачилик кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлигини ривожлантириш йўналишлари.
6. Хусусий тадбиркорликни ривожлантириш муаммолари.
7. Кичик бизнес тактикаси ва стратегияси.
8. Кичик бизнес объектлари, субъектлари ва шакллари.
9. Кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш.
10. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштиришни такомиллаштириш.
11. Кичик бизнес корхоналарини бошқаришни ўзига хос хусусиятлари.
12. Кичик бизнес корхоналарининг банкротлиги ва уларни давлат томонидан молиявий қўллаб-қувватлаш.
13. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида маҳсулот таннархининг камайтириш йўллари.
14. Кичик корхоналар ва тадбиркорлик субъектлари маҳсулотига баҳо белгилаш босқичлари ва усуллари.
15. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари фаолиятида таваккалчиликни камайтириш йўллари.
16. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари фаолияти самарадорлигини ошириш йўллари.

Дастурнинг ахборот-услубий таъминоти

Мазкур фанни ўқитиш жараёнида таълимнинг замонавий илғор интерфаол усулларида, педагогик ва ахборот-коммуникация технологияларининг презентация (тақдимот), мултимедиа ва электро-дидактик технологиялардан фойдаланилади. Амалий машғулотларда ақлий ҳужум, кластер, блиц-сўров, гуруҳ билан ишлаш, инсерт, тақдимот, кейс-стади каби усул ва техникалардан кенг фойдаланилади.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар

1. Самадов А.Н., Останақулова Г.Н. Кичик бизнес ва тадбиркорлик. Т.:

Молия-иқтисод, 2008.

2. Болтабоев М.Р., Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Ғойипназаров

Б.К.,Самадов А.Н., Ходжаев Р.С. Кичик бизнес ва тадбироклик. – Т.:ADIB NASHRIYOTI, 2011 – 235 б.

3. Qosimova M.S., Yusupov M.A., Ergashxodjaeva Sh.J. Marketing. –Т.: TDIU - 2010.

4. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик. Т.: ТДИУ, 2011.

Қўшимча адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. – Т.: Ўзбекистон, 2012.– 40 б.

2. Ўзбекистон Республикаси “Тадбиркорлик тўғрисида”ги қонуни 2001 й.

3. Yusupov M.A., Ergashxodjaeva Sh.J. Tadbirkorlik asoslari. – Т.: O'zbekiston yozuvchilar uyushmasi, 2005.

4. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учеб. Пособие для вузов / Под ред. Проф. В.Я. Горофинкля, проф. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. – 2е изд., пререб. И доп.-М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008.

5. Предпринимательство: учебник / под. ред. М.Г.Лапусты. – 4-е издательство, доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. - 667 с.

6. Анискин Ю.П. Организация и управление малым бизнесом: Учеб. пособ. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 160 с.

Интернет сайтлари

1. www.economics.ru

2. www.ved.ru

3. www.ser.uz

4. www.uza.uz

5. www.ifmr.uz

6. www.lex.uz

7. www.ziyonet.uz

ЎҚУВ КУРСИНИНГ ПРОСПЕКТИ

Кичик бизнес ва тадбиркорлик

ЎҚУВ КУРСИНИНГ ПРОСПЕКТИ

(2020/2021 ўқув йили)

Ўқув курсининг тўлиқ номи:	Кичик бизнес ва тадбиркорлик		
Курснинг қисқача номи:	МИИТ	Код: МИИТ	
Кафедра:	Кичик бизнес ва тадбиркорлик		
Ўқитувчи ҳақида маълумот:	Ёқубжоновна Ҳулқарбону Ёқубовна К.ўқ.		hyoqubjonova1983@u mail.uz
Семестр ва ўқув курсининг давомийлиги	7-семестр, 19 ҳафта		
Ўқув соатлари ҳажми:	жами:	112	
	шунингд е к:		
	маъруза	18	
	семинар		
	амалий	38	
	мустақил таълим	56	
Йўналиш номи ва шифри	5280100 – 5230100 – 5230100 – 5230100 – 5230100 – 5230200 – 5230400 – 5230400 – 5230400 – 5231400 – 5230800 – 5231600 – 5231700 – 100000 – 110000 – 5111000 – 300000 – 330000 – 5330200 – 600000 – 610000 – 5610100 –	Иқтисодиёт (тармоқлар бўйича) Иқтисодиёт (саноат) Иқтисодиёт (макроиқтисодиёт) Иқтисодиёт (инфратузилма) Иқтисодиёт (иқтисодиёт назарияси) Менежмент (ишлаб чиқариш) Маркетинг (товарлар ва хизматлар) Маркетинг (ташқи иқтисодий фаолияти) Маркетинг (логистика) Статистика (иқтисодиёт) Солиқ ва солиққа тортиш Меҳнат иқтисодиёти ва социологияси Кадрлар менежменти Гуманитар соҳа Педагогика Касб таълими (информатика ва ахборот технологиялари) Ишлаб чиқариш-техник соҳа Ишлаб чиқариш-техник соҳа Компьютер технологиялари ва информатика Информатика ва ахборот технологиялари Хизматлар соҳаси Хизмат кўрсатиш соҳаси Меҳмонхона хўжалигини ташкил этиш ва	

	5610100 –	бошқариш Хизматлар соҳаси (туризмни ташкил қилиш ва бошқариш)
Ўқув курсининг статуси	Асосий ўқув курси	
Дастлабки тайёргарлик:	Курс “Менежмент”, “Маркетинг”, “Бизнес стратегияси”, “Тадбиркорлик фаолиятини бизнес режалаштириш” фанларидан ўзлаштирилган билимларга асосланади.	
<p>Курснинг предмети ва мазмуни: Курснинг предмети фан, ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳасидаги йўналиш бўлиб, у кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш, бошқариш, режалаштириш, назорат қилиш, кичик корхоналар молиявий иқтисодий кўрсаткичларини аниқлаш ва таҳлил қилиш, бозорни сегментлаш, позициялаштириш ва таҳлил қилиш, корхоналар бизнес стратегияни ишлаб чиқиш, объектларни баҳолаш, янги товар ва хизматларни бозорга киритиш, корхоналарни ташқи бозорларга чиқиш усуллари, турли мулкчилик шаклидаги корхона, ташкилотлар фаолиятини ривожлантириш, истиқболни белгилаш мажмуасига йўналтирилган усуллар ва воситалар мажмуини қамраб олади.</p>		
<p>Курсни ўқитишнинг мақсади ва вазифалари: Фанни ўқитишнинг мақсади – кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг моҳияти, уларнинг миллий иқтисодиётимизни ривожлантиришдаги ўрни ва аҳолининг бандлик муаммосини ҳал этишдаги роли тўғрисида назарий ҳамда амалий профессионал билимини шакллантиришдир.</p> <p>Фаннинг асосий вазифалари:</p> <ul style="list-style-type: none"> – кичик бизнес ва тадбиркорликни иқтисодиётда тутган ўрни ва аҳамиятини очиб бериш; - кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш таритиб қоидаларини ўрганиш; – кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштириш ва таҳлил этишни ўрганади; – кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлар турларини ва уларни бошқариш усулларини ўрганади; – кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлар фаолиятини ривожлантириш йўллари ўрганади. <p>Шунингдек, “Бизнесни баҳолаш” фани умумқасбий фанлардан бири бўлиб, бошқа иқтисодий фанларни чуқур ўрганишда асос бўлиб хизмат қилади.</p> <p>“Кичик бизнес ва тадбиркорлик” ўқув фанини ўзлаштириш жараёнида амалга ошириладиган масалалар доирасида бакалавр:</p> <ul style="list-style-type: none"> – кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг моҳияти ва мазмуни; – кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни иқтисодиётда тутган ўрни; – кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишни; – кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштириш ва таҳлил этишни; – кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини бошқаришни; – кичик бизнес ва тадбиркорликни банк, солиқ, суғурта, божхона каби ташкилотлар билан муносабатларини; – кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолияти самарадорлигини ошириш йўллари <p>ҳақида тасаввурга эга бўлиши;</p> <ul style="list-style-type: none"> – мамлакатимизда кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятларини; – кичик бизнес ва тадбиркорликнинг ташкилий–ҳуқуқий асосларини ҳамда 		

уларни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш масалаларини;

– кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш, режалаштириш, бошқариш, уларнинг молиявий фаолияти ва кредит билан таъминлаш шакллари;

– кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг банк, солиқ ва аудит билан бўладиган алоқаларини, ахборот билан таъминлаш усулларини ва иқтисодий самарадорлигини ошириш йўллари **билиши ва улардан фойдалана олиши;**

– янги корхонани ташкил этиш;

– уни давлат рўйхатидан ўтказиш ва лицензия олиш тартиби;

– техник-иқтисодий асослаш ва ва бизнес-режа ишлаб чиқишни;

– кичик корхонани бошқариш;

– кичик корхоналар фаолиятини иқтисодий таҳлил қилиш;

– кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида маркетинг фаолиятини ташкил этишнинг услубий асослари бўйича **қўникмаларга эга бўлиши керак;**

– кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни белгиловчи мезонлар ҳақида, кичик бизнес ва тадбиркорликни давлат томонидан қўллаб – қувватлаш ҳақида, кичик бизнес ва тадбиркорликни давлат томонидан қўллаб – қувватлашнинг хорижий мамлакатлар тажрибаси ҳамда кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларини солиққа тортиш, улардан олинадиган солиқ турлари ва солиқ имтиёзлари ҳақида, кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг иқтисодий самарадорлигини ошириш бўйича **малакаларга эга бўлиши керак.**

Курснинг тематик таркиби ва мазмуни

№	Мавзулар номи	Аудитория соатлари			Муст ақил Таъл им	Жа ми
		жа ми	шу жумладан:			
			Маъ руза	амалий (семинар)		
1	2	3	4	5	6	7
7-семестр						
1	2	3	4	5	6	7
1.	Кичик бизнес ва тадбиркорликнинг моҳияти ва мазмуни.	4	2	2	4	8
2.	Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг турлари ва шакллари	6	2	4	6	12
3.	Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш ва бошқариш.	6	2	4	6	12
4.	Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида маркетинг фаолиятини ташкил этиш.	6	2	4	6	12
5.	Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштириш.	6	2	4	6	12
6.	Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларига хизмат кўрсатувчи бозор инфратузилмалари.	6	2	4	4	10
7.	Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида ишлаб чиқариш харажатлари ва маҳсулот таннархи	6	2	4	6	12

	таҳлили.					
8.	<i>Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг молиявий фаолияти таҳлили.</i>	6	2	4	6	12
9.	Тадбиркорлик этикаси ва маданият.	6	2	4	6	12
10.	Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг экспорт салоҳиятини баҳолаш.	4	-	4	6	10
Жами		56	18	38	56	112

1 мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорликнинг моҳияти ва мазмуни. Кичик бизнес ва тадбиркорлик тушунчалари. Кичик бизнес ва тадбиркорликнинг моҳияти. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг иқтисодий, ижтимоий ва ҳуқуқий асослари. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришнинг мақсади ва вазифалари. Кичик бизнес ва тадбиркорликни иқтисодиётда тутган ўрни.

2 мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг турлари ва шакллари. Тадбиркорлик турлари. Ишлаб чиқариш тадбиркорлиги. Инновацион тадбиркорлик. Илмий техник тадбиркорлик. Товар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш бўйича тадбиркорлик. Тижорат тадбиркорлиги. Молиявий тадбиркорлик. Маслаҳат тадбиркорлиги. Маслаҳат хизматлари.

Тадбиркорлик шакллари. Якка тартибдаги тадбиркорлик. Хусусий тадбиркорлик. Жамоа тадбиркорлиги. Фирмалар. Маъсулияти чекланган ва чекланмаган жамиятлар. Акциядорлик жамияти. Корпорация. Холдинг компания. Давлат корхоналари. Концерн. Консорциум. Кооператив. Картел. Синдикат. Венчур корхоналар. Инжиниринг корхоналар.

3 мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш ва бошқариш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарини ташкил этиш ва давлат рўйхатидан ўтказиш тартиби. Кичик бизнес субъектларини банк, солиқ ва молия муассасаларидан рўйхатдан ўтказиш учун зарур ҳужжатлар, уларнинг мазмуни. Кичик бизнес субъектларининг банкротлиги. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларини қайта ташкил этиш ва ёпиш тартиби. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарига лицензия бериш тартиби. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарига лицензия берувчи ташкилотлар. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини бошқаришнинг мақсади ва вазифалари. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналари бошқарувининг ташкилий тузилмалари. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларини бошқариш усуллари ва қарорлар қабул қилиш жараёни.

4 мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида маркетинг фаолиятини ташкил этиш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетингнинг аҳамияти. Маркетинг – бизнес фалсафаси. Маркетингнинг бошқарув функцияси. Бозорни танлаш. Тадбиркорлик фаолиятида бозор сегментациясининг аҳамияти. Бозор сегментациясининг хусусиятлари. Бозорни сегментлашни ташкил этиш. Бозордаги мақсадли сегментни танлаш. Бозор имкониятларида бизнесдаги кучли томонларнинг мувофиқлиги. Товарнинг ҳаётийлик даври. Кичик бизнес ва тадбиркорлик тизимида реклама фаолиятини ташкил этиш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетинг тадқиқотларидан фойдаланиш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолияти учун

маркетинг дастурини ишлаб чиқиш.

5 мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштириш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштиришнинг мақсади ва вазифалари. Кичик бизнесни ва тадбиркорликни ривожлантиришда бизнес-режанинг аҳамияти. Бизнес-режанинг моҳияти, мазмуни ва тузиш зарурияти. Бизнес-режанинг асосий бўлимлари. Бизнес-режани бажарилишини назорат қилиш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштиришни такомиллаштириш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини иқтисодий таҳлил қилишнинг мақсади ва вазифалари. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналари фаолиятини оператив ва стратегик таҳлил қилиш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналари фаолияти самарадорлиги таҳлили.

6 мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларига хизмат кўрсатувчи бозор инфратузилмалари. Инфратузилманинг моҳияти. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларига хизмат кўрсатувчи бозор инфратузилмаси турлари. Брокерлик идоралари, улгуржи ва чакана савдо тузилмалари, лизинг, консалтинг ва суғурта компаниялари, божхона хизмати, ахборот – маслаҳат марказлари, инжинеринг ва аудиторлик фирмалари. Ўзбекистоннинг банк-молия тизими. Банк-молия соҳасидаги ўзгаришлар. Банкларнинг асосий операциялари. Кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришда банкларнинг роли. Банклардан кредит бериш тартиби. Ўзбекистонда солиқ тизими. Умумдавлат ва маҳаллий солиқлар. Солиқ юқини камайтиришга қаратилган солиқ сиёсати. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларини солиққа тортиш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларидан олинадиган солиқ турлари. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларидан солиқ олиш қоидалари ва солиқ имтиёзлари.

7. мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида ишлаб чиқариш харажатлари ва маҳсулот таннархи таҳлили. Ишлаб чиқариш харажатларининг моҳияти таркиби ва элементлари. Кичик бизнес субъектларнинг ишлаб чиқариш, сотиш ва бошқа фаолияти натижасида юзага келадиган харажатларни туркумлаш. Ишлаб чиқариш харажатлари. Ноишлаб чиқариш харажатлари. Ички харажатлар. Ташқи харажатлар. Доимий харажатлар. Ўзгарувчан харажатлар. Бевосита харажатлар. Билвосита харажатлар. Маҳсулот таннархига киритиладиган харажатлар. Давр харажатлари. Молиявий фаолият бўйича харажатлар. Фавқулотда зарарлар. Маҳсулотни таннархи ва уни ҳисоблаш усуллари. Маҳсулот таннархини пасайтириш йўллари.

8 мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг молиявий фаолияти таҳлили. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг молиявий фаолияти кўрсаткичлари. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг асосий молиявий хужжатлари. Баланс. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари молиявий фаолиятини таҳлил қилиш. Молиявий таҳлилнинг турлари ва уларни ўтказиш услублари. Кичик бизнес ва тадбиркорликда молиявий режалаштиришнинг моҳияти, мақсади ва асосий кўрсаткичлари. Кичик бизнес ва тадбиркорликни молиялаштириш манбалари. Кичик бизнес субъектларини кредит билан таъминлаш шакллари. Кредит турлари. Кичик бизнес субъектларини молиялаштиришнинг бошқа манбалари ва улардан самарали фойдаланиш. Ялпи даромад ва фойда. Фойданинг турлари. Кичик бизнес ва тадбиркорлик соҳасида фойда турларини таҳлил қилиш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик тизимида рентабеллик даражасини ҳисоблаш усуллари.

9 мавзу. Тадбиркорлик этикаси ва маданият. Тадбиркор раҳбар этикаси. Тадбиркор раҳбарнинг этика кодекси. Ўзига жалб қилиш имиджи. Тадбиркор раҳбар фаолиятининг руҳий-психологик хусусиятлари. Тадбиркор раҳбар этикети. Сухбатлашиш, танишиш ҳамда сўрашиш нормаси. Иш контрактларини ташкил қилиш.

<p>Иш суҳбатларини олиб бориш. Иш қоғозларини ёзиш. Телефонда гаплашиш маданияти. Иш протоколи ва ҳисоботи. Тадбиркор раҳбарнинг нутқ маданияти ва унинг рухий-психологик хусусиятлари. Тадбиркор раҳбарнинг ташқи кўриниши ва ўзини тутиши. Тадбиркор раҳбар ва ходимлар ўртасидаги муносабатлар. Тадбиркор раҳбар фаолиятида можароли ҳолатлар ва уларни ҳал этиш усуллари.</p> <p>10 мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг экспорт салоҳиятини баҳолаш. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида экспортнинг ҳозирги ҳолати ва таҳлили. Экспортёр корхоналарнинг давлат томонидан қўллаб-қувватланиши. Экспортёр корхоналарга яратилган шарт-шароитлар ва имтиёзлар. Экспортга маҳсулот ишлаб чиқарувчи корхоналар олдида турган муаммолар ва уларни бартараф этиш йўллари. Кичик бизнес корхоналарида экспортбоп маҳсулотлар ишлаб чиқаришни рағбатлантириш. Ҳорижда ўзбек савдо уйлари ташкил этиш. Экспорт кўрсаткичларини ҳисоблаш усуллари.</p>			
Таълим бериш ва ўқитиш услуби:	Маъруза, амалий машғулотлар, мустақил ишлар (<i>диалогик ёндашув, муаммоли таълим, бинго, блиц-сўров, мунозара, ўз-ўзини назорат</i>)		
Мустақил ишлар:	Ўқув лойиҳалар, гуруҳли тақдимот, рефератлар, кейслар, докладлар, тест, проспект, эссе ва ҳ.з		
Маслаҳатлар ва топшириқларни топшириш вақти	Сешанба Шанба	14.30-15.30 15.00-16.00	Ауд. 7/223 Ауд. 7/223
Билимларни баҳолаш усуллари, мезонлари, ва тартиби:			
Баҳолаш усуллари	Экспресс тестлар, ёзма ишлар, оғзаки сўров, презентациялар ва ҳ.з.		
Баҳолаш мезонлари	<p>86-100 балл - «аъло»: фанга оид назарий ва услубий тушунчаларни тўла ўзлаштира олиш; фанга оид кўрсаткичларни иқтисодий таҳлил қилишда ижодий фикрлай олиш; ўрганилаётган жараёнлар ҳақида мустақил мушоҳада юритиш; меҳнат муносабатларига оид таҳлил натижаларини тўғри акс эттира олиш; ўрганилаётган жараёнга таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларга тўла баҳо бериш; таҳлил натижалари асосида вазиятга тўғри ва холисона баҳо бериш; ўрганилаётган иқтисодий ҳодиса ва жараён тўғрисида тасаввурга эга бўлиш; ўрганилаётган жараёнларни аналитик жадваллар орқали таҳлил этиш ва тегишли қарорлар қабул қилиш. ривожланган мамлакатларда кичик бизнес ва тадбиркорлик соҳаларига оид барча жараёнлар таҳлили ва унинг асосида хулосаларни тақдимот шаклида топшириш. Тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш бўйича бизнес ғоя ва лойиҳасини ишлаб чиқиш ҳамда уни ҳимоя қилиш</p> <p>71-85 балл - «яхши»: ўрганилаётган жараёнлар ҳақида мустақил мушоҳада юритиш; таҳлил натижаларини тўғри акс эттира олиш; ўрганилаётган иқтисодий ҳодиса ва жараён тўғрисида тасаввурга эга</p>		

	<p>бўлиш; ўрганилаётган жараёнга таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларга тўла баҳо бериш; ўрганилаётган жараёнларни жадваллар орқали таҳлил этиш ва тегишли қарорлар қабул қилиш. Тадбиркорлик субъектлари фаолиятини молиявий-иқтисодий ҳолатини таҳлили эта олиш. Тадбиркорлик фаолиятида маркетинг тадқиқотларини ўтказиш ва дастурини ишлаб чиқиш. 55-70 балл - «қониқарли»: ўрганилаётган жараёнга таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларга тўла баҳо бериш; ўрганилаётган иқтисодий ҳодиса ва жараён тўғрисида тасаввурга эга бўлиш; ўрганилаётган жараёнларни аналитик жадваллар орқали таҳлил этиш. Тадбиркорлик фаолиятида маркетинг тадқиқотларини ўтказа олиш. 0-54 балл - «қониқарсиз»: ўтилган фаннинг назарий ва услубий асосларини билмаслик; иқтисодий ҳодиса ва жараёнларни таҳлил этиш бўйича тасаввурга эга эмаслик; ўрганилаётган жараёнларга иқтисодий усулларни қўллай олмаслик.</p>		
<p>Баҳолаш жараёни</p>	<p>Рейтинг баҳолаш турлари</p>	<p>Макс.балл</p>	<p>Ўтқазилган вақти</p>
	<p>Жорий назорат:</p>	<p>35</p>	
	<p>маъруза машғулотларда фаоллиги, мунтазам равишда конспект юритиши учун</p>	<p>6</p>	<p>Семестр давомида</p>
	<p>Мустақил таълим топшириқ-ларининг ўз вақтида ва сифатли бажарилиши</p>	<p>9</p>	
	<p>Амалий машғулотларда фаоллиги, саволларга тўғри жавоб берганлиги, амалий топшириқларни бажарганлиги учун</p>	<p>20</p>	
	<p>Оралиқ назорат</p>		
	<p>Биринчи оралиқ назорат ёзма иш (амалий машғулот ўқитувчиси томонидан қабул қилинади).</p>	<p>15</p>	<p>10 ҳафта</p>
<p>Иккинчи оралиқ назорат (маърузачи ўқитувчиси томонидан қабул қилинади). Иккинчи оралиқ назорат 2 босқичда амалга оширилади. Биринчи босқич, 10 балл-талаба якка тартибда топшириқлар олади ва ҳимоя қилади. Иккинчи босқич, 10 балл-талабалар кичик гуруҳларга бўлинади (ҳар бир гуруҳда талабалар сони 5-7 тагача бўлиши мумкин), ҳар бир гуруҳга алоҳида топшириқлар берилади ва ҳимоя қабул қилинади. Топшириқлар 2-3-ҳафталар оралиғида талабаларга бириктирилади. Гуруҳнинг фаоллиги, берилган топшириқни назарий ва амалий жиҳатдан ёритилиши, хулосаларнинг мантиқий боғлиқлиги,</p>	<p>20</p>	<p>17-ҳафта</p>	

	креатив мулоҳазаларнинг мавжуд-лиги, ҳуқуқий-норматив ҳужжатларни билиши ва бошқа талабларга мослиги ҳисобга олинади. Гуруҳдаги ҳар бир талабага 0-10 оралиғида бир хил балл қўйилади. Ҳимоя кафедра мудирининг томонидан тасдиқ-ланган график асосида дарс машғулотларидан сўнг таш-кил этилади		
	Якуний назорат	30	20
	Ёзма иш	30	ҳафта
	ЖАМИ	100	
АХБОРОТ РЕСУРС БАЗА:			
<i>Асосий адабиётлар:</i>	<p>5. Самадов А.Н., Останақулова Г.Н. Кичик бизнес ва тадбиркорлик. Т.: Молия-иқтисод, 2008.</p> <p>6. Болтабоев М.Р., Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Ғойипназаров Б.К., Самадов А.Н., Ходжаев Р.С. Кичик бизнес ва тадбиркорлик. – Т.: ADIB NASHRIYOTI, 2011 – 235 б.</p> <p>7. Qosimova M.S., Yusupov M.A., Ergashxodjaeva Sh.J. Marketing. –Т.: TDIU -2010.</p> <p>8. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик. Т.: ТДИУ, 2011.</p>		
<i>Қўшимча адабиётлар:</i>	<p>1. И.А.Каримов “Бош мақсадимиз – мавжуд қийинчиликларга қарамадан, олиб бораётган ислохотларни, иқтисодиётимизда таркибий ўзгаришларни изчил давом эттириш, хусусий мулкчилик, кичик бизнес ва тадбиркорликка янада кенг йўл очиб бериш ҳисобидан олдинга юришди” Тошкент-//Халқ сўзи. 17.01 2016 йил.</p> <p>2. Yusupov M.A., Ergashxodjaeva Sh.J. Tadbirkorlik asoslari. – Т.: O'zbekiston yozuvchilar uyushmasi, 2005.</p> <p>3. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учеб. Пособие для вузов / Под ред. Проф. В.Я. Горофинкля, проф. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. – 2е изд., пререб. И доп.-М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008.</p> <p>4. Предпринимательство: учебник / под. ред. М.Г.Лапусты. – 4-е издательство, доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. - 667 с.</p> <p>5. Анискин Ю.П. Организация и управление малым бизнесом: Учеб. пособ. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 160 с.</p>		
<i>Норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар:</i>	<p>1. Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида”ги Қонуни 69-II-сон 25 май 2000 йил</p> <p>2. Ўзбекистон Республикасининг “Оилавий тадбиркорлик тўғрисида”ги Қонуни 327-сон 26 апрель 2012 йил.</p> <p>3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон республикасида инвестиция иқлими ва ишбилармонлик муҳитини янада такомиллаштиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-4609-сонли Фармони 7 апрель 2014 й.</p> <p>4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ишбилармонлик муҳитини тубдан яхшилаш ва</p>		

	<p>тадбиркорликка янада кенг эркинлик бериш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4455-сонли Фармони 18 июль 2012 йил.</p> <p>5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Статистик, солиқ, молиявий ҳисоботларни, лицензияланадиган фаолият турларини ва рухсат бериш тартиб-таомилларини тубдан қисқартириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4453-сонли Фармони 16 июль 2012 йил.</p> <p>6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик йили” давлат дастури тўғрисидаги ПҚ-1474-сонли Қарори 7 февраль 2011 йил</p> <p>7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни янада ривожлантириш учун қулай ишбилармонлик муҳитини шакллантиришга доир кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-4354-сонли Фармони 24 август 2011 йил.</p> <p>8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Тадбиркорлик субъектларини ташкил этиш ва давлат рўйхатидан ўтказиш тартибини янада такомиллаштириш чора тадбирлари тўғрисида”ги ПП-1529 сонли Қарори 12 май 2011 йил.</p> <p>9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Тадбиркорлик субъектлари томонидан тақдим этиладиган ҳисобот тизимини такомиллаштириш ва уни ноқонуний талаб этганлик учун жавобгарликни кўчайтириш тўғрисида”ги ПФ-3665-сонли Фармони 15 июнь 2005 й.</p> <p>10. 2015 йил 15 майдаги 4725-сонли “Хусусий мулк, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ишончли ҳимоя қилишни таъминлаш, уларни жадал ривожлантириш йўлидаги тўсиқларни бартараф этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Президент фармони</p>
Илмий журналлар:	“Экономическое обозрение”, “Иқтисодиёт ва таълим”, “Биржа иши”, “Вопросы экономики”
Даврий нашрлар:	“Халқ сўзи”, “Карьера”, “Иқтисодчи”
Статистик нашрлар:	<p>1. Статистический ежегодник регионов Узбекистана. 2014. –Т.: Госкомстат Узбекистана. 2015. - 130 стр.</p> <p>2. Статистическое обозрение Узбекистана. 2008-2015.</p> <p>3. Узбекистан в цифрах. 2014. – Т.:, Госкомстат Узбекистана 2015. – 188 стр.</p>
Интернет ресурслар:	<p>1. http://www.gov.uz</p> <p>2. http://www.chamber.uz.</p> <p>3. http://www.stat.uz</p> <p>4. http://www.bank.uz</p>

МАЪРУЗА МАШҒУЛОТЛАРИ РЕЖАСИ

МАЪРУЗА МАШҒУЛОТЛАРИ РЕЖАСИ

1-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорликнинг моҳияти ва мазмуни (2 соат)

1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик тушунчалари, уларнинг моҳияти ва мазмуни
2. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг иқтисодий, ижтимоий ва ҳуқуқий асослари
3. Кичик бизнес ва тадбиркорлик муҳити ва унга таъсир этувчи омиллар
4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришнинг мақсади ва вазифалари
5. Кичик бизнес ва тадбиркорликни иқтисодиётда тутган ўрни
6. Ўзбекистонда кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш йўналишлари

Қўлланиладиган педагогик технологиялар: Инсерт техникаси, баҳс-мунозара.

1-мавзу бўйича тавсия этилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида”ги Қонуни 2000 йил 25 май, 69-II-сон.
2. Ўзбекистон Республикасининг «Хусусий корхона тўғрисида» ги Қонуннинг 3-моддаси 2003 йил 11 декабрь
3. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик. Т.: ТДИУ, 2010.267 бет.
4. Jay A.Dewhurst. «Introduction to Business and business planning», USA, 2014.

2-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг турлари ва шакллари (2 соат)

1. Ишлаб чиқариш тадбиркорлиги
2. Тижорат тадбиркорлиги
3. Молиявий тадбиркорлик
4. Маслахат тадбиркорлиги
5. Тадбиркорлик фаолиятининг шакллари

Қўлланиладиган педагогик технологиялар: Ақлий хужум, кластер.

2-мавзу бўйича тавсия этилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида”ги Қонуни 2000 йил 25 май, 69-II-сон.
2. Ўзбекистон Республикасининг «Хусусий корхона тўғрисида» ги Қонуннинг 3-моддаси 2003 йил 11 декабрь
3. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик. Т.: ТДИУ, 2010.267 бет.
4. Jay A.Dewhurst. «Introduction to Business and business planning», USA, 2014.

5. Болтабоев М.Р., Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Ғойибназаров Б.К., Самадов А.Н., Ходжаев Р.С. Кичик бизнес ва тадбиркорлик. - Т.: ADIB NASHRIYOTI, 2011. - 264 б.

3-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш ва бошқариш

(2 соат)

1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарини ташкил этиш ва давлат рўйхатидан ўтказиш тартиби

2. Кичик бизнес субъектларини банк, солиқ ва молия муассасаларидан рўйхатдан ўтказиш тартиби

3. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарига лицензия бериш тартиби

Қўлланиладиган педагогик технологиялар: Эксперт баҳолаш, кластер, кандай иерархик диаграмма.

3-мавзу бўйича тавсия этилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида”ги Қонуни 2000 йил 25 май, 69-П-сон.

2. Ўзбекистон Республикасининг «Хусусий корхона тўғрисида» ги Қонуннинг 3-моддаси 2003 йил 11 декабрь

3. “Хусусий мулк, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ишончли ҳимоя қилишни таъминлаш, уларни жадал ривожлантириш йўлидаги тўсиқларни бартараф этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2015 йил 15 майдаги 4725-сонли Президент Фармони.

4. Jay A.Dewhurst. «Introduction to Business and business planning», USA, 2014.

5. Болтабоев М.Р., Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Ғойибназаров Б.К., Самадов А.Н., Ходжаев Р.С. Кичик бизнес ва тадбиркорлик. - Т.: ADIB NASHRIYOTI, 2011. - 264 б.

4-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида маркетинг фаолиятини

ташкил этиш (2 соат)

1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетингнинг аҳамияти

2. Тадбиркорлик фаолиятида бозор сегментациясининг моҳияти ва ўзига хос хусусиятлари

3. Бозор имкониятларида бизнесдаги кучли томонларнинг мувофиқлиги

4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик тизимида реклама фаолиятини ташкил этиш.

5. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетинг тадқиқотларидан фойдаланиш

6. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолияти учун маркетинг дастурини ишлаб чиқиш

Қўлланиладиган педагогик технологиялар: Аклий хужум, нима учун схемаси, кластер.

4-мавзу бўйича тавсия этилган адабиётлар

1. Paul W. Farris, Neil T. Bendle, Phillip E. Pfeifer, David J. Reibstein. Marketing Metrics. Second edition. 2010 by Pearson Education, Inc. p. 650.
2. Хотамов И., Садуллоев Х. Маркетинг фаолиятини таҳлил қилиш ва истиқболлаш. Дарслик. ТДИУ, 2012 йил. 287 б.
3. Болтабоев М.Р., Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Ғойибназаров Б.К., Самадов А.Н., Ходжаев Р.С. Кичик бизнес ва тадбиркорлик. - Т.: ADIB NASHRIYOTI, 2011. - 264 б.
4. Qosimova M.S., Yusupov M.A., Ergashodjaeva Sh.J. Marketing. –Т.: TDIU - 2011.202 б.

5-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштириш (2 соат)

1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштиришнинг мақсади ва вазифлари
2. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришда бизнес режанинг ахамияти.
3. Бизнес режанинг асосий бўлимлари ва уларнинг тавсифлари
4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини таҳлил қилишнинг мақсади ва вазифалари.
5. Кичик корхоналар фаолиятини иқтисодий таҳлил қилиш асослари
6. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари фаолияти самарадорлиги таҳлили

Қўлланиладиган педагогик технологиялар: Кейс стади, ўқув лойиҳа.

5-мавзу бўйича тавсия этилган адабиётлар

1. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик. Т.: ТДИУ, 2010. 267 бет.
2. Jay A. Dewhurst. «Introduction to Business and business planning», USA, 2014.
3. Саматов Л.А. Бизнес режа ва инвестиция лойиҳалар таҳлили. Ўқув қўлланма. –Т.: ТДИУ, 2010. -220 б.
4. Попова В.М. Бизнес планирование. Учебник. –М.: Финансы и статистика, 2009. -816 с.

6-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларига хизмат кўрсатувчи бозор инфратузилмалари (2 соат)

1. Инфратузилма тушунчасининг моҳияти ва мазмуни
2. Кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришда банкларнинг роли
3. Инқирозга қарши чоралар дастурида белгиланган устувор вазифаларни амалга оширишда банк тизимининг тутган ўрни
4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларини солиққа тортиш, улардан олинадиган солиқ турлари ва солиқ имтиёзлари
5. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида аудит ва аудиторлик тафтишини ўтказиш

6. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ахборот билан таъминлашни ташкил этиш

Қўлланиладиган педагогик технологиялар: Инсерт техникаси, тоифали жадвал, кластер.

6-мавзу бўйича тавсия этилган адабиётлар

1. Andrew P. Sage, William B. Rouse. Economic Systems Analysis and Assessment: Intensive Systems, Organizations, and Enterprises.- USA: Wiley, 2011.
2. Asterios G. Kefalas. «Global Business Strategy A Systems Approach», Switzerland, 2008.
3. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик. Т.: ТДИУ, 2010.267 бет.
4. “Хусусий мулк, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ишончли ҳимоя қилишни таъминлаш, уларни жадал ривожлантириш йўлидаги тўсиқларни бартараф этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2015 йил 15 майдаги 4725-сонли Президент Фармони.

7-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида ишлаб чиқариш харажатлари ва маҳсулот таннархи таҳлили (2 соат)

1. Ишлаб чиқариш харажатлари тўғрисида тушунча
2. Маҳсулот таннархига киритиладиган харажатлар
3. Маҳсулот таннархи киритилмайдиган харажатлар.
4. Молиявий фаолият бўйича харажатлар ва фавқулодда зарарлар
5. Маҳсулот таннархи ва уни ҳисоблаш усуллари.
6. Маҳсулот таннархини пасайтириш йўллари

Қўлланиладиган педагогик технологиялар: Ўқув лойиҳа, концептуал жадвал.

7-мавзу бўйича тавсия этилган адабиётлар

1. Paul W. Farris, Neil T. Bendle, Phillip E. Pfeifer, David J. Reibstein. Marketing Metrics. Second edition. 2010 by Pearson Education, Inc. p. 650.
2. Djalalova I.A., Tursunov R.T. Biznesni baholash. Darslik. - Т.: Iqtisodiyot, 2011, 223 б.
3. Муратов Р.С, Джалолова И.А., Орипов С Корхона иқтисодиёти Дарслик Т.: Иқтисодиёт 2011 йил 565 б.

8-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг молиявий фаолияти таҳлили (2 соат)

1. Кичик бизнес ва тадбиркорликнинг молиявий фаолиятини ифодаловчи кўрсаткичлар
2. Кичик бизнес ва тадбиркорликни кредит билан таъминлаш шакллари
3. Кредит ставкасини аниқлаш

4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг иқтисодий самарадорлиги
5. Самарадорликни баҳоловчи кўрсаткичлар
6. Самарадорликни оширишнинг асосий йўналишлари

Қўлланиладиган педагогик технологиялар: Ўқув лойиҳа, кейс стади.

8-мавзу бўйича тавсия этилган адабиётлар

1. Jay A.Dewhurst. «Introduction to Business and business planning», USA, 2014.
2. Хасанов Б.А., Хошимов Б.А., Пардаева З.А. Бухгалтерия ҳисоби назарияси: Ўқув кўлланма. - Т.: Yangi nashr, 2011. -252 б.
3. Муратов Р.С, Джалолова И.А., Орипов С Корхона иқтисодиёти Дарслик Т.: Иқтисодиёт 2011 йил 565 б.
4. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик. Т.: ТДИУ, 2010.267 бет.

9-мавзу. Тадбиркорлик этикаси ва маданияти (2 соат)

1. Тадбиркор раҳбар этикаси
2. Тадбиркор маданияти
3. Тадбиркор раҳбар фаолиятининг руҳий-психологик хусусиятлари
4. Тадбиркор раҳбар фаолиятида можароли ҳолатлар ва уларни ҳал этиш усуллари

Қўлланиладиган педагогик технологиялар: Пинборд техникаси, Ким ошди савдоси.

9-мавзу бўйича тавсия этилган адабиётлар

1. Jay A.Dewhurst. «Introduction to Business and business planning», USA, 2014.
2. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик. Т.: ТДИУ, 2010.267 бет.
3. Саттаров Э., Алимов Х. Бошқарув мулоқоти.- Т.: “Академия”, 2003. 70 б.
4. Маҳмудов И.И. Бошқарув психологияси. -Т.: 2006. – 230 б.
5. Маҳмудов И.И. Бошқарув профессионализи: психологик таҳлил. Т.: “Академия”, 2011. – 154 б.

10-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг экспорт салоҳиятини баҳолаш (2 соат)

1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг экспорт салоҳияти ва экспортёр корхоналарнинг давлат томонидан қўллаб-қувватланиши
2. Экспортнинг товар ва географик таркибини такомиллаштириш

Қўлланиладиган педагогик технологиялар: Ақлий хужум, блиц сўров.

10-мавзу бўйича тавсия этилган адабиётлар

1. Paul W. Farris, Neil T. Bendle, Phillip E. Pfeifer, David J. Reibstein. Marketing Metrics. Second edition. 2010 by Pearson Education, Inc. p. 650.
2. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик. Т.: ТДИУ, 2010.267 бет.
3. Р.Турсунов. Халқаро бизнес. Дарслик. ТДИУ, 2011 йил. 320 б.

11-мавзу. Ўзбекистонда кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантириш истиқболлари (2 соат)

1. Кичик бизнес ва тадбиркорликни миллий иқтисодиётнинг турли тармоқларида ривожланиши
2. Кичик бизнесни жадал ривожлантириш, унинг иқтисодий ривожланишидаги ролини ошириш.

Қўлланиладиган педагогик технологиялар: Инсерт техникаси, балиқ склети.

11-мавзу бўйича тавсия этилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида”ги Қонуни 2000 йил 25 май, 69-II-сон.
2. Ўзбекистон Республикасининг «Хусусий корхона тўғрисида» ги Қонуннинг 3-моддаси 2003 йил 11 декабрь
3. Ходиев Б.Ю., Қосимова М.С., Самадов А.Н. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик. Т.: ТДИУ, 2010.267 бет.
4. Jay A.Dewhurst. «Introduction to Business and business planning», USA, 2014.
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасида 2012-2016 йилларда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш дастури ҳақида”ги ПФ-1754 Фармони 10 май 2012 й.
6. “Хусусий мулк, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ишончли ҳимоя қилишни таъминлаш, уларни жадал ривожлантириш йўлидаги тўсиқларни бартараф этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2015 йил 15 майдаги 4725-сонли Президент Фармони.

**МАВЗУЛАР БЎЙИЧА МАТН АННОТАЦИЯСИ ВА
ОХИРГИ ЯНГИЛИКЛАР**

1-МАВЗУ. КИЧИК БИЗНЕС ВА ТАДБИРКОРЛИКНИНГ МОҲИЯТИ ВА МАЗМУНИ

Маъруза машғулоту

1.1.Кичик бизнес ва тадбиркорлик тушунчалари, уларнинг моҳияти ва мазмуни

1.2.Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг иқтисодий, ижтимоий ва ҳуқуқий асослари

1.3.Кичик бизнес ва тадбиркорлик муҳити ва унга таъсир этувчи омиллар

1.4.Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришнинг мақсади ва вазифалари

1.5. Кичик бизнес ва тадбиркорликни иқтисодиётда тутган ўрни

1.6.Ўзбекистонда кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш йўналишлари

Таянч иборалар: Тадбиркор, тадбиркорлик муҳити, бизнес.

1.1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик тушунчалари, уларнинг моҳияти ва мазмуни

Бозор муносабатлари шароитида иқтисодиётни ривожлантириш-нинг асосий омилларидан бири кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришдир.

Хўш, «тадбиркор», «тадбиркорлик» тушунчалари қандай мазмунга эга ва нимани англатади?

Бу тушунчаларни ҳозирги маъносида биринчи бўлиб XVII аср охири ва XVIII аср бошларида инглиз иқтисодчиси Ричард Кантилон қўллаган эди. Унинг фикрича, тадбиркор таваккалчилик шароитида фаолият кўрсатувчи кишидир. Шу боисдан у ер ва меҳнат омилини иқтисодий фаровонликни белгилаб берувчи бойлик манбаи деб билган. Кейинчалик, XVIII асрнинг охири ва XIX асрнинг бошида машҳур француз иқтисодчиси Ж.Б.Сей (1767-1832) «Сиёсий иқтисод рисоласи» китобида (1803й.) тадбиркорлик фаолиятини ишлаб чиқаришнинг уч мумтоз омиллари – ер, капитал, меҳнатнинг яхлитлиги деб таърифлаган эди.

Америкалик иқтисодчи олим Й.Шумпетернинг фикрига кўра, тадбиркорликнинг новаторлик характери қуйидагиларда акс эттирилади:

- бозор учун янги товар ишлаб чиқариш;
- ишлаб чиқариш жараёнига янги технологияларни татбиқ этиш;
- янги сотиш бозорларини ўзлаштириш;
- хом ашёнинг янги турлари ва манбаларини топиш.

Тадбиркорликни вужудга келишининг учинчи босқичи тадбиркорликнинг алоҳида шахсий сифатлари: иқтисодий ва ижтимоий вазиятнинг ўзгаришида тўғри йўл топа билиш қобилияти, бошқарув қарорларини танлаш ва қабул қилишда мустақиллик, бошқарув қобилиятларининг тўла намоён бўлиши билан таърифланади.

Шундай қилиб, тадбиркорлик – бу иқтисодий фаолиятнинг алоҳида тури бўлиб, унинг замирида мустақил ташаббус, жавобгарлик, тадбиркорлик ғоясига асосланган, фойда олишга йўналтирилган, мақсадга мувофиқ фаолият ётади.

«Тадбиркорлик» тушунчаси тадбиркорнинг энциклопедик луғатида қуйидагича таърифланади:

Тадбиркорлик – (ингл. енттерприсе) шахсий даромад, фойда олишга қаратилган фуқароларнинг мустақил фаолияти. Бу фаолият ўз номидан, ўз мулкий масъулияти ва юридик шахснинг юридик масъулияти эвазига амалга оширилади. Тадбиркор (фрн. ентреpreneур) қонун томонидан тақиқланмаган барча хўжалик фаолияти, шу жумладан, воситачилик, сотиш, сотиб олиш, маслаҳат бериш, қимматбаҳо қоғозлар билан иш олиб бориш билан шуғулланиши мумкин.

1.2. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг иқтисодий, ижтимоий ва ҳуқуқий асослари

Тадбиркорликнинг шаклланиши иқтисодий ва ижтимоий шароит билан чамбарчас боғлиқ. Тадбиркорлик шаклланишининг иқтисодий шароитига ижтимоий шароит яқин туради. Ижтимоий шароит, аввало, ҳаридорларнинг диди ва модага жавоб бера оладиган товарларни сотиб олишга интилиши билан белгиланади. Турли босқичларда ушбу талаб ўзгариб туриши мумкин. Бунга ижтимоий-маданий муҳитга боғлиқ бўлган ахлоқий ва диний меъёрлар жиддий таъсир кўрсатади. Ушбу меъёрлар ҳаридорларнинг турмуш тарзига ва у орқали товарларга бўлган талабига бевосита таъсир этади. Ижтимоий шароит шахснинг ишга бўлган муносабатига ўз таъсирини ўтказиши, бу эса, ўз навбатида, бизнес таклиф этаётган маошнинг миқдорига, меҳнат шароитига бўлган муносабатга таъсир этади.

АҚШнинг тадбиркорлик соҳасида кўп йиллар мобайнида қўллаб келаётган қонунлар тизими бунга мисол бўла олади. Улардан бир нечасига эътибор берайлик (1-жадвал)²:

1-жадвал.

АҚШда тадбиркорлик соҳасида узоқ йиллар мобайнида амал қилаётган қонунлар тизими

Қонунлар	Қонунларнинг асосий моҳияти
	2
Трестларга қарши Шерман қонуни (1890 й.)	а) монополия ёки монополиялаштиришни тақиқлаш; б) штатлараро ёки ташқи савдони чеклашга қаратилган турли хилдаги шартнома, келишув ва бирлашмаларни таъқиқлаш.
Озиқ-овқат маҳсулотлари ва медицина препаратларининг сифатлилиги ҳақидаги қонун (1906 й.)	Штатлараро савдо-сотикқа қалбакилаштирилган ёки марка ёпиштирилмаган маҳсулотларни ишлаб чиқариш, ташиш, сотишни тақиқлаш. Бу қонун 1938 йилда озиқ-овқат, дори-дармон ва косметика воситалари ҳақидаги Федерал қонунига алмаштирилди. 1958 ва 1962 йилларда унга жиддий ўзгартиришлар киритилди.
Федерал савдо комиссияни таъсис этиш ҳақидаги қонун (1954 й.)	«Савдода рақобатнинг виждонсизлик услуги ноқонунийлиги» ни текширувчи идорани-комиссияни таъсис этишни назарда тутди.
Клейтон қонуни (1914 й.)	Амалий фаолиятнинг айрим турларини тақиқ етувчи Шерман Қонунига қўшимча киритилди (нархларни кам-ситиш турларини аниқлаш, шартномага ҳамкор ҳаракатини чекловчи моддани киритиш, сотишнинг чеклаш тажрибасини қўллаш, бошқа корпорациялар акция-ларига эга бўлиш, қўшма директорат ташкил этиш).
Уилер Ли қонуни (1938 й.)	Рақобатга зарар келтириш ёки келтирмасликдан қатий назар нопок, фириб ҳаракат ва усулларни тақиқлаш; озиқ-овқат, дори-дармон рекламаси устидан Федерал савдо комиссиясининг назоратини таъсис этиш.

² Предпринимательство: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Я.Горфинкеля, проф. Г.Б.Поляка, проф. В.А.Швандара. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2001. 18-бет.

Товарнинг асллиги унинг ўрама ва маркасида акс этиши ҳақидаги қонун (1966й.)	Кенг истеъмол товарлар ўрама ва маркашига қоида жорий этилиши ўрама ичида нима борлигини, ишлаб чиқарган шахс номини ва ўрама ичидаги нарсанинг аниқ миқдорини кўрсатишни талаб қилади.
Истеъмол товарларининг хавфсиз бўлишлиги ҳақидаги қонун (1972 й.)	Истеъмол товарларининг хавфсиз бўлиши билан боғлиқ муаммолар бўйича комиссия таъсис этилиши ва унга истеъмол товарларига нисбатан хавфсизлик стандартларини қўллаш ва ушбу стандартларга риоя қилмаслиги учун санкция қўллаш ваколати берилди.
1	2
Қарзларни виждонан ундириб олиш ҳақидаги қонун (1978 й.)	Қарзларни ундириб олишда одамларни кўрқитиш, таъқиб қилиш, аёвсизларча муносабатда бўлиш, туҳмат қилиш ноқонуний деб эълон қилинди.

1.3. Кичик бизнес ва тадбиркорлик муҳити ва унга таъсир этувчи омиллар

Ҳар қандай тадбиркорлик маълум бир ҳудудда: мамлакат, вилоят, шаҳар ёки қишлоқ миқёсида олиб борилади. Тадбиркорлик фаолиятини самарали олиб бориш учун маълум бир ишчи муҳити бўлиши керак.

Бундай муҳит айрим ҳудудлар миқёсида мужассамланиб, ўзида ишбилармонлик функцияларини амалга оширишни мужассамлантирган. Умумий ҳолда тадбиркорлик муҳити асосан қуйидаги тўртта омил: ҳуқуқий, сиёсий, ижтимоий ва иқтисодий омилларнинг ўзаро боғлиқлиги натижасида амалга оширилади. Улар ижобий ёки рағбатлантириш кўринишида ҳам шаклланиши мумкин. Ушбу ҳолда мамлакат ёки минтақадаги мавжуд шарт-шароитлар тадбиркорлик фаолиятини олиб бориш учун мос бўлади. Чунки, бундай муҳит тадбиркорга амалга ошираётган ишларининг натижалари қандай бўлишини олдиндан кўра билишига кенг имконият туғдиради. Тадбиркорнинг ўз иши натижаларини олдиндан кўра билиши таваккаллик тушунчасига тескари ҳолда ифода этилади. Агар тадбиркор маълум бир муҳитда таваккалчилик асосида фаолият кўрсатаётган бўлса, у ҳолда у ўзгарувчанлик, барқарорсизлик, таваккалчилик билан тавсифланади. Бундай муҳит юқорида келтирилган ижобий муҳитга тўғри келмайди. Амалда кўп ҳолларда тадбиркорлик муҳитининг маълум бир омили тадбиркорнинг иш натижаларига асосий таъсир кўрсатади, деб бўлмайди. Чунки, тадбиркорни кўпроқ тадбиркорлик муҳитини белгиловчи омилларнинг ўзаро боғлиқлиги қизиқтиради.

Ҳуқуқий омилнинг тавсифига «ҳуқуқий маданият» тушунчаси ҳам қиради. Бунинг остида миллатнинг қонунларга тўлиқ риоя қилиши, яъни инсонларнинг онгида қонунлар талабини бажариш керак деган тушунчанинг бўлиши тушунилади.

Сиёсий омил тадбиркорлик жараёнида бўлаётган барча ҳодисаларга давлатнинг муносабатини ва уларга давлатнинг таъсирини белгилаб беради.

Ижтимоий омил бошқаларга нисбатан ўзининг таркиби жиҳатидан анчагина мураккаб ҳисобланади.

Агар тадбиркор уларни эътиборга олмаса, келгусида салбий натижаларга олиб келиши мумкин. Қуйидагилар бу омилнинг асосий элементлари ҳисобланади:

- жамиятда мафқуранинг ҳолати;
- миллий урф-одатлар;
- миллатнинг маданий ва маиший одатлари;
- атрофдаги кишиларнинг тадбиркор ва тадбиркорлик фаолиятига бўлган муносабати;
- давлатнинг тадбиркор ва тадбиркорлик фаолиятига бўлган муносабати.

Иқтисодий омил бозордаги рақобатни ва нарх-наво ҳолатини ўзида акс эттиради. Нарх-наво тизими, ўз навбатида, нархларнинг даражаси, ишлаб чиқариш жараёнига тадбиркор томонидан жалб қилинаётган ишлаб чиқариш омиллари, ишчи кучи, кредит ставкаси миқдори ҳамда солиқ ва мажбурий тўловларни ўз ичига олади. Бунда бозордаги рақобат шарт-шароитлари сифат ва миқдорий жиҳатдан таҳлил қилиб чиқилади.

1.4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришнинг мақсади ва вазифалари

Мулкдор – моддий ва интеллектуал мулк объектларига эга бўлган, уларни тасарруф этиш ва улардан ўз хоҳишига қаратиб, шу жумладан даромад олиш мақсадида фойдаланиш ҳуқуқига эга жисмоний шахсдир.

Мулкдорлар синфи уч гуруҳдан иборат:

- даромад келтирмайдиган ва шахсий мақсадларда фойдаланишга мўлжалланган мол-мулкка эга мулкдорлар;
- шахсий истеъмолга мўлжалланган мол-мулк билан бир қаторда, қўшимча тадбиркорлик даромади ёки киритилган сармоядан даромад олиш учун фойдаланиладиган активлар (сармоя)га эга ўрта мулкдорлар;
- йирик хусусий корхоналар, фирмаларга эга ва уларнинг фаолиятдан катта даромад оладиган йирик мулкдорлар.

Бу жамиятларнинг устав сармоясини ташкил қилишда иштирок этувчи улушлар, одатда, қуйидагича тақсимланади:

- давлат улуши;
- меҳнат жамоаси улуши;
- хорижий шерик улуши;
- фонд биржалари ва қимматли қоғозлар бозорларида, шу жумладан, чет элда ҳам эркин сотиш учун ажратилган улуши.

Умуман олганда, Ўзбекистонда мулкдорлар синфини шакллантириш ва тадбиркорликни ривожлантириш учун қулай вазият вужудга келди. Ҳозирги вақтда жамиятимиз таркибида реал мулкка эга бўлган, уни кадрлаётган ва уларни ўз моддий фаровонликлари учун асос қилиб олаётган кишиларнинг катта гуруҳи шаклланди. Ушбу ижтимоий қатламни янада мустақамлаш давлатнинг иқтисодий кудрати ошишига, унинг ижтимоий-сиёсий барқарорлигини таъминланишига, демократик кадриятлар қарор топишига олиб келади.

1.5. Кичик бизнес ва тадбиркорликни иқтисодиётда тутган ўрни

Bugungi kunda jahon axborot agentliklarini xabar berishlaricha, O‘zbekiston Respublikasi keyingi yillarda tadbirkorlik faoliyati uchun ishbilarmonlik muhitini yaxshilash sohasida eng yaxshi natijalarga erishgan dunyodagi *o‘nta davlat* qatoridan joy olgani qayd etilmoqda. Birgina 2015 yilda olib borilgan islohotlar natijasida yalpi ichki mahsulotimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ulushi 2000-yildagi 31 foizdan, bugungi kunda 56,7 foizga yetgani yoki 1,8 barobar oshganini alohida ta’kidlash lozim. Hozirgi paytda ushbu sohada jami sanoat mahsulotlarining uchdan bir qismi, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining 98 foizi ishlab chiqarilmoqda. Ish bilan band jami aholimizning 77 foizdan ortig‘i mazkur tarmoqda mehnat qilayotgani, balki mamlakatimiz boyligiga boylik qo‘shayotgani, avvalo, mustaqillik bizga ochib bergan imkoniyatlarning yaqqol isboti, desak bo‘ladi

Мамлакатимиз yalpi ichki mahsulotida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ulushi³ (foizda)

Ko‘rsatkich nomi	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

³ www.stat.uz ma’lumotlar asosida muallif ishlanmasi.

Yalpi ichki mahsulotida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ulushi	31	38,2	45,5	52,5	54	54,6	55,8	56	56,7
---	----	------	------	------	----	------	------	----	------

Manba: O'zbekiston Respublikasining Davlat Statistika Qo'mitasining ma'lumotlari

1.6. Ўзбекистонда кичик бизнес ва тadbirkorlik фаолиятини ривожлантириш йўналишлари

Бугунги кунга келиб, кичик бизнес ва хусусий тadbirkorlik субъектлари мамлакатимиз иқтисодиётининг барча жабҳаларида, машинасозлик маҳсулотлари ишлаб чиқаришда, халқ истеъмолчи молларини, қишлоқ хўжалиги ва озиқ-овқат маҳсулотларини ишлаб чиқаришда ҳамда бошқа соҳаларда фаолият кўрсатмоқда.

O'zbekiston iqtisodiyotining asosiy soha va tarmoqlaridagi qo'shimcha o'sish sur'ati⁴ (foizda)

Ko'rsatkichlar	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sanoat mahsuloti	12,1	9,1	8,5	6,4	7,9	8,8	8,3	8
Qishloq xo'jaligi mahsuloti	6,1	5,8	6,9	6,6	7,0	6,8	6,9	7
Asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar	25,8	24,8	8,7	3,8	12,7	10,1	10,9	9,5
Chakana savdo aylanmasi	15,5	19,3	13,6	17,1	13,9	14,8	14,3	15
Aholiga pullik xizmat ko'rsatish	6,5	5,8	6,6	6,8	7,0	13,5	15,7	10,8

Manba : O'zbekiston Respublikasining Davlat Statistika Qo'mitasi ma'lumotlari

Jadval ma'lumotlari asosida ko'rish mumkinki, 2015 yilda sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish 8 foizga, qishloq xo'jalik mahsulotlari 7 foizga, asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar hajmi 9,5 foizga, chakana savdo aylanmasi 15 foizga, aholiga pullik xizmatlar ko'rsatish hajmi ham 10,8 foizga ortgan.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1. Тadbirkorlikning келиб чиқиш тарихи ва моҳияти тўғрисида гапириб беринг.
2. Ўзбекистонда тadbirkorlik фаолиятининг ривожланиши тўғрисида нималар дея оласиз?
3. Кичик бизнесни ривожлантиришнинг қандай афзалликлари мавжуд?
4. Тadbirkorlik фаолиятининг ҳуқуқий асосини таъминловчи қандай қонунларни биласиз? Изоҳланг.
5. Тadbirkorlik муҳитига қандай омиллар таъсир этади?
6. Тadbirkorlik фаолиятини ривожлантиришнинг мақсад ва вазифалари нималардан иборат?
7. Мулкчилик шаклларига кўра корхоналарнинг неча тури мавжуд?
8. Ўзбекистонда тadbirkorlik фаолиятини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш йўналишларини кўрсатиб беринг.
9. Давлатнинг кичик бизнес ва тadbirkorlikни ривожлантириш борасида қандай сиёсати амалга оширилади?

⁴ www.stat.uz ma'lumotlari asosida mualliflar tomonidan tayyorlandi.

2-МАВЗУ. КИЧИК БИЗНЕС ВА ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ ТУРЛАРИ ВА ШАКЛЛАРИ

Маъруза машғулоту

- 2.1. Ишлаб чиқариш тадбиркорлиги
- 2.2. Тижорат тадбиркорлиги
- 2.3. Молиявий тадбиркорлик
- 2.4. Маслаҳат тадбиркорлиги
- 2.5. Тадбиркорлик фаолиятининг шакллари

2.1. Ишлаб чиқариш тадбиркорлиги

Ишлаб чиқариш тадбиркорлигининг моҳияти. Тадбиркорлик фаолияти турлари нисбатан мустақил бўлиб, бир-бирини тўлдириб келади. Тадбиркорлик фаолиятининг барча турларини белгилаб берувчи ишлаб чиқариш тадбиркорлигининг устуворлигини тан олиш керак.

Инновацион, илмий-техник фаолият, товарларни бевосита ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва шу соҳадаги ахборот билан ишлаш фаолияти ишлаб чиқариш тадбиркорлигига киради. Ишлаб чиқариш билан шуғулланмоқчи бўлган ҳар бир ишбилармон тадбиркорлик фаолиятининг қайси тури билан шуғулланишини, қанақа маҳсулот ишлаб чиқаришини, қандай хизмат кўрсатишини олдиндан белгилаб олиши лозим. Шу иш амалга ошгандан кейин тадбиркор маркетинг билан шуғулланади. Товарга бўлган талабни билиш мақсадида у товарнинг потенциал истеъмолчилари, харидорлари, улгуржи ва чакана савдо билан шуғулланувчи ташкилотлар билан алоқа қилади. Музокаралар ишбилармон ва бўлажак харидорлар ўртасида шартнома тузилиши билан яқунланади. Тузилган шартнома тадбиркорликдаги таваккалчиликнинг олдини олишга имкон беради. Шу ишлар амалга ошмаса, тадбиркор фақат оғзаки ваъдалар асосида ишлаб чиқариш фаолиятини бошлайди. Шаклланган барқарор бозор шароитида ривожланган мамлакатларда оғзаки келишувлар ишончли қафолат бўлиб, керак бўлган ҳолларда шартнома, битим шаклида расмийлаштирилади. Бироқ, бизнинг мамлакатимизда бозор иқтисодиёти энди шаклланаётган даврда оғзаки битимларнинг қафолати паст ва таваккалчилик кучлидир.

Тадбиркорлик фаолиятининг кейинги босқичи ишлаб чиқариш омилларини сотиб олиш ёки ижарага олишдир.

2.2. Тижорат тадбиркорлиги

Тижорат тадбиркорлиги фаолияти товар биржалари ёки савдо ташкилотлари билан боғлиқ.

Товар биржаси – товар намуналари харидор томонидан олдиндан кўздан кечирилмаган ва товарларни минимал партиyasi белгиланган улгуржи товар бозорининг тури. Товар биржасида ўзаро келишилган ва риоя қилинган қоидалар асосида савдо операцияларини амалга ошириш учун тижорат воситалари ва уларнинг хизматчилари ўз хоҳишлари билан бирлашади. Ушбу биржанинг мақсади эркин рақобатнинг бошқариш механизмини ташкил қилиш ва шу орқали талаб ва таклифни ҳисобга олган ҳолда ҳақиқий бозор нархларини аниқлашдир. Товар биржаси стандартлар бўйича сотиладиган товарлар (дон, кўмир, металл, нефт, ёғоч)нинг доимо фаолият кўрсатувчи улгуржи савдо бозоридир. Шунга ўхшаш биржалар барча иқтисодий ривожланган мамлакатларда фаолият кўрсатиб келмоқда. Мисол сифатида Лондон (рангли металл), Ливерпул (пахта), Сингапур (каучук) ва бошқа товар биржаларини кўрсатиш мумкин.

2.3. Молиявий тадбиркорлик

Тижорат банклари ва фонд биржалари молиявий тадбиркорлик учун фаолият кўрсатувчи мақом бўлиб хизмат қилади.

Тижорат банки – акциядор турдаги молиявий-кредит муассасаси бўлиб, асосан пул омонатларини (депозитларни) қабул қилувчи ва мижоз кўрсатмаси билан бошқа ҳисоб-китоб операцияларни амалга оширувчи тижорат ташкилотларига пулли хизмат кўрсатади. Тижорат банкларининг даромад манбаи депозит (жалб этилган) ва ссуда маблағлари ўртасидаги фарқлардан шаклланади.

Фонд биржаси. Молиявий тадбиркорликнинг элементларидан яна бири фонд биржасидир. Капиталнинг кўпайиши, активларнинг ҳақиқий нарҳини аниқлашга қаратилган қимматбаҳо қоғозлар бозорига фонд биржаси дейилади. Фонд биржасининг фаолият тамойили талаб ва таклифни тезкор тартиблаштиришдан иборатдир. Фонд биржаларида қимматбаҳо қоғозларнинг копировкаси ўтказилади.

2.4. Маслаҳат тадбиркорлиги.

Маслаҳат хизматларининг моҳияти ва босқичлари. Маълум бир соҳада ўз мутахассислиги бўйича йўл-йўриқ кўрсатувчи кишига маслаҳатчи дейилади. Чет элларда бошқарув бўйича пулли маслаҳат консалтинг деб юритилади. Иқтисодиёт ва бошқарув бўйича Европа Федерацияси Маслаҳатчилар Ассоциациясининг таърифича менежмент-консалтинг бошқарув бўйича муаммо ва имкониятларни аниқлаш, уларга баҳо бериш, тегишли чора-тадбирлар ишлаб чиқиш ва уларни амалга оширишда ҳолисона маслаҳат бериш ҳамда ёрдам кўрсатишдир.

Маслаҳат услублари. Маслаҳат услублари турли хил бўлиши мумкин. Маслаҳатнинг уч тури – экспертли, жараён ва ўргатувчи маслаҳатлар кенг қўлланилади.

Экспертли маслаҳат – консалтингнинг энг пассив шаклидир. Маслаҳатнинг бу турида маслаҳатчи диагностика, қарор қабул қилиш ва уларни жорий этишни мустақил равишда амалга оширади. Мижоз эса бундай ҳолларда маслаҳатчига керакли ахборот етказиб бериши зарур бўлади.

Жараён маслаҳатида – лойиҳани ишлаб чиқиш босқичларида консалтинг фирма маслаҳатчилари мижоз билан фаол иш олиб бориб, юзага келган муаммоларни ҳамкорликда таҳлил қилади ва керакли таклифлар беради.

Ўргатувчи маслаҳатида – мутахассисларнинг асосий мақсади ғояларнинг юзага келиши, ечимлар қабул қилиш учун асос тайёрлашдир. Шу мақсадда мижозлар учун маърузалар ўқилади, семинарлар ўтказилади, ўқув қўлланмалари ишлаб чиқилади. Умуман олганда мижозлар керакли назарий ва амалий ахборотлар билан таъминланади. Амалда эса юқоридаги ҳар бир маслаҳат турлари соф ҳолда қўлланилмайди, улар комбинациялашган шаклда учрайди.

2.5. Тадбиркорлик фаолиятининг шакллари

Ўзбекистон Республикасида «Тадбиркорлик тўғрисида»ги қонунинг 5-моддасига биноан тадбиркорликнинг қуйидаги шакллари мавжуд:

- якка тартибдаги тадбиркорлик;
- хусусий тадбиркорлик;
- жамоа тадбиркорлиги;
- аралаш тадбиркорлик.

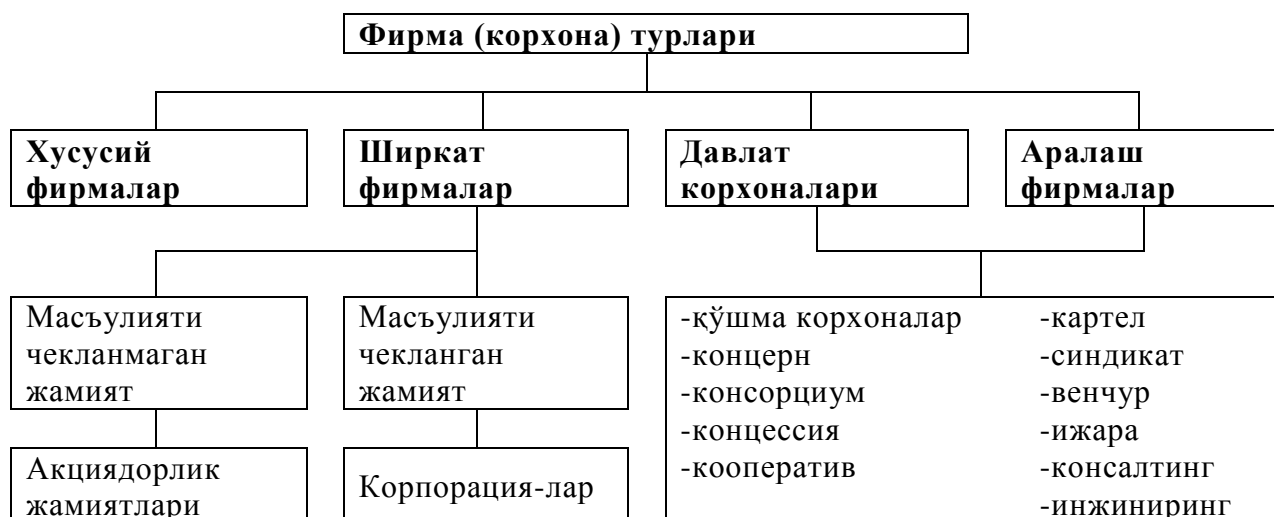
Якка тартибдаги тадбиркорлик – тадбиркорлик фаолиятини амалга оширишнинг энг оддий шакли бўлиб, уни ташкил қилиш тартиби Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1995 йил 14 февралдаги қарори билан тасдиқланган «Ўзбекистон Республикасида хусусий тадбиркорлик тўғрисидаги Низом» билан белгиланади. Ушбу низомга мувофиқ якка тадбиркор ўз фаолиятини юридик шахс ташкил қилмай амалга ошириши мумкин. Якка тартибдаги тадбиркорлар одатда майда ишлаб чиқариш билан шуғулланадилар.

Хусусий тадбиркорлик – бу фуқаролар (алоҳида фуқаро) томонидан ўзларининг таваккалчиликлари ва мулкий жавобгарликлари остида, шахсий даромад (фойда) олиш мақсадида амалдаги қонунчилик асосида амалга ошириладиган ташаббускор хўжалик фаолиятидир.

Жамоа тадбиркорлиги – бу бир гуруҳ фукароларнинг ўзларига маъқул бўлган мулкчилик шаклларида жамоаларга бирлашиб, жамоа корхоналарини ташкил қилишлари ва шу асосда тадбиркорлик фаолиятини амалга оширишларидир.

Жамоа тадбиркорлиги фаолияти фирмалар фаолиятида ўз ифодасини топади. Фирма – муайян турдаги маҳсулот ишлаб чиқаришга ва хизмат кўрсатишга ихтисослашган, бозордаги талаб ва таклифга қараб иш тутадиган, иқтисодий жиҳатдан эркин ва мустақил корхонадир.

Фирмаларнинг турлари жуда кўп, уларни чизмада қуйидагича тасвирлаш мумкин



1-расм.Фирма (корхона) ларнинг турлари

Хусусий фирма деганда айрим шахс ёки оилага тегишли бўлган, якка хусусий мулкка асосланиб фаолият кўрсатадиган корхона тушунилади.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1. Тадбиркорликнинг қандай турларини биласиз?
2. Ишлаб чиқариш тадбиркорлигининг моҳияти нимадан иборат?
3. Тижорат тадбиркорлигининг моҳиятини тушунтириб беринг.
4. Молиявий тадбиркорликнинг фаолият моҳияти нимадан иборат?
5. Консалтинг нима? Унинг истиқболи ҳақида гапириб беринг.
6. Тадбиркорликнинг қандай шаклларини биласиз?
7. Якка тадбиркорлик нима? У қандай турларга бўлинади?
8. Хусусий тадбиркорлик якка тадбиркорликдан нима билан фарқ қилади.
9. Акциядорлик жамиятлари қандай турларга бўлинади?
10. Холдинг компаниялари фаолияти тўғрисида гапириб беринг?
11. Қандай корхоналар инжиниринг корхона ҳисобланади, уларнинг асосий фаолияти нималардан иборат?

3-МАВЗУ. КИЧИК БИЗНЕС ВА ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ВА БОШҚАРИШ

Маъруза машғулоти

- 3.1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарини ташкил этиш ва давлат рўйхатидан ўтказиш тартиби
- 3.2. Кичик бизнес субъектларини банк, солиқ ва молия муассасаларидан рўйхатдан ўтказиш тартиби
- 3.3. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарига лицензия бериш тартиби
- 3.4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналари бошқарувининг ташкилий тузилмалари
- 3.5. Кичик бизнес ва тадбиркорликда раҳбарнинг бошқарув услуги

3.1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарини ташкил этиш ва давлат рўйхатидан ўтказиш тартиби

Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарини ташкил этиш бир неча босқичдан иборат. Ушбу босқичларнинг кетма-кетлиги 1-расмда акс эттирилган.

Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарини ташкил этиш тартиби

Таъсисчилар таркибини аниқлаш ва таъсис хужжатларини ишлаб чиқиш	Корхонани ташкил этиш ва унинг фаолияти ҳақида таъсисчилар томонидан шартнома тузиш	Корхона низомини тасдиқлаш ва баённомани расмийлаштириш	Банкда вақтинча ҳисоб рақамини очиш	Корхонани рўйхатдан ўтказиш
Давлат реестрига киритиш учун корхона ҳақидаги маълумотларни тайёрлаш	Корхона иштирокчилари омонатларини банкка тўла киритиш	Банкда доимий ҳисоб рақамини очиш	Корхонани туман солиқ инспекциясида рўйхатдан ўтказиш	Думалоқ муҳр ва бурчакли штамп тайёрлашга рухсатнома олиш ва уларни тайёрлаш

Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори

Тадбиркорлик субъектларига «ягона дарча» тамойили бўйича давлат хизматлари кўрсатиш тартибини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида

(Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2015 й., 40-сон, 516-модда)

Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Хусусий мулк, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ишончли ҳимоя қилишни таъминлаш, уларни жадал ривожлантириш йўлидаги тўсиқларни бартараф этиш чора-тадбирлари тўғрисида» 2015 йил 15 майдаги ПФ-4725-сонли [Фармонининг](#) ижросини таъминлаш ва тадбиркорлик тузилмаларига замонавий ахборот-коммуникация технологияларидан кенг фойдаланган ҳолда давлат хизматларини кўрсатиш сифати ҳамда улардан фойдаланиш имкониятларини тубдан ошириш ва шаффофлигини таъминлаш мақсадида:

1. Туман (шаҳар) ҳокимликлари ҳузуридаги тадбиркорлик субъектларини рўйхатдан ўтказиш инспекциялари негизида тадбиркорлик субъектларига «ягона дарча» (кейинги ўринларда «ягона дарча» марказлари) тамойили бўйича давлат хизматлари кўрсатиш ягона марказлари ташкил этилсин.

Бунда, вазирликлар, давлат қўмиталари, бошқа давлат органлари ва ташкилотларида мавжуд «ягона дарча» хизматларининг фаолияти 2016 йилнинг 1 январидан бошлаб тўхтатилади.

2. «Ягона дарча» марказларининг асосий вазифалари этиб қуйидагилар белгилансин:

«ягона дарча» тамойили бўйича давлат хизматларини кўрсатиш;

тадбиркорлик субъектларига рўйхатдан ўтказиш, рухсат бериш ва лицензиялаш тартиб-таомилларидан ўтишда шаффофликни таъминлаш;

тадбиркорларга давлат хизматларини кўрсатишда бюрократик ғов-тўсиқларга йўл қўймасдан давлат хизматлари кўрсатаётган давлат органлари ва бошқа ташкилотлар билан яқин ҳамкорлик ўрнатиш;

аризачиларга информацион ёрдам кўрсатиш, шунингдек давлат хизматларини кўрсатиш тартиби ва муддатлари тўғрисида бепул консультация бериш.

3.2. Кичик бизнес субъектларини банк, солиқ ва молия муассасаларидан рўйхатдан ўтказиш тартиби

Банкда ҳисоб рақами очиш учун қуйидаги ҳужжатлар тақдим этилади:

- корхона раҳбарининг аризаси;

- ҳокимият тасдиқлаган таъсис ҳужжатлари;

- нотариус тасдиқлаган имзо намуналари;

- муҳр ва тамға билан тасдиқланган карточкалар;

- ҳокимиятнинг маҳаллий кенгаши корxonани давлат рўйхатидан ўтказилганлиги ҳақидаги қароридан кўчирма ёки нотариус тасдиқлаган маълумотнома;

- солиқ органидан рўйхатдан ўтганлиги ҳақидаги маълумотнома.

3.3. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарига лицензия бериш тартиби

Тадбиркорлик фаолиятининг айрим турлари билан шуғулланиш учун давлат томонидан вакил қилинган органлардан лицензия олгандан кейингина ижозат берилади.

Лицензия берувчи органлар

Лицензия берувчи органлар	Фаолият тури
Вазирлар Маҳкамаси	-ракета-космик мажмуи; -алоқа тизимлари; -қимматбаҳо металллар; -қимматбаҳо тошлар қазиб олиш; -қимматбаҳо тошлар ва металллардан заргарлик буюмлари яшаш; -ҳаво таранспорти ва бошқа фаолият турлари.
Адлия вазирлиги	-юридик шахсларнинг юридик фаолият билан шуғулланишга, масалан, адвокатлик маслаҳати, нотариал идора ва бошқалар.
Молия вазирлиги	-қимматли қоғозларни чиқариш; -лотерея ўйинларини ўтказиш ва бошқалар.
Марказий банк	-валюта қийматликлари билан операциялар ўтказиш; -тижорат банклари очиш ва бошқалар.

Ички ишлар вазирлиги	-овчилик ва спорт ўқотар қуроллари ва уларга ўқ-дорилар ишлаб чиқариш, тузатиш ва сотиш; -совуқ қуроллар ишлаб чиқариш ва сотиш; -таркибида наркотик моддалар бўлган экинларни экиш, қайта ишлаш ва сотиш; -наркотик моддалар тайёрлаш, сотиш ва бошқалар.
Соғлиқни сақлаш вазирлиги	-фармакологик препаратлар ишлаб чиқариш ва сотиш; -тиббий хизмат кўрсатиш; -парфюмерия ва косметика буюмлари, маиший кимё товарларини тайёрлаш ва бошқалар.
Халқ таълими, Олий ва ўрта махсус таълим вазирликлари	-соғломлаштириш ва болалар, ўсмирлар ҳамда ёшлар лагерларини ташкил қилиш; -хусусий ўқув муассасаларини очиш ва бошқалар.
Ўзбекистон почта ва телекоммуни-кациялар агентлиги	Алоқа хизмати кўрсатиш.

3.4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналари бошқарувининг ташкилий тузилмалари

Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналари бошқаруви ташкилий тузилмаларининг қуйидаги турлари мавжуд.



3.5. Кичик бизнес ва тадбиркорликда раҳбарнинг бошқарув услуби

Раҳбарнинг бошқарув услуби деганда, бошқарув жараёнида келиб чиқадиган муаммоларини ҳал қилиш усуллари мажмуи тушунилади.

Кичик бизнес ва тадбиркорликда раҳбарликнинг қуйидаги бошқарув услубларидан фойдаланилади:

1. Хўжалик ишларидаги камчиликларга муросасиз бўлиш.
2. Жамоа ва унинг ҳар бир ходими тўғрисида қайғуриш.
3. Юқори маданиятли бошқарувнинг ташкил қилиш.
4. Раҳбарнинг янгиликни ҳис этиш қобилияти.

Кичик бизнес фаолиятини бошқаришнинг бир неча поғоналари мавжуд. Уларга икки поғонали, уч поғонали ва кўп поғонали бошқарувни мисол қилиб кўрсатиш мумкин. Кичик бизнес фаолиятини бошқаришда жаҳон амалиётидан олинган ва энг самаралиси ҳисобланган икки поғонали усул, яъни раҳбар-бажарувчи усулидан кенг фойдаланилади.

Бу усулнинг самараси унинг оддийлигида, бажарувчи ва раҳбар ўртасидаги муносабатларни тўғридан-тўғри боғланганлигидадир. Бу ерда назоратнинг юқори самарасига эришилади. Поғоналар сони ортиб борган сари бошқарув самараси камайиб боради.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1. Бошқарувнинг ташкилий структураси нима?
2. Бошқарув бўғини ва бошқичлари тўғрисида сўзланг.
3. Корхонада самарали бошқарув деганда нимани тушунасиз?
4. Чизиқли (поғонали) тузилманинг моҳияти нимада?
5. Чизиқли-штабли тузилма нима?
6. Функционал тузилманинг ўзига хос хусусияти нимада?
7. Дастурли-мақсадли тузилманинг моҳияти нимада?
8. Матрицали тузилма нима?
9. Бошқарув тузилмаларининг ўзаро фарқи нимада?
10. Раҳбарнинг бошқарув услуби деганда нимани тушунасиз?
11. Кичик бизнес ва тадбиркорликда раҳбарликнинг қандай бошқарув услубларидан фойдаланилади?

4-МАВЗУ. КИЧИК БИЗНЕС ВА ТАДБИРКОРЛИК СУБЪЕКТЛАРИДА МАРКЕТИНГ ФАОЛИЯТИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ

Маъруза машгулоту

4.1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетингнинг аҳамияти

4.2. Тадбиркорлик фаолиятида бозор сегментациясининг моҳияти ва ўзига хос хусусиятлари

4.3. Бозор имкониятларида бизнесдаги кучли томонларнинг мувофиқлиги

4.4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик тизимида реклама фаолиятини ташкил этиш.

4.5. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетинг тадқиқотларидан фойдаланиш

4.6. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолияти учун маркетинг дастурини ишлаб чиқиш

4.1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетингнинг аҳамияти

Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида қарор қабул қилиш ва уни ишлаб чиқишда кичик бизнес ва тадбиркорликнинг самарали воситаси ҳамда асоси бўлиб маркетинг ҳисобланади. Маркетинг элементларининг пайдо 17 асрнинг ўрталарига бориб тақалади. Бу давргача товарларни натурал айирбошлашни турли шакллари пайдо бўлади, кейинчалик маркетинг фаолиятини биринчи элементлари, яъни реклама, нарх, сотиш кабиларни ривожланиши кузатилди.

Маркетинг тушунчаси бозор соҳасини ҳар қандай фаолияти билан боғлиқдир, шу боис маркетинг сўзини таржимаси ва келиб чиқиши келтирилади (инг. Маркет – бозор, инг – фаол, фаолият, ҳаракат маъносини англатади).

Маркетинг бу нафақат фалсафа, фикрлаш тарзи ва иқтисодий тафаккур йўналиши, аммо айрим фирма, компания, тармоқ ва бутун иқтисодиёт бўйича амалиёт фаолияти ҳамдир.

Қуйида маркетингнинг асосий категориялари берилган.

Муҳтожлик – кишини бирон бир нарсани етишмаслигини ҳис этишидир.

Эҳтиёж – индивид шахснинг маданий даражасига асосан махсус шаклга муҳтожликдир.

Талаб – бу харид қувватига эга бўлган эҳтиёж.

Товар – бу эҳтиёжни ёки муҳтожликни қондира оладиган ҳамда бозорга эътиборни тортиш, сотиб олиш, ишлатиш ёки истеъмол қилиш мақсадида таклиф этилган барча нарсалардир.

Маркетинг қуйидагиларни ўргатади:

- бозорни ўрганишни;
- уни тақсимлашни;
- товарларни жойлаштиришни;
- маркетинг сиёсатини олиб боришни;
- товар сиёсатини;
- нарх сиёсатини;
- тақсимот сиёсатини;
- силжитиш (йўналтириш) сиёсатини;
- юксалиш, қўшимча хизматларни (Plus) - (бунга марка, сотишдан кейинги хизмат, кафолат ва техник ёрдам, етказиб бериш, ассортимент, шахсий истеъмол ва бошқаларни киритиш мумкин).

4.2. Тадбиркорлик фаолиятида бозор сегментациясининг моҳияти ва ўзига хос хусусиятлари

Бозорни сегментлаш орқали, хўжалик юритувчи субъект қуйидаги мақсадларни кўзлайди:

- истеъмолчиларни ҳошиш ва талабини максимал равишда ҳисобга олиш;
- товарни (хизматни) ва хўжалик юритувчи субъектни рақобатбардошлигини таъминлаш;

- хўжалик юритувчи субъектни ҳаражатларини оптималлаштириш;
- хўжалик юритувчи субъектни маркетинг стратегиясини самарадорлигини ошириш;
- рақобатчилардан холис бўлган сегментларга кетиш.

Сегментлашнинг асосий мақсади бозордаги хатти-ҳаракатларни ўрганиб, уларнинг образини (моделини) ва келажақдаги эҳтиёж талабларни тасаввур қилишдан иборат.

Макросегментлаш бозорларни ҳудудлар, мамлакатлар бўйича уларнинг sanoатлашувига қараб бўлишни кўзда тўтади.

Микросегментлаш эса бир мамлакат истеъмолчиларини янада батафсилроқ мезонлар бўйича гуруҳларга бўлади.

Бозор сегментациясининг тамойиллари қуйидагилардир:

- Географик тамойил;
- Психографик тамойил;
- Демографик тамойил;
- Хулқ-атвор тамойили;
- Холат тамойили.

Географик тамойил орқали бозорни жойлашуви, аҳолининг сони ва зичлиги, тижорат фаолиятининг тузилиши, регионни ривожлани динамикаси, инфляция даражаси, ҳуқуқий чеклашлар ҳисобга олинади.

Психографик тамойил натижасида ҳаёт тарзи, шахснинг типи, жамоат ҳолати каби ҳисобга олиниб, турмуш тарзи шахснинг ўз фаолиятида, қизиқишларида, катъиятида ва эътиқодларида ўз аксини топади. Шахснинг тури эса ҳаётдан мамнун, меланхолик, ўзгалардек иш курувчи, ўзбилармон ва бошқа ҳислатларда бўлиши мумкин.

Демографик тамойилларда оилани сони ва сифат таркиби, оиланинг ҳаётийлик цикли босқичи, даромадлилик даражаси, машғулот тури, маълумоти, миллати кабилар инobatга олинади ҳамда бозор сегментациясининг асосий тамойилларидан бири ҳисобланади.

Хулқ-атвор тамойили орқали харид қилишга йўл, фойдаланувчи мақоми, истеъмол жадаллиги, боғланиб қолиш даражаси, товар ҳақида маълумот бериш, товарга бўлган муносабати ҳисобга олинади.

4.3.Бозор имкониятларида бизнесдаги кучли томонларнинг мувофиқлиги

Бизнесда ҳар қандай ўсишнинг турли хил кўринишлари ва эҳтиёжлари хизмат рўйхати бўйича вақти-вақти билан ўз-ўзига танқидий баҳо бериш назаридан кўриб чиқирилиши, нима мақсадда амал қилаётганидан эгаллаб турган ҳолатини аудитдан ўтказиш керак. Шунга мувофиқ уларнинг:

- Strengths (кучли томонлари);
- Weakness (кучсиз томонлари);
- Opportunities (имкониятлари);
- Threads (хавф-хатарлари) бозорда эгаллаб турган жойи кўринишини айтиш мумкин

Пухта стратегияга эга бўлганлар барча мақсадлари, контекстлари ва бизнес сиёсатида барча элементларни SWOT билан уйғунлаштириш учун имконият излайдилар.

Бозордаги истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини тўлиқ тадқиқ қилиб бўлгандан кейин эса бозор муҳитидаги қуйидаги омилларни ривожлантириш орқали мақсадга эришиш мумкин:

- сотиш стратегияси;
- истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш режаси;
- тадбиркорлик фаолиятининг молиявий аҳволи режаси;
- маҳсулотларни ва хизматларни етказиб бериш режаси;
- тарғибот ва ташвиқот режаси;
- қадоқлашни тўғри амалга ошириш;
- бозорга кириб бориш режаси.

4.4.Кичик бизнес ва тадбиркорлик тизимида реклама фаолиятини ташкил этиш.

Реклама англиз тилидан олинган бўлиб “қичқирмоқ” маъносини англатади. Реклама фаолияти инсоният тарихида олди-берди жараёнларининг бошланиши билан таркиб топган десак нотўғри бўлмас.

Рекламанинг бозордаги сотув ва харидорлар ҳамда товар ва хизматлар бўйича кескин рақобатчилар билан алоқаси қуйидаги тушунчани шакллантиради. “Реклама-реклама берувчи томонидан тарқатилган маълумотларнинг ҳар хил матнларини, у фойдаланган таҳлил ёки бошқа воситалардан қатъий назар, шу жумладан, босма, нашр қилиш йўли билан, эфирга узатиш орқали истеъмолчиларни оммавий ўрганиш, фойдаланиш ёки етказиш мақсадида учинчи шахсларга нисбатан реклама берувчи тўғрисида унинг товарлари, уларнинг хусусият, ишлаб чиқариш шароитлари ва бошқа ҳолатлар тўғрисида, шу мақсадларнинг реклама берувчи, унинг товарларга бўлган қизиқишини шакллантиришга ёки ушлаб туришга хизмат қилувчи, бозорда уларнинг рақобатбардошлигини оширишга қаратилган ҳаракатдир.

Тадбиркорнинг реал молиявий имкониятлари ва реклама компаниялари ўтказиш тажрибаси режалаштирилаётган маркетинг мақсадларига эришиш учун унинг имидж рекламаси ва сиз эътибор берган товар рекламасини ушлаб туриш учун тавсия этилади.

Реклама воситаларининг танланиши, реклама мақсадларига тўғри келиши керак;

1. Рекламани фақат унинг самарадорлигини текширган ҳолда режалаштириш ва амалга ошириш лозим;
2. Реклама самарадорлигини сотишнинг ўсиши билан айниқса нархлар ўсиши ёки пасайиши, иқтисодий ҳолатнинг ўзгариши кузатилаётган шароитда ўлчаб бўлмайди;
3. Рекламани жойлаштириш мумкин қачонки потенциал миқдорларининг нимани кўриши, ўқиши ва қаерга боришини билсангиз;
4. Газета, радио, телевидения орқали тарқатилган бир марталик реклама самара бермайди;
5. Истеъмолчиларнинг кимлигини билмай реклама қилиш – пулни нотўғри ва мақсадсиз совуришдир.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш учун рекламанинг қуйидаги турларидан фойдаланиш мумкин:

- кўрғазма рекламалари;
- матбуотдаги реклама;
- босма рекламалар;
- плакат-графика рекламалари;
- кино рекламалари;
- радио рекламалари;
- ёритиш рекламалари.

4.5. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетинг тадқиқотларидан фойдаланиш

Маркетинг тадқиқотларининг асосий мақсади, унинг вужудга келиш, шаклланиш ва ривожланишнинг объектив сабаблари, зарурати билан белгиланди, ҳамда унинг мақсади ниҳоятда кенг ва мураккаб масалаларни ҳал қилишга қаратилгандир. У ишлаб чиқаришни харидор эҳтиёжига мослаштириб, талаб ва таклифни мувозанатига эришган ҳолда, уни ташкил этган корхона, ташкилотларга юқори фойда келтиришдир. Бунга эришиш учун маркетинг қуйидаги муҳим вазифаларни ҳал этмоғи лозим:

- харидорлар (истеъмолчилар) эҳтиёжини ўрганиш;
- товарларга бўлган ички ва ташқи талабларни ўрганиш;
- корхонанинг фаолиятини харидорлар эҳтиёжига мослаштириш;
- талаб ва таклиф тўғрисидаги олинган маълумотлар асосида бозорни ўрганиш;

- товарлар рекламасини ташкил этиш, харидорларни товарларни сотиб олишга қизиқишини ошириш;
 - товар яратувчи ёки уни сотувчи корхона тадқиқотларини амалга ошириш учун маълумотлар туплаш ва таҳлил қилиш;
 - товарни бозорга чиқаришдаги барча хизматлар тўғрисида маълумотлар олиш;
 - тулдирувчи товарлар ва урнини босувчи товарлар тўғрисида ахборотлар йиғиш;
- товарларга бўлган талабни истиқболлаш, уларни амалга оширишни назорат қилишдан иборатдир.

4.6. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолияти учун маркетинг дастурини ишлаб чиқиш

Маркетинг дастурларини ишлаб чиқишда мақсадли ёндашиш услубига асосан корхонанинг мўлжалланган мақсадига эришиш ва уни бажарилишини назорат қилиш ресурслари ва тадбирлари тизими шакллантирилади.

Корхона (фирма)нинг маркетинг дастури (бизнес режаси) таркиби қуйидагичадир:

1. Корхонанинг имкониятлари таҳлили (ҳолатли таҳлил).

Фаолияти, шарт-шароитлари ресурслари, самарали натижага эришиш йўналишлари. Корхонанинг ички ва ташқи муҳитларини солиштириш.

2. Ривожланиш мақсадларини аниқлаш. (Маркетинг синтези).

Ишлаб чиқариш ва ижтимоий ривожланишнинг устувор мақсадлари ва бозорда фойдага эришиш йўллари аниқлаш.

3. Стратегияни ишлаб чиқиш.

Корхонанинг моддий, меҳнат ва молия ресурсларидан самарали фойдаланишни кўзлаган узоқ муддатли мақсадни аниқлаш (бозор сегментларини, маркетинг воситасини, бозорга кириш вақтини ва бошқаларни танлаш).

4. Режани ишлаб чиқиш.

Ишлаб чиқариш, молия, баҳо, кадрлар, реклама, сотиш ва бошқаларни амалга ошириш харажатлари ва натижаларини режалаштириш тизими.

5. Назорат қилиш.

Стратегик назорат (танланган тамойилни аниқ бозор ҳолатига тўғри келиш). Йиллик назорат (режадаги тадбирлар ва харажатларнинг бажарилиши), фойда олиш даражаси назорати.

Назорат ва мулоҳаза учун саволлар:

1. Маркетинг тушунчасини мазмуни нимадан иборат?
2. Маркетинг тушунчасини тадбиркорлик тушунчаси билан боғлиқлиги ва фарқи нимадан иборат?
3. Маркетингни мақсади нимадан иборат?
4. Маркетингни мақсади нимада?
5. Бозорни сегментлаш деганда нимани тушунасиз?
6. Бозорни сегментлашни қандай турларини биласиз?
7. Мақсадли сегментни танлаш деганда нимани тушунасиз?
8. Маркетинг тадқиқотлари қандай ташкил этилади?
9. Маркетинг тадқиқотларининг қандай турларини биласиз?
10. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетинг дастурини ишлаб чиқиш кетма-кетлиги нимадан иборат?

5-МАВЗУ. КИЧИК БИЗНЕС ВА ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИ РЕЖАЛАШТИРИШ

Маъруза машғулот

5.1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштиришнинг мақсади ва вазифлари

5.2. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришда бизнес режанинг ахамияти.

5.3. Бизнес режанинг асосий бўлимлари ва уларнинг тавсифлари

5.4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини таҳлил қилишнинг мақсади ва вазифалари.

5.5. Кичик корхоналар фаолиятини иқтисодий таҳлил қилиш асослари

5.6. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари фаолияти самарадорлиги таҳлили

5.1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштиришнинг мақсади ва вазифалари

Техник-иқтисодий асослаш. Ишлаб чиқариш фаолияти билан боғлиқ корхонани ташкил қилишда корхонанинг техник-иқтисодий асосланишини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқдир. Техник-иқтисодий асослашга қуйидагиларни киритиш лозим:

1. Ишлаб чиқаришга мўлжалланган товарларга бўлган талабни таҳлил қилиш.
2. Ишлаб чиқариш кўрсаткичлари:
 - а) талаб қилинувчи конструкторлик, технологик ва бошқа ҳужжатларнинг мавжудлиги;
 - б) ишлаб чиқариш дастури;
 - в) дастурни бажариш зарур бўладиган машина, асбоб-ускуна ва жиҳозларнинг мавжудлиги;
 - г) ишлаб чиқариш қувватлари мавжудлиги ёки уларнинг лойихаси;
 - д) асосий ишлаб чиқариш фондларининг мавжудлиги;
 - е) айрим турдаги маҳсулот ёки хизматларнинг самарадорлиги;
 - ё) амортизация тўловларининг миқдори.
3. Молиявий кўрсаткичлар:
 - а) маҳсулот сотишдан ёки хизмат кўрсатишдан олинishi мўлжалланган даромад;
 - б) моддий ва унга тенглаштирилган бошқа сарф-харажатлар;
 - в) бюджетга ўтказиладиган тўловлар;
 - г) соф даромад;
 - д) иш ҳақи жамғармаси;
 - г) ташкил этилаётган бошқа жамғармалар миқдори.
4. Ижтимоий кўрсаткичлар:
 - а) ишчиларнинг тахминий сони;
 - б) кутилаётган иш ҳақи миқдори;
 - в) бир ишчига тўғри келаётган сотиш миқдори;
 - г) ногиронлар ва пенсионерлар меҳнатидан фойдаланиш имконияти.

5.2. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришда бизнес режанинг ахамияти

Бизнес-режанинг мазмуни. Корхона фаолиятини муваффақиятли олиб боришда бизнес-режа муҳим рол ўйнайди. Бизнес-режанинг тузилиши ва мазмуни қатиян чегараланмаган. Бизнеснинг фикримизча, етти бўлимдан иборат бизнес-режа энг мақбулдир.

Бизнеснинг таърифи. Фирманинг миқдорий кўрсаткичларини, ташкилий-ҳуқуқий шаклини, жойини, манзилини, ишловчилар сонини кўрсатиш лозим. Ишлаб чиқарилмоқчи ёки

базарилмоқчи бўлган товар ва хизматларни, корхонанинг қисқача тарихини, истиқболини, маркетинг ҳудудини, истеъмолчи ва таъминотчиларни кўрсатиш лозим.

Бошқарув. Ҳар бир мулк эгалари ва корхонанинг бошқа бошқарувчиларининг маълумоти, тажрибаси ҳақидаги маълумотни ўз ичига олади.

Корхонанинг молиявий истиқболи ва кўрсаткичлари. Агар корхона янги ташкил этилган бўлса, унда корхона эгасининг шахсий капиталини кўрсатиш, режали баланс тузиш, истиқболини баҳолаш келтирилиши лозим. Шу билан бирга кутилмаган сарф-ҳаражатлар учун муайян маблағларни ажратиб қўйиш керак. Агар корхона жамоаси ҳаракатда бўлса, унда охириги икки-уч йил ичидаги даромад ва зарарлар ҳақида балансли ҳисоботни ва бугунги ҳолати ҳақидаги маълумотни тақдим этиш лозим.

Кўрсатилган бешта бўлим учун 11 ёрдамчи шакл тузилади.

1-шакл. Заём олиш учун берилган аризонинг мақсади ва унинг асосланиши.

2-шакл. Шахсий молиявий декларация.

3-шакл. Корхонанинг батафсил таърифи.

4-шакл. Бозорнинг таҳлили.

5-шакл. Рақобатчилар.

6-шакл. Корхонанинг жойлаштирилиши.

7-шакл. Корхонанинг ишчилари.

8-шакл. Бошқарув.

9-шакл. Ташкил этилаётган ёки кенгайтирилаётган корхона учун молиявий маълумот.

10-шакл. Ҳаракатдаги корхонани сотиб олиш учун молиявий маълумот.

11-шакл. Раҳбар учун қисқача хулоса.

5.3. Бизнес режанинг асосий бўлимлари ва уларнинг тавсифлари

Биринчи бўлим. Бизнес-режада «Тадбиркорлик фаолиятининг мақсади ва вазифалари» марказий ўринни эгаллайди.

Тадбиркорлик бизнесининг асосий мақсади фойда олишдир. Режалаштирилаётган битимни амалга ошириш олдидан катта маблағ ишлатишни ва шу маблағ қанча фойда келтирилиши ҳисоб-китоб қилиб чиқиш лозим. Бунда ва умуман, бизнес-режа тузишда вақт омилини доимо ҳисобга олиш керак. Бошқача қилиб айтганда, келадиган фойда вақтга қараб қандай тақсимланади ва инфляцияга нисбатан унинг самарадорлиги қандай бўлишлигини ҳисоб-китоб қилиб чиқиш лозим.

Иккинчи бўлим. «Бизнес-режанинг умумий хулосаси, асосий параметрлари ва кўрсаткичлари» умумлаштирувчи хусусиятга эга бўлиб, бизнес-режанинг асосий ғоя ва мазмунининг қисқача кўринишидир. У режани ишлаб чиқиш жараёнида яратилиб, аниқланади ва бизнес-режани тузгандан кейин яқунланади.

Учинчи бўлим. «Тадбиркорнинг истеъмолчига тақдим қилаётган маҳсулот, товар ва хизматларнинг тавсифи» деб номланиб, унда қуйидагилар тақдим этилади: тадбиркор ишлаб чиқарган маҳсулотнинг кўрсаткичлари ёки унинг тавсифи: таърифи, модели, сурати ва бошқалар; ишбилармон ишлаб чиқарган товар истеъмолчилари ва у қониқтирмоқчи бўлган истеъмоллар (ҳаридорнинг товарни сотиб олишга қодирлиги ҳақида башорат; товар сотиб олувчи ҳудуд, аҳоли гуруҳи, ташкилотлар ҳақида маълумот; товарларни маълум вақт доирасида истеъмол қилиши ҳақида маълумот, товарга бўлган талабга таъсир етувчи омиллар); ишлаб чиқарилган товарнинг сотиш нархини башорат қилиш.

Тўртинчи бўлим. «Бозор конъюнктураси, талаб ва сотув ҳажми-нинг таҳлили» бўлимида талабни ўрганиш ва нархларни башорат қилишнинг давоми бўлиб, бу бўлимда ишлаб чиқаришнинг ҳажми ва товарнинг сотилишини вақт мобайнида белгилаб берилади.

Бешинчи бўлим. «Ҳаракат дастури ва ташкилий чора-тадбирлар» бўлиб, бу бўлимнинг мазмуни аксарият ҳолларда тадбиркорлик турига (ишлаб чиқариш, тижорат, молия) боғлиқ. Ишбилармонлик ҳаракат дастури қуйидагиларни ўз ичига олади: а) маркетинг ҳаракатлари (реклама, сотиш бозорини аниқлаш, истеъмолчилар билан алоқа боғлаш, уларнинг талабини ҳисобга олиш); б) маҳсулотни ишлаб чиқариш; в) товарларни сотиб

олиш, сақлаш, ташиш, сотиш (асосан, тижорат тадбиркорлигига оид); г) товарни сотиш жараёнида ва сотгандан кейин харидорга хизмат кўрсатиш.

Олтинчи бўлим. «Битимнинг ресурсли таъминоти». Бу бўлимда тадбиркорлик лойиҳасини амалга ошириш учун керак бўлган ресурслар тури ва ҳажми, ресурсларни олиш манбаи ва услуби ҳақида маълумотлар берилади.

Еттинчи бўлим. «Битимнинг самарадорлиги». Бу бўлим бизнес-режанинг яқунловчи қисми бўлиб, унда тадбиркорлик фаолияти самарадорлигининг умумий тафсилоти берилади. Самарадорликнинг умумий кўрсаткичлари орасида фойда ва рентабеллик кўрсаткичлари устувор мавқега эга.

Соф жорий қиймат баъзида иқтисодий интеграл самара деб ҳам аталади. Лойиҳани амалга ошириш вақтида маҳсулот сотишдан олинган умумий даромаддан шу вақт даврида кетган барча сарф-ҳаражатлар айирмасига соф жорий қиймат дейилади.

Рентабеллик фойданинг капитал қўйилмаларга ёки акционер капиталига нисбати шаклида аниқланади. Тадбиркорлик лойиҳасини амалга оширишда рентабеллик ҳар бир йилга ҳисоблаб чиқилади. Бу ерда солиқлар ҳисобга олинади.

5.4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини таҳлил қилишнинг мақсади ва вазифалари.

Ҳар бир корхона маҳсулот ишлаб чиқариш жараёни билан боғлиқ ҳаражатларни амалга оширади. Маҳсулот ишлаб чиқариш жараёнида сарф қилинган моддий ресурслар (асосий воситалар эскириши, хом-ашё ва материаллар, ёнилғи-мойлаш материаллари, эҳтиёт қисмлар ва бошқа) ва жонли меҳнат сарфи ишлаб чиқариш ҳаражатларини ташкил қилади.

Корхонанинг ишлаб чиқариш, сотиш ва бошқа фаолияти натижасида юзага келадиган ҳаражатларини қуйидагича туркумлаш мумкин:

1. Ишлаб чиқариш жараёнидаги иштирокига кўра:
 - ишлаб чиқариш ҳаражатлари;
 - ноишлаб чиқариш ҳаражатлари.
2. Ишлаб чиқаришда сарф этиладиган ресурслар манбаига кўра:
 - ички ҳаражатлар;
 - ташқи ҳаражатлар.
3. Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмининг ўзгаришига нисбатаи:
 - доимий ҳаражатлар;
 - ўзгарувчан ҳаражатлар.
4. Маҳсулот таннархига олиб борилиши жиҳатидан:
 - бевосита ҳаражатлар;
 - билвосита ҳаражатлар.
5. Корхонанинг умумий ишлаб чиқариш, молиявий ва бошқа фаолияти натижасида юзага келадиган:
 - маҳсулот таннархига киритиладиган ҳаражатлар;
 - давр ҳаражатлари;
 - молиявий фаолият бўйича ҳаражатлар;
 - фавқулодда зарарлар.

Ишлаб чиқариш ҳаражатлари бевосита ишлаб чиқариш жараёни амалга ошириш билан боғлиқ қуйидаги ҳаражатлардан ташкил топади:

- бевосита моддий материал ҳаражатлари;
- бевосита меҳнатга ҳақ тўлаш ҳаражатлари;
- ишлаб чиқаришга тааллуқли устама ҳаражатлар.

Бевосита маҳсулот ишлаб чиқариш жараёни билан боғлиқ бўлмаган ҳаражат турлари ноишлаб чиқариш ҳаражатлари деб юритилади.

5.5. Кичик корхоналар фаолиятини иқтисодий таҳлил қилиш асослари

Бозор иқтисодиёти шароитида корхона ва ташкилотлар фаолият юритишларини маблағ билан таъминлаш иқтисодий муаммолардан бири бўлиб, катта таваккалчиликни талаб этади. Сарфланган маблағларни қайтариш, қоплаш муддати қанчалик узоқ бўлса, бу хавф даражаси

хам шунчалик ошиб боради. Чунки, бу муддат ичида бозор конъюнктураси ҳам, нарх-наволар ҳам, иш ҳақи тўловлари ҳам зимдан ошиб боради.

Мисол тариқасида, «Жаҳонгир» кичик корхонасининг маблағ билан таъминланиш ва уни ўзлаштириш тартибини кўриб чиқамиз. Корхона ихтиёрида ўзлаштириш учун 120 минг сўмлик хом ашё ресурслари ва тайёр маҳсулотлар мавжуд. Мазкур ресурслардан фойдаланиш натижасида корхона 35 минг сўм даромад олишни кўзда тутмоқда. Шу аснода корхона ривожланиш фондидан ажратилган пуллар ва банкдан олинган кредитларни 4 йилдан кечиктирмасдан қайтариши режалаш-тирилган. Хўш, ушбу лойиҳа талабни қондира оладими?

Бунинг учун қуйидаги ҳисоб-китобларни амалга оширамиз.

Корхона харажатларини қоплаш муддати қуйидаги формула орқали ҳисобланади:

$$\text{Харажатларни қоплаш муддати} = \frac{\text{Бошланғич инвестициялар}}{\text{Ҳар йилги пул даромадлари}} = \frac{120000}{35000} = 3,4\text{йил} \quad (1)$$

5.6. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари фаолияти самарадорлиги таҳлили

Пулларнинг ёки сарфланган маблағларнинг бугунги ва кечаги қийматлари ўртасидаги фарқни ҳисобга олиш учун инвестицияларнинг қопланиши ҳисоб-китоб қилинаётганда келгусидаги даромадлар дисконтлаш коэффициентларига кўпайтирилади. Дисконт коэффициентлари қуйидаги формула орқали ҳисобланади:

$$K_d = 1 / 1 + K * T ; \quad (2)$$

бу ерда, K_d – дисконт коэффициенти ёки пул қийматининг ўзгариш суръати (одатда, банк кредитлари бўйича ўртача фоиз даражасида қўлланилади);

K – фоиз ставкаси, %;

T – инвестиция ажратилгандан бошлаб ўтган вақт, йил;

Мавжуд барча инвестициялаш вариантларини инвестицияларнинг фойдалилик даражаларини аниқлаш орқали ўрганиб чиқиш тавсия этилади. Фойдалилик кўрсаткичи сифатида фойдалилик коэффициенти деб аталувчи катталиқдан фойдаланиш мумкин. У қуйидаги формула ёрдамида ҳисобланади:

$$\text{Фойдалилик коэффициенти} = \frac{\text{Кўзда тутилган даромадлар суммаси}}{\text{Кўзда тутилмаган харажатлар суммаси}} \quad (3)$$

Назорат ва мулоҳаза учун саволлар

1. Янги корхона ташкил қилиш қандай босқичлардан иборат?
2. Ташкил этилмоқчи бўлган шахсий корхоналарнинг қандай турларини биласиз?
3. Ташкил этилаётган корхонанинг техник-иқтисодий асосла-ниши (ТИА) нималардан иборат?
4. Бизнес-режа нима? Унинг мазмунини очиқ беринг.
5. Бизнес-режанинг тузилиши қандай, у қандай бўлимлардан иборат?
6. Ташкил этилмоқчи бўлган корхонанинг ишлаш ва бошқарув тизими нималардан иборат?
7. Корхонанинг бошқарув тамойиллари нималардан иборат?
8. Франчайзингнинг устуворлик ва камчиликлари нимада?
9. Фойдалилик коэффициенти қандай аниқланади?
10. Кичик корхоналар фаолиятини иқтисодий таҳлил қилишни изохлаб беринг.

6-МАВЗУ. КИЧИК БИЗНЕС ВА ТАДБИРКОРЛИК СУБЪЕКТЛАРИГА ХИЗМАТ КЎРСАТУВЧИ БОЗОР ИНФРАТУЗИЛМАЛАРИ

Маъруза машғулоту

6.1. Инфратузилма тушунчасининг моҳияти ва мазмуни

6.2. Кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришда банкларнинг роли

6.3. Инқирозга қарши чоралар дастурида белгиланган устувор вазифаларни амалга оширишда банк тизимининг тутган ўрни

6.4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларини солиққа тортиш, улардан олинадиган солиқ турлари ва солиқ имтиёзлари

6.5. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида аудит ва аудиторлик тафтишини ўтказиш

6.6. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ахборот билан таъминлашни ташкил этиш

6.1. Инфратузилма тушунчасининг моҳияти ва мазмуни

“Инфратузилма” сўзи лотин тилидан (infrastructure) таржима қилинганда “тузилмадан ташқарида” маъносини англатади. Иқтисодий нуқтаи назардан инфратузилма моҳиятига қуйидаги изоҳ кўпроқ мос келади: “инсон ҳаёти ва ижтимоий ишлаб чиқариш жараёнида фаолиятлар алмашинуви таъминловчи товарлар ва хизматлар яратишда ўзига хос меҳнат жараёнлари мажмуаси”.

Кейинги йилларда инфратузилма юксак суръатлар билан ривожланиб бормоқда. Буни бир қатор омиллар билан изоҳлаш мумкин. Хусусан, ишлаб чиқаришнинг ўсиш суръатлари инфратузилмалар ривожидан олдинда бормоқда ва бу иқтисодиётнинг ривожланишига ҳам ўз таъсирини ўтказмоқда.

Инфратузилма жуда кенг қармовли тушунча бўлиб, бу энг аввало ишлаб чиқариш жараёнига ҳар тарафлама хизмат кўрсатадиган хизмат тураларини яратиш билан боғлиқ.

Инфратузилма бўлинмалари ривожланиб боришидан кичик тадбиркорлик субъектлари катта манфаат кўради, негаки бундай бўлинмалар уларни ишлаб чиқаришга хизмат кўрсатиш билан боғлиқ бўлган ишлардан озод этиб, куч-ғайратини асосий фаолиятига қаратишга имкон яратади.

Бизнес-мактаб – тадбиркорларни, кичик корхоналарнинг раҳбарларини, кичик корхоналар учун мутахассисларни, ишсизларни, ўз ишини очмоқчи бўлган бошқа фуқароларни, кичик тадбиркорликнинг ривожланиши учун масъул бўлган хизматчиларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини оширишни амалга оширувчи тузилма.

Ўқув-амалий марказлари – кичик тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш ва бозор иқтисодиёти учун кадрлар тайёрлашнинг кенг миқёсли дастурини амалга оширувчи тузилма.

Бизнес-инкубаторлар – махсус танлаб олинган кичик корхоналарни ўз майдонларига жойлаштирувчи ва уларга маслаҳат, ўқитиш ва офис хизматларини кўрсатувчи тузилмалар.

Ижтимоий-амалий марказ – иш билан банд бўлмаган аҳоли ва ишсизлар ўртасида кичик тадбиркорликни ривожлантириш орқали янги иш ўринларини яратиш билан шуғулланувчи, одатда бандлик марказлари қошида ташкил этилувчи тузилма.

Технопарк – ўз худудида кичик инновацион корхоналарни яратиш ва ривожлантириш орқали илмий салоҳиятдан фойдаланиш ва ишлаб чиқилган технологияларни тижоратлаштириш мақсадида ташкил этилувчи тузилма.

Бизнес-марказ – тадбиркорлар ва бизнесменларга сервис хизматлари кўрсатувчи тузилма.

Консалтинг – бу ишлаб чиқаришга иш юзасидан хизмат кўрсатиш соҳасида ихтисослашган фирмаларнинг ўз миқозларига маслаҳат хизмати кўрсатиш ва техникавий лойиҳаларни экспертиза қилиш билан боғлиқ иқтисодий фаолият.

Аудиторлик компанияси – бу турли йўналишдаги фирмаларнинг бозор ва бизнес соҳасидаги имкониятларини аниқлаб берувчи молия-хўжалик фаолиятини ялпи тафтиши билан шуғулланувчи муассаса.

Суғурта компанияси – суғурталовчи ролида майдонга тушувчи, яъни суғурта ходисаси рўй берган чоғда суғурталанган шахснинг зарарларини қоплаш мажбуриятини ўзига олувчи ташкилот.

6.2. Кичик бизнес ва тadbirkorликни ривожлантиришда банкларнинг роли

Hozirda mamlakatimizda 26 ta tijorat banki faoliyat ko'rsatib, ulardan 3 tasi – davlat, 10 tasi – aksiyadorlik-tijorat, 8 tasi – xususiy va 5 tasi – chet el kapitali ishtirokidagi banklar hisoblanadi.

Jadval

O'zbekistonda tijorat banklari faoliyatining asosiy ko'rsatkichlari⁵

Ko'rsatkich	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Banklarning umumiy kapitali hajmi, trln. So'm	2,1	3,0	4,1	5,2	5,5	6,2	6,9	7,8
Tijorat banklarining jami aktivlari hajmi, trln. So'm	12,1	15,7	20,7	27,5	35,7	43,8	56,2	65,2
Tijorat banklari tomonidan berilgan kreditlar, trln. So'm	6,4	8,6	11,5	15,7	20,4	26,5	34,8	42,7
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashga ajratilgan kreditlar, trln. So'm	1,3	1,9	2,7	4,0	5,3	6,9	9,2	12,1
Tijorat banklar tomonidan muomalaga chiqarilgan plastik kartochkalar soni, mln. Dona	4,5	6,1	7,9	8,3	9,5	11,1	13,4	16,3
Savdo va xizmat ko'rsatish obyektlariga o'rnatilgan terminallar soni, ming dona	24,9	60,6	85,7	99,7	112,7	130,0	159,0	183,1

6.3. Инқирозга қарши чоралар дастурида белгиланган устувор вазифаларни амалга оширишда банк тизимининг тутган ўрни

Барча соҳаларда бўлгани каби молия бозорида, шу жумладан, банк секторида ўтказилаётган ислохотлар натижасида сезиларли силжишлар ва ўзгаришлар амалга оширилмоқда. Бу ўзгаришлар мустақиллик йилларида жаҳон андозаларига мос келадиган банк тизимини босқичма-босқич барпо этиш билан ҳамоҳанг тарзда давом эттирилмоқда.

Ҳар қандай мамлакат иқтисодиётининг таянадиган асосий устунларидан бири бўлиб молиявий жиҳатдан мустаҳкам ва барқарор фаолият кўрсатувчи банк тизими ҳисобланади. Шунинг учун мустақил давлатнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражаси ва келажакдаги тараққиёти аввало мазкур мамлакатда барпо этилган ва мунтазам равишда такомиллаштирилиб бориладиган банк тизимининг фаолиятига боғлиқдир.

Банкларнинг ўзига хос хусусияти шундаки, улар ўз маблағлари билангина эмас, балки омонатчилар ва кредиторлар, акциядорлар ҳамда миждозлар уларга ишониб топширган маблағлар билан, яъни кенг жамоатчилик билан иш кўради.

Бозор иқтисодиёти шароитида банк тизими энг зарур жамоатчилик муассасалари тизимларидан бири экан, ҳар қандай банкнинг муваффақиятсизлиги бутун жамият миқёсида пул таклифи қисқариши, тўлов тизими бузилиши ҳамда ҳукумат йирик ва кутилмаган

⁵ www.cbu.uz ма'lumotlari asosida mualliflar tomonidan tayyorlandi.

мажбуриятларининг вужудга келиши каби салбий макроиктисодий оқибатларга олиб келиши мумкин.

Ўзбекистон Республикасининг ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиётига ўтиш жараёни кўпгина муҳим иқтисодий ислохотларнинг таркибий қисми сифатида банк тизимида ҳам чуқур ўзгаришларни амалга оширилишини ва иқтисодиётни пул-кредит воситалари орқали тартибга солишнинг бир бутун механизмини яратилишини тақозо этмоқда.

Президентимиз томонидан белгилаб берилган 2009 йилда мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг энг муҳим устувор вазифаларини амалга ошириш юзасидан кўрилган чора-тадбирлар натижасида иқтисодиётни барқарор, мувозанатли ва изчил ривожлантиришнинг белгиланган прогнозларига эришилди ҳамда макроиктисодий кўрсаткичларнинг мутаносиблиги таъминланди. Марказий банк томонидан амалга оширилган катъий пул-кредит сиёсати макроиктисодий барқарорликни мустаҳкамлашга қаратилди.

Хукумат томонидан Инқирозга қарши комплекс чора-тадбирлар дастури республика банк-кредит тизимида инқироз таъсирини юмшатиш ва бартараф этишда муҳим аҳамиятга эга бўлди.

Жаҳоннинг кўплаб мамлакатларини қамраб олган молиявий инқироз кўлами кенгаётганига қарамай, Ўзбекистон банк тизими ишончилиги ва барқарор ривожланаётгани, хорижий молиялаштириш манбаларига қарам эмаслиги ва ташқи инқироз ҳолатларининг салбий таъсирига берилмаслик хусусиятлари билан ажралиб турди.

Иқтисодий ривожланишнинг ўсиши банк кредитининг қўлланилиш кўламини кенгайтириб боради. Кредит фақатгина ҳар кунлик фаолият билан боғлиқ ишлаб чиқариш ва муомала жараёнининг қисқа муддатли эҳтиёжлари учун эмас, балки узоқ муддатга капиталга бўлган эҳтиёжни қоплашга йўналтирилади.

Банк кредитининг манбаи фақат вақтинча бўш маблағлар ва капитал бўлиб қолмасдан, кредит асосида чек-депозит эмиссияси ҳам амалга оширилади. Банк томонидан бериладиган кредит миқдори мавжуд жамғармалардан кўп бўлса, банк чек-депозит эмиссиясини амалга ошириши мумкин.

Банк тизимининг муомалага кредит пулларини чиқариши депозитлар яратиш йўли билан тўлақонли пуллар ўрнини босувчи кредит воситаларини вужудга келтиради.

Республика банк тизимини автоматлаштириш ва компьютерлаштиришга қаратилган чора-тадбирлар натижасида нафақат банкнинг ички эҳтиёжлари учун фойдаланиладиган ахборот тизими ва локал дастурлар мажмуи, балки иқтисодиётнинг молиявий фаолиятини таъминловчи яхлит миллий тўлов тизими яратилди.

6.4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларини солиққа тортиш, улардан олинадиган солиқ турлари ва солиқ имтиёзлари

Солиқлар – бу бюджетга тушадиган пул ва қонун билан белгиланган мажбурий муносабатлардир. Бу муносабатлар солиқ тўловчилар (юримдик ва жисмоний шахслар) билан давлат ўртасидаги муносабатларни ифода этади.

Солиқлар, энг аввало, давлатнинг вазифаларини молиявий маблағлар билан таъминлаш зарурлигидан келиб чиқади.

Ўзбекистон Республикаси ҳудудида қуйидаги солиқлар ва йиғимлар амал қилади:

- умумдавлат солиқлари;
- маҳаллий солиқлар ва йиғимлар.

Умумдавлат солиқларга қуйидагилар қиради:

- юримдик шахслардан олинадиган даромад (фойда) солиғи;
- жисмоний шахслардан олинадиган даромад солиғи;
- қўшилган қиймат солиғи;
- акциз солиғи;
- ер ости бойликларидан фойдаланганлик учун солиқ;
- сув ресурсларидан фойдаланганлик учун солиқ.

Маҳаллий солиқлар ва йиғимларга қуйидагилар қиради:

- мол-мулк солиғи;
- ер солиғи;
- автотранспорт воситаларини олиб сотганлик учун солиқ;
- савдо-сотик қилиш ҳуқуқи учун йиғим, шу жумладан, айрим турлардаги товарларни сотиш ҳуқуқини берувчи лицензия йиғимлари;
- юридик шахсларни, шунингдек, тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи жисмоний шахсларни рўйхатга олганлик учун йиғим;
- автотранспорт тўхташ жойидан фойдаланганлик учун йиғим;
- ободончилик ишлари учун йиғим;
- ижтимоий инфратузилмани ривожлантириш учун йиғим;
- ва бошқа маҳаллий аҳамиятга эга бўлган йиғимлар.

Маҳаллий солиқлар ва йиғимлар маҳаллий бюджетга ўтказилади.

Солиқ нимага олинса, ўша нарса солиқ объекти бўлади. Солиқ объекти 3 гуруҳга бўлинади: оборот, даромад ва мулк.

Солиқ объектининг ҳар бир солиқ бирлиги учун давлат томони-дан белгилаб қўйилган меъёри солиқ ставкаси деб юритилади. Бу ставка қатъий суммаларда ёки фоизларда объектга нисбатан қўл-ланилади.

Солиқ ставкалари пропорционал, прогрессив ва регрессив кўринишларда бўлиши мумкин.

Акциз – бу баъзи истеъмол товарлари қийматига устама қўйиладиган эгри солиқдир. Эгри солиқ деб аталишининг сабаби – унинг бюджетга тўловчилари акциз ости товарларини ишлаб чиқариб сотувчилардир. Аммо, солиқни ҳақиқий тўловчилари маҳсулолт етказувчилардан товарларни сотиб олувчилар, яъни истеъмолчи-лардир. Шунинг учун бу солиқ баъзи мамлакатларда истеъмол солиғи деб ҳам аталади.

6.5. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида аудит ва аудиторлик тафтишини ўтказиш

Ўзбекистонда аудит Ўзбекистон Республикаси «Аудиторлик фаолияти тўғрисида»ги Қонуни асосида амалга оширилади. **Аудит** – хўжалик юритувчи субъектларни мустақил экспертиза ва молиявий ҳисоботини таҳлил етувчи ташкилотдир. Буни шунга вакил қилинган шахслар – аудиторлар (аудиторлик фирмалари) бажаради.

Аудитнинг асосий мақсади – молиявий ва хўжалик операцияларининг тўғрилигини ва уларнинг Ўзбекистон Республикаси қонунчилигига ва бошқа меъёрий ҳужжатларига нечоғлик мослигини аниқлашдан, буларнинг тўла-туқислиги, аниқ-равшанлиги, бухгалтерия ҳисоби ёки бошқа молиявий ҳисоб юритишга қўлланилаётган талабларга нечоғлик монандлигини аниқлашдан иборатдир. Аудит таркибига яна консалтинг, яъни мижоз билан шартнома тузиб, хизматлар кўрсатиш ҳам киради.

Аудиторлик фаолияти хўжалик юритувчи субъектларнинг фао-лияти устидан маҳсус ваколат олган давлат идораларининг назорати ўрнини босмайди.

Аудитнинг асосий «ҳаракатланувчи шахси» аудитор ва ауди-торлик фирмасидир. Аудитор белгиланган тартибда аудиторлик фао-лияти билан шуғулланиш ҳуқуқини олган ҳамда аудиторлик касби рўйхатига киритилган мутахассисдир. Аудиторлик фирмаси – юридик ва жисмоний шахс томонидан тузилиб, белгиланган тартибда рўйхатдан ўтгач, уставига кўра аудиторлик хизмати кўрсатиш билан шуғулланадиган ташкилот.

Қуйидагиларга аудиторлик текширувини ўтказиш тақиқланади:

- текширилаётган хўжалик юритувчи субъектнинг раҳбарлари ва бошқа мансабдор шахслари билан яқин қариндош бўлган шахсга;
- текширилаётган хўжалик юритувчи субъектда шахсий-мулкый манфаатлари бўлган шахсга;
- хўжалик юритувчи субъектнинг раҳбарларига, муассасаларига ёки мулкдорларига;
- текширилаётган хўжалик юритувчи субъект ёки унинг филиал-лари ходимиغا;
- давлат ҳокимияти ва бошқаруви идораларининг мансабдор шахсларига;
- кредиторлар, инвесторлар ва бошқа манфаатдор шахсларга.

Аудиторлар ва аудиторлик фирмалари давлат рўйхатидан ўтиб, лицензия олганларидан кейин фаолият бошлайди.

Аудиторлар ва аудиторлик фирмалари қонунда белгилаб қўйилган тартибда Ўзбекистон Республикасининг Адлия Вазирлигида Давлат рўйхатидан ўтади.

Аудиторлик фаолияти билан шуғулланиш ҳуқуқи учун лицензия давлат рўйхатидан ўтгандан кейин берилади. Уларни бериш тартибини Ўзбекистон Республикасининг Вазирлар Маҳкамаси белгилайди.

6.6. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ахборот билан таъминлашни ташкил этиш

Ахборотлар яна ички ва ташқи, дастурий ва меъёрий ахборотларга бўлинади.

Ички ахборот кичик корхона ёки савдо ташкилоти ички материалларидан иборат бўлади ҳамда корхона фаолиятини, унинг техник иқтисодий кўрсаткичларини моддий ва меҳнат харажатлари ҳажмини, нақд пул ҳаракатини, дебиторлик ва кредиторлик қарзлари ҳақидаги маълумотларни ўзида акс эттиради.

Ташқи ахборотлар маҳсулот ишлаб чиқарувчилар ва истеъ-молчиларни, ҳокимият идоралари, банклар, рақобатчилар ва бошқа ташкилотлар билан бўладиган алоқаларни ифодалайди. У товарларни сотиш ва ҳарид қилиш шартлари ҳақидаги ташқи муҳит хабарларидан иборат бўлади.

Фойдаланиш вақти бўйича ахборотлар оператив, даврий ва узоқ муддатли, ўзгариш даражаси бўйича бирламчи ва иккиламчи ахборотга бўлинади.

Тадбиркорликда иқтисодий ахборотлар етакчи рол ўйнайди, чунки улар товар ишлаб чиқариш, моддий бойликларни тақсимлаш, айирбошлаш ва истеъ-мол қилиш жараёнидаги муносабатларни акс эттиради.

Кичик корхоналар учун илмий-техник ахборотларнинг роли ҳам муҳим, улар ишлаб чиқаришни илмий-техник тараққиёт асосида ривожланишни акс эттиради.

Доимийлик даражаси бўйича ахборотлар ахборотлар доимий, шартли-доимий ва ўзгарувчан бўлади. Доимий ахборот ўз маъносини узоқ вақт давомида ўзгартирмайди (шаҳарлар, корхоналар, савдо ташкилотлари номлари, товарлар турлари ва бошқалар ҳақидаги ахборотлар).

Шартли-доимий ахборотлар маълум вақт давомида ўз маъносини сақлаб туради. Унга маҳсулот тайёрлаш учун техник шартлар, меъёрлар, тариф миқдорлари, лавозим, иш ҳақи ва ҳоказолар киради.

Ўзгарувчан ахборотлар ҳарид қилиш ва сотишнинг ўсишини акс эттиради. Улар қарор қабул қилиш учун доимо тезлик билан қайта ишлашни талаб қилади, акс ҳолда, уларни олишдан маъно қолмайди.

Ҳар қандай ахборот ҳужжатларда акс эттирилади. **Ҳужжат** – бу ахборот тарқатувчи воситадир.

Нафақат ишбилармонлар, балки бу ҳужжатларни ўқувчи, улардан фойдаланувчи, уларни қайта ишловчи ва сақловчи одамларнинг меҳ-нат харажатлари ҳужжатнинг шаклларига боғлиқ. Бизнесда кераксиз ҳужжатларнинг бўлиши мумкин эмас.

Ахборотлар оқими муваффақиятли бизнес учун керакли алоқа-ларни таъминлайди. Бундай алоқалар товар ишлаб чиқарувчилар ва уларнинг истеъ-молчилари, маҳсулотларни сотувчилар ва харидорлар, турли муассасалар ўртасида зарурдир.

Ахборот алмашиш кичик бизнес фаолияти ва хусусий тадбиркорликнинг энг мураккаб муаммоларидан биридир.

Тадқиқотчилар тадқиқотнинг дастлабки босқичида муаммони аниқ белгилашлари ва тадқиқот мақсадини белгилаб олишлари керак. Ахборотларни йиғиш анча оғир ва маъсулиятли ишдир. Муаммони мужмал ёки нотўғри белгилаш ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлмаган харажатларга олиб келади. Аниқ қўйилган мақсад муаммони ҳал қилишнинг асосидир.

Тадқиқотнинг кейинги босқичида буюртмачини қизиқтираётган ахборот турини ва уни энг самарали йиғиш йўлини аниқлаш зарур. Тадқиқотчи иккиламчи ёки бирламчи ахборотларни ёки иккаласини бир вақтда йиғиши мумкин.

Иккиламчи ахборот – бу аввал бошқа мақсадлар учун йиғилган мавжуд ахборотдир.

Қуйидагилар иккиламчи ахборот манбаларини ташкил этади:

- корхоналарнинг ҳисоботлари;
- бўлғуси тадқиқотлар ҳақидаги ҳисоботлар;
- давлат муассасаларининг нашрлари;
- корхона, муассасаларнинг баланс ҳисоботлари;
- статистик маълумотномалар;
- биржалар маълумотномалари;
- газета ва журналлар, радио, телевидение эшиттиришлари ва ҳ.к.

Иккиламчи ахборот тадқиқотнинг бошланғич нуқтаси бўлиб хизмат қилади. У арзон тушиши ва олинishi осонлиги билан ажралиб туради. Аммо тадқиқотчига керакли маълумотлар эскирган, ноаниқ, тўлиқсиз ёки ишончсиз ҳолда етиб келиши мумкин. Бу ҳолда тадқиқотчининг янада кўпроқ маблағлар ва вақт сарфлаши орқали бирламчи ахборот йиғишига тўғри келади.

Бирламчи ахборот – бу аниқ мақсад учун биринчи марта йиғи-ладиган ахборотдир.

Бирламчи ахборот йиғишнинг учта усули бор:

1. Кузатиш усули. 2. Тажриба усули. 3. Сўров усули.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1. Банкнинг пассив ва актив операцияларининг моҳияти нимада?
2. Банкда кредит бериш тартиди қандай ташкил этилган?
3. Банклар билан тадбиркорлар ўртасида бажариладиган опе-рацияларда ўзаро муносабатлар қандай ташкил этилади?
4. Банклар билан тадбиркорлар ўртасидаги валюта операциялари қандай бажарилади?
5. Тадбиркорлик фаолиятида солиқ солиш тартибини изоҳлаб беринг.
6. Солиқ солиш объекти ва базаси нима?
7. Солиқ ставкаларининг таркиби қандай тузилган?
8. Акциз солиғи нима? Унинг амал қилиш тартиби қандай?
9. Аудитнинг асосий мақсади нималардан иборат?
10. Аудиторларнинг ҳуқуқ ва бурчлари нималардан иборат?
11. Кичик бизнес фаолиятида ахборотнинг моҳияти ва аҳамияти нимада?
12. Бизнесда ахборот турлари ва уларнинг тўтган ўрни қандай?
13. Ахборот алмашинувининг асосий элементлари нималардан иборат?
14. Кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришда ахборотлар тизимидан қандай фойдаланадилар?

7-МАВЗУ. КИЧИК БИЗНЕС ВА ТАДБИРКОРЛИК СУБЪЕКТЛАРИДА ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ХАРАЖАТЛАРИ ВА МАҲСУЛОТ ТАННАРХИ ТАҲЛИЛИ

Маъруза машғулот

7.1.Ишлаб чиқариш харажатлари тўғрисида тушунча

7.2.Маҳсулот таннархига киритиладиган харажатлар

7.3.Маҳсулот таннархи киритилмайдиган харажатлар.

7.4.Молиявий фаолият бўйича харажатлар ва фавқулодда зарарлар

7.5. Маҳсулот таннархи ва уни ҳисоблаш усуллари.

7.6.Маҳсулот таннархини пасайтириш йўллари

7.1. Ишлаб чиқариш харажатлари тўғрисида тушунча

Ҳар бир корхона маҳсулот ишлаб чиқариш жараёни билан боғлиқ харажатларни амалга оширади.

Корхонанинг ишлаб чиқариш, сотиш ва бошқа фаолияти натижасида юзага келадиган харажатларини қуйидагича туркумлаш мумкин:

1. Ишлаб чиқариш жараёнидаги иштирокига кўра:

- ишлаб чиқариш харажатлари;
- ноишлаб чиқариш харажатлари.

2. Ишлаб чиқаришда сарф этиладиган ресурслар манбаига кўра:

- ички харажатлар;
- ташқи харажатлар.

3. Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмининг ўзгаришига нисбатан:

- доимий харажатлар;
- ўзгарувчан харажатлар.

4. Маҳсулот таннархига олиб борилиши жиҳатидан:

- бевосита харажатлар;
- билвосита харажатлар.

5. Корхонанинг умумий ишлаб чиқариш, молиявий ва бошқа фаолияти натижасида юзага келадиган:

- маҳсулот таннархига киритиладиган харажатлар;
- давр харажатлари;
- молиявий фаолият бўйича харажатлар;
- фавқулодда зарарлар.

Ишлаб чиқариш харажатлари бевосита ишлаб чиқариш жараёни амалга ошириш билан боғлиқ қуйидаги харажатлардан ташкил топади:

- бевосита моддий материал харажатлари;
- бевосита меҳнатга ҳақ тўлаш харажатлари;
- ишлаб чиқаришга тааллуқли устама харажатлар.

Бевосита маҳсулот ишлаб чиқариш жараёни билан боғлиқ бўлмаган

харажат турлари ноишлаб чиқариш харажатлари деб юритилади. Унинг таркибига:

- маҳсулотни сотиш билан боғлиқ харажатлар;
- бошқарув харажатлари;
- бошқа операцион харажатлар ва зарарлар;
- фавқулодда зарарлар киради.

Ишлаб чиқариш жараёнида фойдаланиладиган корхонанинг ўзига тегишли ресурслар сарфи (масалан, фермер хўжалигида асосий воситалар эскириши, хўжаликнинг ўзида ишлаб чиқарилган ем-хашак, органик ўғитлар, асосий подага ўтказилаётган ёш чорва моллари ва бошқалар) дархонанинг ички харажатларини, ташқи мол етказиб берувчилар ва бошқа субъектлардан сотиб олинган ресурслар учун тўловлар корхонанинг ташқи харажатларини ташкил қилади.

Қисқа муддатли даврада маҳсулот ҳажмининг ўсишига нисбатан доимий ва ўзгарувчи харажатлар фарқ қилади.

Доимий ҳаражатлар маҳсулот ҳажмининг ўзгаришига боғлиқ бўлмай, корxonанинг маълум бир вақт оралиғида сарфлаши қатъий белгилаб қўйилган ўзгармас ҳаражатларини ифода этади. Бунга асосий воситаларнинг амортизацияси, бошқарув ходимларининг иш хақи, суғурта тўловлари, телефон учун абонентлик тўлови ва ижара тўловларини мисол қилиб келтириш мумкин. Доимий ҳаражатларининг ўзига хос хусусияти шундан иборатки, маҳсулот ҳажмининг ошиб бориши билан бир бирлик маҳсулотга тўғри келувчи ўртача доимий ҳаражатлар камайиб боради.

Ўзгарувчи ҳаражатлар миқдори маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажининг ўсиши ёки камайишига қараб ўзгариб туради, яъни маҳсулот ҳажми ўзагришига мутаносиб бўлади. Ўзгарувчан ҳаражатлар таркибига ишчиларнинг иш хақи ва унга нисбатан ажратмалар, хом-ашё, ёнилғи-мойлаш материаллари, ёқилғи ва энергия, транспорт ҳаражатлари ва бошқа воситалар фарқи киради. Ўзгарувчан ҳаражатларининг ўзига хос хусусияти шундан иборатки, маҳсулот ҳажмининг ошиб бориши бир бирлик маҳсулотга тўғри келувчи ўртача ўзгарувчи ҳаражатларнинг ўзгаришига унчалик таъсир кўрсатмайди.

7.2. Маҳсулот таннархига киритиладиган ҳаражатлар

Таннархда корхона ишлаб чиқариш фаолиятининг сифат кўрсаткичлари - ишлаб чиқариш ресурсларидан фойдаланиш самарадорлиги, ишлаб чиқариш технологияси ва меҳнатни ташкил этиш даражаси, корxonани тежамкорлик билан ва оқилона юритиш омиллари, маҳсулот ишлаб чиқаришни юксалтириш шароитлари ўз аксини топади.

Маҳсулот таннархини ҳисоблашдан кўзда тутилган асосий мақсад - уни ишлаб чиқаришга сарфланган ҳақиқий ҳаражатларни тегишли ҳужжатларда ўз вақтида, тўлиқ ва ишончли акс эттириш ҳамда моддий, меҳнат ва молиявий ресурслардан тежамкорлик асосида, оқилона фойдаланиш устидан назорат ўрнатишдир.

Маҳсулот таннархи корхона ҳаражатлари тушунчасидан фарқ қилади. Корxonанинг маҳсулот ишлаб чиқариш, сотиш ва бошқа молиявий-ҳўжалик фаолияти натижасида юзага келадиган барча ҳаражатлари маҳсулот таннархига киритилмайди. Маҳсулотнинг (ишнинг, хизматнинг) ишлаб чиқариш таннархига уни бевосита ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлган ҳаражатлар киритилади. Уларга қуйидагилар тегишли бўлади:

- бевосита моддий ҳаражатлар;
- бевосита меҳнат ҳаражатлари;

• ишлаб чиқариш хусусиятига эга бўлган билвосита устама ҳаражатлар. Бу ҳаражатларнинг кўпчилигини натурада, яъни дона, кг, метр ва бошқа кўринишларда ҳисобга олиб бориш ва режалаштириш мумкин. Аммо, маҳсулот ишлаб чиқаришга сарфланган барча ҳаражатларни биргаликда ҳисобга олиш учун уларни ягона ўлчов бирлигига - қиймат-пул кўринишига келтириш талаб этилади.

Айрим турдаги ишлаб чиқариш ҳаражатларини яратилаётган маҳсулот таннархига тўғридан-тўғри киритиш мумкин. Унга ишлаб чиқаришдаги ишчиларнинг иш ҳақини ва истеъмол қилинган моддий ресурслар сарфини киритиш мумкин. Бундай ҳаражат турлари бевосита ишлаб чиқариш ҳаражатлари деб юритилади.

Иккинчи бир ҳаражат турлари бир неча хил маҳсулот етиштириш жараёнида иштирок этиши туфайли (масалан, бир неча хил экинларга ўғит ташиган трактор амортизацияси) уларга кетган ҳаражатларни шу маҳсулотларни ишлаб чиқаришдаги иштирокига мутаносиб тақсимлашга тўғри келади. Бундай ҳаражатлар билвосита ишлаб чиқариш ҳаражатлари ёки ишлаб чиқаришга тегишли устама ҳаражатлар деб юритилади.

Корхонада режадаги (бизнес-режада белгиланган) ва ҳақиқий (ҳисобот бўйича ҳақиқатда эришилган) таннарх ҳисоблаб борилиши мумкин. Бу режалаштирилган ишлаб чиқариш ҳаражатларини ҳақиқатда эришилган даража билан солиштириш, ортиқча моддий ва меҳнат ресурслари сарфларига йўл қўйилган ёки тежамга эришилганини аниқлаш ва келгусида тегишли хулосалар чиқаришга имкон беради.

7.3. Маҳсулот таннархига киритилмайдиган ҳаражатлар.

"Маҳсулот таннархига киртилмайдиган ҳаражатлар" моддасига юқорида келтирилган моддаларда акс этмаган, аммо ишлаб чиқаришга тааллуқли бўлган қуйдаги бошқа ҳаражатлар киритилади:

- ишлаб чиқаришни хом ашё, материаллар, ёнилғи, энергия, инструмент, мосламалар ва бошқа меҳнат воситалари ва буюмлари билан таъминлаш ҳаражатлари;
- четдан жалб этилган корхоналар томонидан амалга оширилган корхонанинг асосий ишлаб чиқариш фондларини иш ҳолатида сақлаш ҳаражатлари (техник кўрик ва қаров, ўртача, жорий ва мукамал тузатиш ҳаражатлари);
- ишлаб чиқариш фаолиятига тегишли бўлган асосий воситаларни жорий ижарага олиш билан боғлиқ ҳаражатлар;
- ишлаб чиқариш хусусиятлари билан боғлиқ меҳнатнинг нормал шароитларини ва техника хавфсизлигини таъминлаш ҳаражатлари;
- ишлаб чиқариш жароҳатлари туфайли меҳнат қобилияти йўқолиши муносабати билан тегишли ваколатли органларнинг қарорлари асосида ва қарорларисиз тўланадиган нафақалар;
- ходимларни иш жойига олиб бориш ва олиб келиш билан боғлиқ ҳаражатлар;
- экинлар, чорва моллари ва ишлаб чиқариш воситаларини мажбурий суғурталаш ҳаражатлари;
- ёнғинга қарши, экинзорлар, асосий воситаларни кўриқлаш ҳаражатлари;
- ишчиларга бепул бериладиган махсус кийим - бош (халат, куртка, этик, фартук ва бошқа), озиқ - овқат ҳаражатлари;
- молларнинг тагини қуруқлашга сепиладиган сомон, қиринди ва бошқа материал ҳаражатлари;
- фермалар атрофини девор билан ўраш, чорва моллари учун ёзги соябон ва отарлар қуриш ҳаражатлари;
- ишлаб чиқариш аҳамиятига эга бошқа ҳаражатлар.

Ҳар бир корхона учун маҳсулот таннархини пасайтириш имкониятларини излаб топиш иқтисодий самарадорлик нуқтаи - назаридан муҳим ҳисобланади. Чунки, маҳсулот таннархи қанчалик арзон бўлса, шунчалик корхона оладиган фойда миқдори ошиб боради.

Маҳсулот таннархини пасайтириш йўллари қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин:

- ишлаб чиқаришга юқори унумли, ишончли ва арзон ишлаб чиқариш воситаларини жорий этиш;
- асосий айланма фондлардан оқилона ва самарали фойдаланиш;
- ишлаб чиқаришнинг материал сиғимини камайтириш ва тежамкорликка эришиш;
- машина ва техникаларнинг кунлик ва йиллик иш унумини кўтариш;
- ресурсларни тежовчи ва чиқитсиз технологиялардан кенг фойдаланиш;
- ишлаб чиқариш вameҳнатни ташкил этишнинг илғор шаклларида фойдаланиш;
- меҳнат унумдорлигини ошириш;
- маҳсулотлар сифатини ошириш ва нобудгарчилик, йўқотишларга йўл қўймаслик;
- қишлоқ хўжалигида экинлар ҳосилдорлиги ва чорва моллари маҳсулдорлигини ошириш ва бошқалар.

7.4. Молиявий фаолият бўйича ҳаражатлар ва фавқулодда зарарлар

Кичик бизнес корхоналарининг иш фаолияти унинг молиявий ҳолати билан ҳамбарчас боғланганидир. Молиявий ҳолат корхонанинг ҳар томонлама фаолиятининг натижаларини акс эттиради ва режада белгиланган ишларнинг бажарилишига таъсир кўрсатади. Ҳар бир кичик корхонанинг молиявий хўжалик фаолиятини тўғри олиб борилиши жуда муҳим аҳамият касб этади.

Корхоналар фаолиятининг молиявий натижаларини ифодаловчи кўрсаткичлардан асосийси фойдадир.

Корхоналар фойдасининг турлари қуйидагилардан иборат:

- а) маҳсулотлар сотишдан тушган ялпи фойда (ЯФ). Бу сотишдан тушган соф тушум (СТ) ва сотилган маҳсулотнинг таннархи (МТ) ўртасидаги фарқдан иборат, яъни

$$\mathbf{ЯФ = СТ - МТ;}$$

б) асосий ишлаб чиқариш фаолиятдан тушган фойда (ИЧФ). Бу маълум давр ичида маҳсулотлар сотишдан тушган ялпи фойда (ЯФ) ва харажатлар (Аҳараж.) ўртасидаги фарқ ва плюс бошқа асосий фаолият соҳалари даромадлари (Бдар.) ёки камомадлари (Бкам.) айирмасидан иборат, яъни:

$$\mathbf{ИЧФ = ЯФ - Аҳараж. + Бдар. - Бкам.};$$

в) умумий хўжалик фаолиятидаги фойда (УХФ). Бу алгебраик ифодалар йиғиндиси тарзида ифодаланади: асосий фаолиятидаги фойда (АФФ) плюс дивидендлар (ДД) ва фоизлар бўйича даромадлар (ФД) плюс (ёки минус) чет эл валюталари бўйича операцияларидан олинган даромадлар (ёки камомадлар) (ЧЭВ) плюс (ёки минус) қимматбаҳо қоғозларни қайта баҳолашдаги даромадлар (ёки камомадлар) (КККБ) минус фоизлар бўйича харажатлардан (ФХ) иборат, яъни:

$$\mathbf{УХФ = АФФ + ДД + ФД \pm ЧЭВ \pm КККБ - ФХ;}$$

г) солиқ тўловларигача бўлган фойда (СФ). Бу кўрсаткич ҳам алгебраик ифодалар йиғиндиси тарзида ифодаланиб, умумий хўжалик фаолиятидаги фойда (УХФ) ва тасодифий (кўзда тутилмаган) фойда ёки камомадлар (ТФК) салдосидан иборат, яъни:

$$\mathbf{СФ = УХФ \pm ТФК;}$$

д) йиллик соф фойда (ЙСФ). Бу барча солиқларни тўлаб бўлгандан сўнг корхона ҳисобига қоладиган даромад, яъни солиқ тўловларигача бўлган фойдадан (СФ), даромад ёки фойда солиғини (ФС) ҳамда бошқа солиқлар ёки тўловларни (БС) олиб ташлангандан кейин қолган қисмидир, яъни:

$$\mathbf{ЙСФ = СФ - ФС - БС;}$$

Корхоналарнинг хўжалик фаолиятини юритиши давомида келиб чиқадиган харажатлар ўз хусусиятларига кўра қуйидагича таснифланади:

7.5. Маҳсулот таннархи ва уни ҳисоблаш усуллари.

Маҳсулот таннархи бир турдаги маҳсулотни бевосита ва билвосита ишлаб чиқариш харажатларини шу маҳсулот миқдорига бўлиш орқали топилади:

$$\mathbf{МТ = МХ + ИХ + СТ + А + БИХ / М}$$

Бу ерда:

МТ - маҳсулот таннархи, сўм / дона, сўм / кг ва бошқа;

МХ - ишлаб чиқаришнинг моддий харажатлари, сўм;

ИХ - ишлаб чиқариш хусусиятидаги меҳнатга ҳақ тўлаш харажатлари, сўм;

СТ - ишлаб чиқаришга тегишли бўлган ижтимоий суғурта тўловлари, сўм;

А - асосий воситалар амортизацияси, сўм;

БИХ - бошқа ишлаб чиқариш харажатлари, сўм;

М - маҳсулот миқдори, центнер, дона, кг, тонна ва ҳаказо.

Маҳсулот таннархини аниқлашда ҳисоблаш объектларини билиш муҳимдир. Унга қилинган харажатларни алоҳида ҳисобга олиш мумкин бўлмаганлигидан, умумий ишлаб чиқариш харажатларини ҳисоблаш объектлари бўйича тўғри тақсимлаш муҳимдир.

Маҳсулот таннархига киритиладиган ишалб чиқариш ҳаражатлари ҳаражат **элементлари** ва **моддалари** бўйича гуруҳларга ажратилади. Бундай гуруҳлаш:

- режалаштирилган маҳсулот ишлаб чиқаришнинг моддий ва меҳнат сарфларига эҳтиёжни аниқлаш;
- ҳаражатларни иқтисодий мазмунига кўра тақсимлаш;
- умумий ишлаб чиқариш ҳаражатлари миқдорида у ёки бу ҳаражат элементларининг улушини аниқлаш имконин беради.

Масалан, бухгалтерия ҳисобида маҳсулот ишлаб чиқариш таннархини ҳосил қилувчи ҳаражатлар иқтисодий мазмуни ва умумийлик хусусиятларига кўра қуйидаги **элементларга** ажратилади:

- ишлаб чиқаришнинг моддий ҳаражатлари;
- ишлаб чиқаришга тегишли меҳнатга ҳақ тўлаш ҳаражатлари;
- ишлаб чиқаришга тегишли ижтимоий суғуртага ажратмалар;
- асосий воситалар ва номоддий активлар амортизацияси;
- ишлаб чиқаришга оид бошқа ҳаражатлар.

Иқтисодий ҳисоб-китобларда маҳсулот таннархини режалаштириш ва ҳисоблашда ҳаражатларни **ҳисоблаш моддалари** бўйича гуруҳлаш қабул қилинган. Саноат корхоналаридан **маҳсулот таннархини ҳисоблаш моддалари** қуйидагилардан ташкил топади.

Маҳсулотнинг ишлаб чиқариш таннархини ҳосил қилувчи ҳаражат **элементлари** ва **ҳисоблаш моддалари** орасида ўзаро боғлиқлик мавжуд.

7.6. Маҳсулот таннархини пасайтириш йўллари

Маҳсулот таннархини пасайтириш йўллари қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин:

- ишлаб чиқаришга юқори унумли, ишончли ва арзон ишлаб чиқариш воситаларини жорий этиш;
- асосий айланма фондлардан оқилона ва самарали фойдаланиш;
- ишлаб чиқаришнинг материал сиғимини камайтириш ва тежамкорликка эришиш;
- машина ва техникаларнинг кунлик ва йиллик иш унумини кўтариш;
- ресурсларни тежовчи ва чиқитсиз технологиялардан кенг фойдаланиш;
- ишлаб чиқариш вameҳнатни ташкил этишнинг илғор шаклларида фойдаланиш;
- меҳнат унумдорлигини ошириш;
- маҳсулотлар сифатини ошириш ва нобудгарчилик, йўқотишларга йўл қўймаслик;
- қишлоқ хўжалигида экинлар ҳосилдорлиги ва чорва моллари маҳсулдорлигин ошириш ва бошқалар.

Назорат ва мулоҳаза учун саволлар

1. Ишлаб чиқариш ҳаражатларига нималар киради?
2. Маҳсулот таннархи нима?
3. Маҳсулот таннархи қандай усуллар билан ҳисобланади?
4. Саноат корхоналарида маҳсулот таннархи қандай ҳисобланади?
5. Асосий воситалар амортизацияси деганда нимани тушунади?
6. Қишлоқ хўжалигида маҳсулот таннархи қандай ҳисобланади?
7. Қишлоқ хўжалигида маҳсулот таннархини ҳисоблашда ҳаражат моддаларини санаб беринг?
8. "Бошқа ҳаражатлар" моддасига қандай ҳаражатлар киритилади?
9. Маҳсулот таннархини ҳисоблаш кетма-кетлиги қандай амалга оширилади?
10. Маҳсулот таннархини пасайтириш йўллари нималардан иборат?

8-МАВЗУ. КИЧИК БИЗНЕС ВА ТАДБИРКОРЛИК СУБЪЕКТЛАРИНИНГ МОЛИЯВИЙ ФАОЛИЯТИ ТАҲЛИЛИ

Маъруза машғулот

8.1. Кичик бизнес ва тадбиркорликнинг молиявий фаолиятини ифодаловчи кўрсаткичлар

8.2. Кичик бизнес ва тадбиркорликни кредит билан таъминлаш шакллари

8.3. Кредит ставкасини аниқлаш

8.4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг иқтисодий самарадорлиги

8.5. Самарадорликни баҳоловчи кўрсаткичлар

8.6. Самарадорликни оширишнинг асосий йўналишлари

8.1. Кичик бизнес ва тадбиркорликнинг молиявий фаолиятини ифодаловчи кўрсаткичлар

Кичик бизнес корхоналарининг молиявий фаолияти уларнинг давлат, бошқа корхоналар, ташкилотлар ва шахслар билан ўзаро муносабатини тартибга солиш билан боғлиқ бўлган пул ҳисоб-китобларини ифодалайди.

Корхоналар фаолиятининг молиявий натижаларини ифодаловчи кўрсаткичлардан асосийси фойдадир.

Корхоналар фойдасининг турлари қуйидагилардан иборат:

а) маҳсулотлар сотишдан тушган ялпи фойда (ЯФ). Бу сотишдан тушган соф тушум (СТ) ва сотилган маҳсулотнинг таннархи (МТ) ўртасидаги фарқдан иборат, яъни

$$\mathbf{ЯФ = СТ - МТ;}$$

б) асосий ишлаб чиқариш фаолиятидан тушган фойда (ИЧФ). Бу маълум давр ичида маҳсулотлар сотишдан тушган ялпи фойда (ЯФ) ва харажатлар (Аҳараж.) ўртасидаги фарқ ва плюс бошқа асосий фаолият соҳалари даромадлари (Бдар.) ёки камомадлари (Бкам.) айирмасидан иборат, яъни:

$$\mathbf{ИЧФ = ЯФ - Аҳараж. + Бдар. - Бкам.};$$

в) умумий хўжалик фаолиятидаги фойда (УХФ). Бу алгебраик ифодалар йиғиндиси тарзида ифодаланади: асосий фаолиятидаги фойда (АФФ) плюс дивидендлар (ДД) ва фоизлар бўйича даромадлар (ФД) плюс (ёки минус) чет эл валюталари бўйича операцияларидан олинган даромадлар (ёки камомадлар) (ЧЭВ) плюс (ёки минус) қим-матбаҳо қоғозларни қайта баҳолашдаги даромадлар (ёки камомадлар) (КККБ) минус фоизлар бўйича харажатлардан (ФХ) иборат, яъни:

$$\mathbf{УХФ = АФФ + ДД + ФД \pm ЧЭВ \pm КККБ - ФХ;}$$

г) солиқ тўловларигача бўлган фойда (СФ). Бу кўрсаткич ҳам алгебраик ифодалар йиғиндиси тарзида ифодаланиб, умумий хўжалик фаолиятидаги фойда (УХФ) ва тасодифий (кўзда тутилмаган) фойда ёки камомадлар (ТФК) салдосидан иборат, яъни:

$$\mathbf{СФ = УХФ \pm ТФК;}$$

д) йиллик соф фойда (ЙСФ). Бу барча солиқларни тўлаб бўлгандан сўнг корхона ҳисобига қоладиган даромад, яъни солиқ тўловларигача бўлган фойдадан (СФ), даромад ёки фойда солиғини (ФС) ҳамда бошқа солиқлар ёки тўловларни (БС) олиб ташлангандан кейин қолган қисмидир, яъни:

$$\mathbf{ЙСФ = СФ - ФС - БС;}$$

Сотишдан тушган соф тушумлар – маҳсулотлар (ишлар, хизматлар)ни сотишдан тушган тушумлардан, қўшимча қиймат солиғи, акциз солиғи, экспорт солиғи (сотиб олувчи томонидан бериладиган айрим скидкалар) ва бошқа тўлов ҳамда ажратмаларни олиб ташлагандан кейин қолган қисми сифатида ҳисобланади.

Корхоналарнинг экспорт фаолияти билан боғлиқ операциялардан тушган фойда ва даромадларни ҳисоблаш, маҳсулотлар (ишлар, хизматлар)ни сотишдан тушган тушумлар ҳажмини аниқлаш каби белгиланган тартибда амалга оширилади.

Асосий фаолият соҳаларидаги бошқа даромадлар (операцион даромадлар) ҳисобот бўлимининг «Бошқа даромадлар ва тушумлар» моддасида кўрсатилади.

Тасодифий фойда ёки даромадлар – хўжалик фаолиятини юргизиш давомида кўзда тутилмаган тасодифлар, ходисалар, эътиборга олинмаган жараёнлар ва воқеалар туфайли вужудга келадиган даромадлардир.

Мулкий жавобгарлик, мулк шаклидан қатъий назар, фақат корхонанинг ўз маблағларига қўйилиши мумкин. Ўз маблағларнинг микдори бухгалтерия баланси маълумотларига асосан аниқланади.

Мулк формаларидан қатъий назар, хўжалик юритувчи субъектлар ҳисобида бўлган ўз маблағлари суммаси қуйидаги формула ёрдамида аниқланади:

$$\text{Ўмаб.} = \text{БВ} - (\text{М} + \text{Ммаж.ўс.} - \text{Ммаж.сўн.}) - \text{Ддеб.қарз.} - \text{З};$$

Бунда:

БВ – баланс валютаси суммаси;

М – узоқ муддатли ва қисқа муддатли мажбуриятлар пассивини иккинчи ва учинчи бўлимлари;

Ммаж.ўс. – мажбуриятларнинг ўсиши – охириги ҳисобот даври учун баланс маълумотлари билан таққослаганда контракт имзолаган кунга қарз олинган ва жалб қилинган маблағлар;

Ммаж.сўн. – контрактни имзолаш санаси ва охириги ҳисобот даври учун балансни тузиш санаси ўртасидаги даврда мажбурият-ларнинг сўниши;

Ддеб.қарз. – даъво қилиш муддати тугаган дебиторлик қарзлари;

З – зарарлар суммаси.

8.2. Кичик бизнес ва тадбиркорликни кредит билан таъминлаш шакллари

Ҳозирги кунда кичик бизнес субъектларини бир қанча воситалар билан молиялаштириш усуллари қўлланилмоқда.



Кредит қарзга пул олишнинг энг кенг тарқалган шакли ҳисобланади. Ўзбекистон Республикасининг миллий валютадаги кредит маблағлари манбаи бўлиб, тижорат банклари, шунингдек, бюджетдан ташқари фондлар маблағлари ҳисобланади.

Кредит товар-пул муносабатлари мавжуд шароитдаги такрор ишлаб чиқариш жараёнининг ажралмас бир қисми бўлиб, товар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш кредит муносабатлари вужудга келишининг асоси ҳисобланади. Кредит орқали жамиятимизда бир қанча ижобий натижаларга эришиш мумкин:

1. Фондлар айланишида четга чиқиб, бўш қолган маблағларнинг ҳаракатсиз туриб қолишининг олдини олади.

2. Такрор ишлаб чиқаришда кенг доирада узлуксиз давом эттиришга имконият яратиб беради.

Кредит – фоизда қайтариш шарти билан вақтинча фойдаланиш учун пул ёки материал маблағлари бериш жараёнида юзага келадиган муносабатлар тизими.

Кредитлар Ўзбекистон Республикаси қонунлари ва норматив актлари билан маън этилмаган мақсадлар учун барча эгалик хўжалик мулки шаклидаги жисмоний ва юридик шахсларга белгиланган тамойиллар асосида қисқа ва узоқ муддатларга ажратилади.

Кредит муносабатларининг мазмуни ва моҳиятини тушуниш учун унинг зарурий элементлари - кредитнинг объекти ва ва субъектини тушуниш зарур

Кредит муносабатларининг субъектлари икки хил бўлади.

1. Қарз берувчи. 2. Қарз олувчи.

Кредит субъектлари ҳар хил. Булар юридик ва жисмоний шахслар, корхона, банк, фирма, давлат ва турли тоифадаги аҳоли бўлиши мумкин.

Кредит ресурсларидан корхоналар куйидаги ҳолларда фойдаланиши мумкин:

1) Корхона кредитни харажатларнинг бирор турини амалга ошириш учун, масалан, хом-ашё ва материалларни сотиб олиш, тугалланмаган ишлаб чиқариш ёки жўнатилган товарлар учун олиши мумкин.

2) Корхона айланма фондларининг доиравий айланишининг барча босқичларида кредитни жалб қилиши мумкин.

3) Корхонани комплекс кредитлаштириш зарур бўлганда амалга ошириши мумкин.

Кредит олиш учун қарз олувчи ўзининг молиявий ва ишлаб чиқариш имкониятларини баҳолаши ва ўзи учун куйидагиларни аниқ белгилаб олиши шарт:

1. Ўз маҳсулотини сотиш бозорини ўрганиш (талаб ва таклиф асосида);

2. Лойиҳанинг ишлаши учун керак бўладиган товар-моддий бойликларни, шунингдек, тайёр маҳсулотни сотиш учун зарур бўлган шартномаларнинг мавжудлиги;

3. Кредитланаётган лойиҳанинг самарадорлиги;

4. Ҳисоб рақамига пул маблағлари келиб тушишининг даврийлиги;

5. Кредит ва у бўйича фоизларни сўндириш манбалари;

6. Кредит учун тўланадиган тўловни ҳисоблаш ва унинг даврийлиги.

Микромолиялаш: Микромолиялаш микромолиявий хизматлар кўрсатувчи ташкилотларнинг қонун ҳужжатларида белгиланган миқдордан ошмайдиган суммада микрокредит, микроқарз, микролизинг бериш, шунингдек микромолиявий хизматлар кўрсатиш тўғрисидаги шартномага мувофиқ бошқа хизматлар кўрсатиш борасидаги фаолиятидир.

Микрокредит: Микрокредит қарз олувчига тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш учун энг кам иш ҳақининг минг баравари миқдоридан ошмайдиган суммада тўловлилик, муддатлилик ва қайтариш шартлари асосида бериладиган пул маблағларидир.

Микрокредит қарз олувчига пул маблағларини шартномага мувофиқ муайян мақсадлар учун ишлатиш шартлари асосида (мақсадли микрокредит) берилиши мумкин.

Микролизинг: Микролизинг микромолиявий хизматлар кўрсатувчи ташкилот томонидан лизинг олувчининг топшириғига биноан учинчи тарафдан мол-мулк олиш ҳамда уни эгалик қилиш ва фойдаланиш учун лизинг олувчига шартномада белгиланган шартлар асосида ҳақ эвазига бериш назарда тутилладиган хизматдир.

Микролизинг тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш учун лизинг тўғрисидаги қонун ҳужжатларига мувофиқ энг кам иш ҳақининг икки минг баравари миқдоридан ошмайдиган суммада берилади.

8.3. Кредит ставкасини аниқлаш

Мана шунинг учун ҳам қарздор шахс пул эгасига фоиз ставкасини тўлайди. Фоиз ставкаси олдиндан белгиланади.

Кредитнинг фоиз ставкаси куйидаги формула ёрдамида аниқланади:

$$\text{КФС} = \text{КФ} / \text{КМ} * 100;$$

Бу ерда, КФС – кредитнинг фоиз ставкаси, %;

КФ – қарз фоизи, сўм;

КМ – қарз миқдори, сўм.

Кредитларнинг фоиз ставкаси мамлакатнинг ссуда капиталлари бозорида аниқланади. Ҳалқаро кредитларнинг фоиз ставкаси эса жаҳон ссуда капиталлари бозорида аниқланиб, бу бозорларнинг асосий қисми Лондон, Токио, Нью-Йорк, Франкфурт, Париж ва Брюссел шаҳарларида жойлашган.

Кредитларнинг фоиз ставкаси турли омиллар таъсирида ўзгариб туради. Бу омилларнинг асосийлари куйидагилардир:

Пул бозоридаги талаб ва таклифнинг нисбати, яъни бозорда қандай миқдорда қарз пулига талаб бор ва унга нисбатан қандай миқдорда қарзга бериладиган пул чиқарилган. Талаб ошса, фоиз ортади, таклиф тушса, у камаяди.

8.4. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг иқтисодий самарадорлиги

Иқтисодий самарадорликнинг моҳияти. Бозор иқтисодиётига ўтиш хўжалик юритишнинг оқилона йўллари қидириб топишни талаб қилади. Бу эса материаллар ва ҳом ашёни тежаб-тергаб сарфлашни, дастгоҳлар ва ускуналардан яхшироқ фойдаланишни, ходимлар иш унумдорлигини оширишни, маҳсулот бирлигига тўғри келадиган харажатларни пасайтиришни, пировардида, корхона рентабеллигини ва фойдалигини оширишни кўзда тутади.

Кўрсатиб ўтилган омилларнинг барчаси ишлаб чиқаришнинг иқтисодий самарадорлигига эришиш тушунчасига бирлашади. Корхона хўжалик фаолиятининг якуний натижаси (фойда)ни унга эришишга сарфланган ресурслар билан таққослаш ишлаб чиқаришнинг самарадорлигини акс эттиради. Самарадорликнинг ошиши харажатлар бирлигига тўғри келадиган иқтисодий натижаларнинг кўпайиши билан ифодаланади. Самарадорлик хўжалик юритиш механизмининг такомиллашганлик даражасидан, бизнесни тўғри йўналишда олиб борилаётганлигидан дарак беради.

Самарадорликнинг таърифи асосида ишлаб чиқариш харажат-ларининг таркиби ва ҳажми ётади. **Харажатлар** – бу корxonанинг ишлаб чиқариш ва тижорат фаолиятини амалга оширишда зарур бўлган омиллар (сармоялар, меҳнат ресурслари, табиий ресурслар, тадбиркорлик фаолияти) учун сарфланган маблағларнинг пулда акс эттирилишидир. Улар маҳсулот таннархи кўрсаткичида намоён бўлиб, барча моддий харажатлар, маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари, меҳнатга ҳақ тўлаш харажатларининг пулдаги ифодасидир.

Ишлаб чиқаришнинг барча харажатларини икки гуруҳга: доимий ва ўзгарувчан харажатларга бўлиш мумкин. Доимий харажатларга миқдори ишлаб чиқариш ҳажми ўзгариши билан ҳам ўзгармайдиган харажатлар киради. Улар корхона маҳсулот ишлаб чиқармаган ҳолда ҳам тўланиши керак. Уларга амортизация чегирмалари, бинолар ва ускуналарнинг ижараси, суғурта бадаллари, бошқарув ходимла-рининг иш ҳақлари ва бошқалар киради.

Ўзгарувчан харажатлар деб, умумий миқдори бевосита ишлаб чиқариш ва сотиш ҳажмларига киритилган, шунингдек, маҳ-сулотларнинг бир неча турларини ишлаб чиқариш ва сотиш билан боғлиқ бўлган харажатлар тушунилади. Буларга ҳом ашё, материал-лар, ёқилғи ва электр энергияси, ишчилар меҳнатига ҳақ тўлаш ва бошқа харажатлар киради.

Ишлаб чиқариш харажатларининг бундай бўлиниши корxonалар фаолияти самарадорлигининг ҳар хил кўрсаткичларини аниқлаш учун зарурдир.

Ишлаб чиқариш самарадорлигини аниқлаш услуби умумий харажатлар ва уларнинг айрим турларини хўжалик фаолиятининг натижалари билан таққослашдан иборатдир. Бунинг учун турли хил кўрсаткичлардан фойдаланилади. Бу кўрсаткичларнинг белгиланган таснифи мавжуд эмас. Ҳар бир корхона иқтисодиётини ўрганувчи уларни ўзича, у ёки бу

кўрсаткичларнинг аҳамиятини таъкидлаш заруриятидан келиб чиққан ҳолда ёки корхона иши натижаларини ҳар томонлама баҳолаган ҳолда гуруҳларга ажратади.

Барча кўрсаткичларни қуйидаги учта гуруҳга бирлаштириш мақсадга мувофиқдир: хўжалик фаолиятини умумлаштирувчи кўрсаткичлар; ресурсларнинг айрим турларидан фойдаланиш самарадорлиги кўрсаткичлари; молиявий фаолиятни баҳоловчи кўрсаткичлар.

8.5. Самарадорликни баҳоловчи кўрсаткичлар

Корxonанинг фаолиятини ёки унинг молиявий ҳолатини баҳолаш – корxonанинг хўжалик ва тижорат фаолияти жараёнида вужудга келувчи молиявий ва кредит муносабатлари натижасини акс эттирувчи тушунчадир.

Тўлов қобилияти коэффиценти корxonанинг тўлов имконият-ларини кўрсатади ва қуйидаги формула билан аниқланади:

$$K_{пл} = A_2 / (П_2 - (Д_{зк} + К_{зк} + A_{п})),$$

бу ерда, $K_{пл}$ – корxonанинг тўлов қобилияти коэффиценти;

A_2 – айланма активлар (ишлаб чиқариш захиралари, пул маблағлари ва бошқалар);

$П_2$ – мажбуриятлар;

$Д_{зк}$ – узоқ муддатли қарзлар ва кредитлар;

$К_{зк}$ – қисқа муддатли қарзлар ва кредитлар;

$A_{п}$ – харидорлар ва буюртмачилардан олинган бадаллар.

Бу кўрсаткич бирдан катта бўлиши керак.

Шахсий ва қарз маблағлар нисбатларининг коэффиценти қисқа муддатли қарз маблағларининг шахсий манбалар билан таъминланиш даражасини белгилайди ва қуйидаги формула билан аниқланади:

$$K_{ес} = П_1 / (П_2 - (Д_{зк} + К_{зк} + A_{п})),$$

бу ерда $П_1$ – шахсий маблағларнинг манбалари (устав сармоялари, қўшимча сармоялар, тақсимланган фойда).

Бу кўрсаткич бирдан кичик бўлмаслиги керак.

Молиявий боғлиқлик коэффиценти корxonанинг молиявий боғлиқлигининг камайиши (кўпайиши), келгуси даврларда молиявий қийинчиликлар хавфининг кўпайиши (пасайиши) ҳақида дарак беради ва корхона томонидан кредиторлар олдидаги ўз мажбуриятларини тўлаш кафолатини аниқлайди. Молиявий боғлиқлик коэффиценти қуйидаги формула билан ҳисобланади:

$$K_{фш} = П_1 / Иб$$

бу ерда, $Иб$ — актив ёки пассивнинг натижалари.

Бу кўрсаткич 0,5 дан катта ёки унга тенг бўлиши керак.

Шахсий айланма маблағлар билан таъминланганлик коэффиценти корхонада унинг молиявий барқарорлиги учун зарур маблағларнинг мавжудлигини ифодалайди ва қуйидаги формула билан ифодаланади:

$$K_{ос} = (П_1 + Д_{зк} - A_1) / A_2,$$

бу ерда A_1 – узоқ муддатли активлар.

Бу кўрсаткич 0,1 дан катта ёки унга тенг бўлиши керак.

Активлар рентабеллиги коэффиценти молиявий-хўжалик фаолиятида фойдаланилаётган активларнинг фойдалилиги (зарарлилиги) даражасини кўрсатади ва қуйидаги формула билан аниқланади:

$$K_{ра} = П_р * Д_н / Иб,$$

бу ерда, $П_р, Д_н$ – солиқлар тўлангунга қадар фойда.

Бу кўрсаткич нолдан катта бўлиши керак.

Ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланиш коэффиценти корxonанинг иш билан таъминланганлик даражасини ифодалайди ва қуйидаги формула билан аниқланади:

$$K_{им} = K_{факт} / (K_{лойиха} - K_{ижара} + K_{консер}),$$

бу ерда $K_{лойиха}$ – маҳсулот ишлаб чиқаришнинг энг катта ҳажми;

Кфакт – чиқ арилган маҳсулотнинг ҳақиқий ҳажми;
Қижара – ижарага берилган қувватлардаги маҳсулотларнинг ҳажми;
Қконсер – консервация қилинган қувватлардаги маҳсулотларнинг ҳажми.
Бу кўрсаткич 0,6 дан катта ёки унга тенг бўлиши керак.

Ускуналар (асосий фондлар)ни ишдан чиқиши коэффи-циенти. Бу кўрсаткич куйидаги формула билан аниқланади:

Кизп = И / О ,

бу ерда, $K_{изп}$ – ускуналарнинг ишдан чиқиш коэффициенти;

И – асосий фондларнинг ишдан чиқиши;

О – асосий фондларнинг дастлабки қиймати.

Агар юқоридаги барча коэффицентларнинг тармоқ миқдори тенг ёки катта бўлса, бундай корхона иқтисодий қудратли ва тўлов қобилятига эга ҳисобланади.

6. Самарадорликни оширишнинг асосий йўналишлари

Бозор иқтисодиёти шароитларида корхоналар фаолияти ишлаб чиқаришнинг иқтисодий самарадорлигини ошириш йўллари доимо қидиришни талаб қилади. Агар шундай қилинмас экан, корхонанинг қатъий рақобат муҳитида омон қолиши қийиндир. Бу айниқса, кичик ва ўрта корхоналарга тегишлидир. Аввал айтиб ўтилганидек, уларнинг вужудга келиши ва ривожланишининг барча босқичларида қийинчиликлар ва ҳал қилинмаган муаммолар жуда кўп учрайди.

Тадбиркор муваффақиятли фаолият юритиши учун оддий бозор омиллари (маҳсулотни доимо янгилаш, сифатини ошириш, маркетинг тадқиқотлари, муваффақиятли рақобат ва бошқалар)дан ташқари ўз фаолиятининг самарадорлигига эришишнинг турли-туман йўлларидан фойдаланиши зарур. Булар куйидагилардир:

- - илғор технология ва замонавий ускуналардан фойдаланиш;
- - хом ашё ва материалларнинг янги турларини қўллаш;
- - асосий фондлардан яхшироқ фойдаланиш;
- - айланма маблағларни айланишини жадаллаштириш;
- - меҳнатни ташкил қилишнинг самарали шакллари ва усуллари қўллаш;
- - менежмент фани ва амалиётининг илғор ютуқларидан фойдаланиш;

- мамлакатимиз ва хориж фирмаларининг илғор тажрибаларини татбиқ этиш ва бошқалар.

Назорат ва мулоҳаза учун саволлар

1. Корхоналарнинг молиявий фаолияти натижаларини ифодаловчи кўрсаткичларини ҳисоблаш йўллари тушунтириб беринг.
2. Корхона фойдасининг нечта тури мавжуд?
3. Корхона фойдаси қандай аниқланади?
4. Корхоналарнинг молиявий харажатлари қандай таснифланади?
5. Корхонанинг ўз маблағлари деганда нима тушунилади?
6. Кредит қандай вазифаларни бажаради ва унинг роли?
7. Кредит қандай турларга бўлинади?
8. Кредитнинг қандай шакллари мавжуд?
9. Тижорат кредити деганда нимани тушунаси?
10. Халқаро кредитлар деганда нимани тушунаси?
11. Кредитларнинг фоиз ставкаси қандай аниқланади?
12. Кредитларнинг фоиз ставкаси қандай омиллар таъсирида ўзгаради?
 - 13. Кичик корхоналар фаолияти иқтисодий самарадорлигининг моҳияти нимадан иборат?
 - 14. Самарадорликни аниқлашнинг қандай кўрсаткичларини биласиз?
 - 15. Нима учун фойда энг муҳим умумлаштирувчи кўрсаткич ҳисобланади?
 - 16. Фойданинг қандай турлари бор ва улар қандай аниқланади?

- 17. Корхона ишининг рентабеллиги қандай ҳисобланади?

9-МАВЗУ. ТАДБИРКОРЛИК ЭТИКАСИ ВА МАДАНИЯТИ

Маъруза машғулоту

9.1. Тадбиркор раҳбар этикаси

9.2. Тадбиркор маданияти

9.3. Тадбиркор раҳбар фаолиятининг рухий-психологик хусусиятлари

9.4. Тадбиркор раҳбар фаолиятида можароли ҳолатлар ва уларни ҳал этиш усуллари

9.1. Тадбиркор раҳбар этикаси

Тадабиркор фаолияти фақат тадабиркорликнинг ҳуқуқий ва ташкилий асосларига боғлиқ бўлмасдан, у инсонлар, ўзининг қўл остида хизмат қилувчи мутахассислар ва ишчилар, айниқса, чет эллик ҳамкасблари – бизнесменлар доирасида умумлашқини меъёрларга риоя қилиши билан ҳам баҳоланади. Ишдаги муваффақиятнинг ярмидан кўпроғи унинг одобига, маданиятига, дунёқарошига, ишбилармонлик қоидаларини қай даражада билишига бевосита боғлиқдир.

Умуман, тадабиркорлик – бу маданият. Айтишларига қараганда, маданиятли одам тадабиркор бўлиши шарт эмас, аммо тадабиркор инсон маданиятли бўлиши лозим. Арасту (Аристотель) ўз замонида биринчи бўлиб ахлоқ тўғрисида гапириб: “Ахлоқ – нимани қилишимиз ва нимадан ўзимизни тийишимиз кераклигини аниқлашимизга ёрдам беради”, - деган эди. Президентимиз И. Каримов ахлоқ тушунчасига қуйидагича таъриф берди: “Ахлоқ – маънавиятнинг ўзаги. Инсон ахлоқи шунчалик салом-алик, хушмуомаладангина иборат эмас. Ахлоқ бу, аввало, инсоф ва адолат туйғуси, иймон, ҳалоллик дегани”.

Умумий қоидалар

- хусусий мулк муқаддас, дахлсиз ва мулкчиликнинг қолган барча шакллари билан бир қаторда теппа-тенгдир;

- тадабиркор – ишчанлик ва яратувчанлик миссиясининг жонкуяридир. Унинг касби астойдил фаолиятни, ишлаб пул топишни талаб қилади. Бу унинг обрў-эътибори манбаидир;

- тадабиркор ўз меҳнатининг аҳамиятини англай олади. У ўз ҳамкорларидан ишга масъулият билан ёндашишни талаб қилади ва уни қўллаб-қувватлайди;

- хусусий хўжалик фаолияти ишлаб чиқариш кучларининг ривожланишига олиб келади ва тадабиркорга ўзига хос мажбуриятлар юклайди.

Тадабиркор ва давлат

- тадабиркор давлат ва унинг қонунларини тўғридан-тўғри ҳурмат вилиши ва уларга амал қилиши лозим. Ўз навбатида, у бундай ёндашувни давлатдан ҳам талаб қилиши керак.

Тадабиркор ва мижоз

- тадабиркор мижоз манфаатлари, жамият, давлат ва атроф-муҳит учун зарар келтирмасликка, унга амал қилишга мажбурдир;

- мижоз манфаатлари давлатнинг қонун ва манфаатларига зид бўлган ҳолларда тадабиркор бу тўғрида мижозларни огоҳ қилишга мажбурдир;

- мижоз офертлар ва ишлаб чиқарувчиларни танлаш ҳуқуқига эгадир. Рақобат юксак сифат қафолатидир;

- тадабиркор мижозни билмаслик ёки атайлаб уни адаштириш, шунингдек, бажара олишга ишончи бўлмаган буюрталарни қабул қилиш ҳолларига йўл қўйиши мумкин эмас;

- ваъдага вафо ва аниқлик тадабиркорнинг қимматли капиталидир. Қўл бериб тасдиқланган сўз, имзо чекилган шартнома кучига эгадир. Зеро, унга ибноан мажбурий тартибда оғзаки келишувни акс эттирувчи ёзма шартнома расмийлаштирилади;

- шартнома муносабатларини бажармаслик ва ёмон сифат тадабиркорнинг жамият ва ҳамкасблари олидидаги ғоят оғир айбидир, чунки бу тадабиркорнинг шарафи, нуфузи ва яхшига номига зарар келтиради;

- тадабиркор ва мижоз ўртасидаги муносабатлар мажбурлаш асосида эмас, балки ихтиёрий ва ўзаро ишонч асосида вужудга келади.

Тадбиркор ва ёлланган ишчилар

-тадбиркор ёлланган ишчиларнинг иқтисодий манфаатлари ва инсоний қадр-қийматларига нисбатан барча масъулиятни ўз зиммасига олади. У ўз ишчиларидан қонунларга амал қилишини талаб этади ва ўзи ҳам шунга риоя қилади;

9.2. Тадбиркор маданияти

Тадбиркор маданияти деганда тадбиркор адаби ва иқтидори ўртасидаги диалектик боғланиш тушунилади. Бу боғланиш қуйидаги фазилатлар мажмуасида ўз аксини топади:

Адаб – ақлнинг суянчиғи, барча фазилатларнинг мезони. Беҳудага халқимизда: “Ақл билан адаб - эгизак”, дейишмайди. Адаб – яхшилик билан ёмонликнинг фарқини билиш, фойда билан зарар орасидаги тафовутни англашдир. Адаб воситасида киши ўз жонини ёмон хислатлардан даволайди, ёқимсиз айблардан поклайди, чиройли фазилатлардан безайди.

Адаб тадбиркорни энг чиройли хулқ билан қуроллантиради. Натижада ақл эгалари бундай тадбиркордан ҳар ишда рози бўлишади. Адабли тадбиркор эса кундан кунга обрў топади, нуфузи ошади, ишалри равақ топади.

Баъзи ҳақимлар адабни энг масъум ва кўркем феълга эга бўлиш десалар, баъзилари нафси барча қабиҳ одатлардан тозалаш деб таъриф беришади. Демак, тадбиркордаги адабнинг мавжудлиги, бу ноёб неъматнинг мавжудлигидир.

Умуман адаб икки хил бўлади:

- ҳикмат адаби;
- хизмат адаби.

Ҳикмат адаби поклик ва тўғри йўлга етаклайди. **Хизмат адаби** эса бадавлатлик ва обрўга еткази. Ҳар иккиси ҳам улуғ фазилат бўлиб, бири азиз қилса, иккинчиси қудратли қилади.

Адаб раҳбарни ақл ва ахлоқ эгаси бўлишга, виждонли, ор-номусли, соф кўнгилли, субутли бўлишга даъват этади.

Иймон арабча сўз бўлиб, луғавий маъноси – ишончдир.

Содда қилиб айтганда:

Иймон уя нарсанинг бутунлигидан ҳосил бўлади: эътиқод, иқрор ва амал. Эътиқод – бу ишонч. Иқрор – сўзда бундан тан олиш. Амал – яъни ишлар билан уни исботлаш.

Инсоф – бу адолат ва виждон амри билан иш тутиш туйғуси ва қобилияти, ишда, кишиларга муносабатда ҳалоллик, тўғрилиқ. Баробарлик, софдиллик ва ҳақиқатгўйликдир. Ўзгани ўз ўрнига ва шунингдек, ўзини ўзгани ўрнига ҳаёлан қўйиб кўриш ҳам инсофга қиради. Юқорида таъкидлаганимиздек, тўқ очни, бой камбағални, бахтли бахтсизни, толеи баланд толеи забунни, омадли омадсизни, соғлом ва беморни ўз ўрнига қўйиб кўролса ва аксинча ҳам худди шундай бўлса олам гулистон – инсофлилар сафи кўпаяверади.

Адолат – бу барча фазилатлар ичидаги энг олий фазилатдир. Адолатпарвар тадбиркор ёки раҳбарнинг ахлоқий хислатлари бемалол қонун ўрнини боса олади. Улуғ аллома Насриддин Тусий ижтимоий адолатнинг уч асосий талаби мавжудлигини ва жамият тараққиётини белгиловчи муҳим омил эканини алоҳида уқтирган эди:

Адолатнинг биринчи талаби, аҳоли турли табақаларининг ўзаро уйғун бўлишини таъминлашдир.

Адолатнинг иккинчи талаби, эл-улуснинг ҳақ-ҳуқуқини тенг таъминлаган ҳолда кишиларни хизматга тайинлашда шахснинг салоҳияти ва имкониятларидан келиб чиқиш.

Адолатнинг учинчи талаби, барчанинг тенг фаровонлигини ҳимоя қилиш билан бирга бу фаровонликни юзага келтиришдаги хизмати ва ҳуқуқига қараб, ҳар бир инсон ўз улушини олишга имкон яратишдан иборат.

Бу каби давр ва ҳаёт тажрибасида тасдиқланган фикрлар саккиз аср чамаси ўтиб, Президент Ислам Каримовнинг раҳбарлик фаолиятида ўзига хос тарзда ифода топмоқда. Бунга ишонч ҳосил қилмоқ учун юртбошимизнинг маърузаларидан биридаги ушбу фикрга диққат қилайлик: “Давлат жамиятнинг кескин табақаланишига – ошиб-тошиб кетган бойлару, камбағал қашшоқларга бўлиниб кетишга йўл қўймаслиги керак”.

9.3. Тадбиркор раҳбар фаолиятининг руҳий-психологик хусусиятлари

Тадабиркорнинг ташкилотчилик қобилияти ҳамма нарсада муваффақиятга эришувининг муҳим шартидир. Қандай тадабиркор раҳбар муваффақиятига тез эришади? Руҳшунос олимлар унинг бир неча омилларга боғлиқлигини таъкидлаганлар.

Булар куйидагилардир:

Тадабиркор раҳбарда ташкилотчилик қобилиятининг намоён бўлиши:

- жамоада соф ахлоқий муҳит пайдо қила олиши, ҳамманинг ҳамкорликда ҳаракат қилишини таъминлай олиши;
- одамларни ишонтира олиши ва жамоада ўзаро яхши муносабатларни қарор топтириш учун шарт-шароит яратиши.

Раҳбарнинг одамлар билан тил топиб ишлаш маҳорати:

- тадабиркор ўз қўл остидагиларнинг нимага қодирлигини ҳисобга олиб ишларни тақсимлаши;
- одамларни уюштиришнинг энг муҳим омилларидан фойда-ланиши;
- ҳар бир кишининг руҳий-психологик кайфиятларига мос равиш-да мулоқот қилиши.

Тадабиркор раҳбарнинг меҳнатга муносабатида ишбилар-монлиги:

- ишлаб чиқариш ва бошқа жабҳаларда ҳар хил муаммоларни ҳал этишда энг қулай йўлларни излаб топиш;
- виждонлилик ва адолатлилик;
- бошлаган ишларни охирига етказиш.

Раҳбар фаолиятида ижро этиш қобилиятининг намоён бўлиши:

- касбий малака ва кўникмага эга бўлиши;
- техник вазифаларни ҳал этишга уқувлилиги;
- янгилликлар ва ғояларни ишлаб чиқаришга жорий этиб бориши.

Тадабиркор раҳбарнинг қарорларни қабул қилишдаги уқуви:

- мустақил равишда қарорлар қабул қила олиш;
- қабул қилган қарорининг оқибати ва натижаларини кўра билиши;
- ишлаб чиқаришда содир бўлувчи турли ҳолатларни ҳисобга олиб бориши, тангликдан қутулиш йўлларини излаши;
- нотўғри қарор қабул қилганда ўз хатоларини бўйнига олиши;
- ходимларни бошқарув масалаларига кўпроқ жалб этиши.

Тадабиркор раҳбарнинг одамларга муносабати:

- ўз ваъдаси, сўзининг устидан чиқиши;
- одамларни бир-биридан ажратмаслиги – ҳаммага баб-баравар муносабатда бўлиши;
- ўз қўл остидагиларга ва бошқаларга тавозеда бўлиши ва ўзини тута билиши, одоблилиги ва хушмуомалалиги;
- одамларга муносабатда ҳар бир кишининг руҳий-психологик хусусиятларини ҳисобга олиб муомалада бўлиши.

Тадабиркор раҳбарнинг ўз-ўзига талабчанлиги:

- ўз ҳатти ҳаракатларини танқидий баҳолай олиши;
- ўз имкониятларини ҳисобга олиб ишлаши;
- бошқаларнинг унга берган яхши ва ёмон баҳоларини таҳлил этиб, улардан тегишли хулоса чиқариши.

Раҳбар ўзида куйидаги руҳий-психологик, физиологик, ахлоқий, маънавий ва ишбилармонлик сифатларини мужассамлаштирган бўлиши керак.

Тадабиркор раҳбарнинг руҳий-психологик хусусиятлари:

Нутқ ва тафаккур сифатлари – кучли хотира, доимий диққатнинг барқарорлиги, соғлом ақл, фикрнинг кенлиги, чуқурлиги, тезлиги, муаммо моҳиятини тез англаб олиш, ижодийлик, фикрни оғзаки ва ёзма шаклда қисқа, тушунарли, аниқ тарзда ифодалаш.

Характер сифатлари – мақсадга интилувчанлик, дадиллик, мардлик, ишонч, ўзини тута билиш, ўзи ва бошқаларга нисбатан талабчанлик, таваккал қилиш қобилияти, қийин вазиятларда ҳам ўзини йўқотмаслик, хазил-мutoйиба туйғуси.

Ҳис-туйғу сифатлари – ҳис-туйғуларнинг турғунлиги, аниқлиги, ифодалилиги, кучли хаяжонли ҳолатларда тўғри ҳаракатлар қилиш қобилияти, мулоқотга киришганда бошқалар кайфиятини, ҳис-туйғуларини ҳисобга олиш, ўз хис-хаяжонларини ва кайфиятларини бошқара олиш.

Хулқ-атвор сифатлари – янада яхшилашга интилиш ва уни ҳимоя этиш, одамлар билан муносабатда самимийлик, ҳалоллик.

Тадбиркор раҳбарнинг руҳий-физиологик сифатлари:

1. Арзимас нарсалардан жанжал чиқармаслик, аччиқланмаслик, баъзан кўриб кўрмаганга олиш;

2. Руҳий жараёнларда босиқлик.

3. Руҳий, хаяжонли хавф-хатар ҳолларида ўзини йўқотиб қўймаслик.

4. Ўзини англашда фаоллик, кайфиятда ўта сезгирлик.

5. Жисмоний соғлом ва ҳар томонлама баркамоллик.

9.4. Тадбиркор раҳбар фаолиятида можароли ҳолатлар ва уларни ҳал этиш усуллари

Тадбиркор раҳбар фаолиятида ҳар хил зиддият (конфликт)лар ва можаролар учраб туради.

Моддий-техник сабаблар – меҳнат воситалари билан меҳнат жараёнлари, шарт-шароитлари ўртасидаги зиддиятлар. Асбоб-ускуна-лар, жиҳозлар эскилиги учун меҳнат шароити ёмон, меҳнат унумдор-лиги паст ва ҳоказо. Булар ходимларга ғамхўрлик қилишга тўсик, моддий ва маънавий эҳтиёжлар қондирилмаслигига сабаб бўлади.

Хўжалик-ташкилий сабаблар – меҳнат натижаларини тўғри баҳоламаслик, меҳнатни тўғри тақсимламаслик. Булар ходимларда норозилик туғдиради.

Ижтимоий-касбий сабаблар – ходимларнинг билими, малакаси ва касб маҳоратини назар-писанд етмаслик, ходимдан ўз ўрнида фойдаланмаслик, меҳнат қонунчилигига амал қилмаслик.

Ижтимоий-демографик сабаблар – ходимларнинг ёши, жинси, миллати, маълумоти каби омилларни, оилавий шароитларини инобатга олмаслик.

Ижтимоий-психологик сабаблар – ходимлар фаолиятида яққол кўзга ташланадиган яхши ва ёмон ҳислатлар, қобилияти, қизиқишлари, хотираси, тафаккури, ҳис-туйғуси каби руҳий ҳолатлар билан ҳисоблашмаслик.

Тадбиркор раҳбар ва ходимлар ўртасидаги руҳий психологик зиддиятлар келиб чиқишга сабаб:

1) меҳнат жараёнининг нотўғри уюштирилиши;

2) шахслараро муносабатларнинг хилма-хиллиги ва мурак-каблиги;

3) жамоа аъзосининг ўзига хослигидир.

Тадбиркор раҳбар бундай зиддиятли ҳолатларни тўғри идрок этиши, таҳлил қилиши, баҳолаши муҳим аҳамиятга эга.

Бизнингча, тадбиркор раҳбарнинг ҳар қандай зиддият ва можарони бартараф этиш йўллари қуйидагилардан иборат:

1. Можаронинг келиб чиқиш сабабларини аниқлаш ва унинг ўткирлашишига йўл қўймаслик учун чора-тадбирлар кўриш.

2. Можароли вазиятни юмшатиш – зиддиятга борган кишилар билан ошқора суҳбат ва улар сонини камайтириш чораларини излаш.

Вазиятни тўла идрок этиш, ўзлаштириш – «аҳвол»нинг хўжайини бўлиб олиш ва қатъий чора кўриш.

Можаро ва унинг вазиятларини чуқур таҳлил қилиши:

- можаролашаётган томон ва гувоҳлар билан алоҳида суҳбат-лашиши;

- уларнинг мақсади, қизиқишлари, хулқ-атвори, касби, тажрибаси, турмуш шароити ва бошқа руҳий-маънавий жиҳатларини ўрганиш;

- можароли вазиятнинг сабабларини, жамоанинг унга муноса-батини аниқлаш;

- можаро ҳақидаги ахборотларни ҳақиқий аҳвол билан солиш-тириш;

- можарони ҳал этишнинг ҳар хил усулларини ишлаб чиқиш ва таҳлил қилиш;
- можарони ҳал этишнинг энг қулай усули, шакли, воситаси ва шароитларини танлаш;
- танланган усулларни жамоа тарбияси, меҳнат вазифалари, мақсадлари билан қиёслаб, тарозига солиб кўриш;
- танланган ва текширилган усулни қўллаб, можарони бартараф этиш;
- можаро бартараф этилганидан ҳаммани хабардор қилиш;
- можаро келтириб чиқарган томоннинг ноҳақчилиги исботлангач уларни тўғри йўлга бошлаш ва ҳоказо.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1. Бизнесда бошқарув психологиясининг мазмуни ва моҳияти нимада?
2. Бошқариш санъати деганда нимани тушунасиз?
3. Тадбиркор раҳбар фаолиятининг бошқариш санъатидаги характерли хусусиятлар нималардан иборат?
4. Тадбиркор раҳбарнинг руҳий-психологик хусусиятлари нимада?
5. Қандай тадбиркор раҳбар муваффақиятга тез эришади?
6. Тадбиркор раҳбар қандай талабларга жавоб бериши керак?
7. Раҳбарда қандай сифатлар мужассамлашган бўлиши даркор?
8. Раҳбарлик услубидаги салбий қусурлар қайсилар?
9. Тадбиркор маданияти деганда нимани тушунасиз?
10. Тадбиркор раҳбар низоли вазиятларда қандай йўл тутиши лозим?

10-МАВЗУ. КИЧИК БИЗНЕС ВА ТАДБИРКОРЛИК СУБЪЕКТЛАРИНИНГ ЭКСПОРТ САЛОҲИЯТИНИ БАҲОЛАШ

Маъруза машғулоту

10.1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг экспорт салоҳияти ва экспортёр корхоналарнинг давлат томонидан қўллаб-қувватланиши

10.2. Экспортнинг товар ва географик таркибини такомиллаштириш

10.1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг экспорт салоҳияти ва экспортёр корхоналарнинг давлат томонидан қўллаб-қувватланиши

Экспорт диверсификацияси, яъни хорижга сотилаётган товарлар ва хизматлар номенклатурасининг кенгайиши, жами экспортда алоҳида товар ёки хизмат тури (айниқса, хом ашё) улушининг катта бўлишига барҳам берилиши, маҳсулотларимиз экспорт қилинаётган мамлакатлар географиясини кенгайтириш экспорт ҳажмининг барқарор бўлишини таъминлайди, миллий иқтисодиётнинг ташқи бозордаги салбий ўзаришларга таъсирчанлиги даражасини пасайтиради.

Экспорт таркибида бир ёки бир неча товарлар улушининг сезиларли даражада ортиб кетиши бу товарлар нархи пасайган ёки уларга ташқи талаб қисқарган ҳолатларда экспортчи корхоналарни оғир аҳволга солиб қўйиши мумкин. Бунинг натижасида экспорт ҳажмининг қисқариши валюта тушумларининг камайиши, ташқи савдо балансининг ёмонлашуви ва корхоналар молиявий аҳволининг тангликка юз тутишига олиб келиши мумкин. Шунингдек, экспорт умумий ҳажмининг кам сонли давлатларга боғланиб қолиши ҳам қалтис ҳолат ҳисобланади.

Президентимиз томонидан маърузада илгари сурилган тайёр рақобатбардош маҳсулотлар экспортини фаол ошириш ва бу маҳсулотлар етказиб бериладиган мамлакатлар географиясини янада кенгайтириш вазифасини амалга ошириш экспорт ҳажмини барқарор ўстириш, ташқи бозордаги ўзгаришлар таъсирида унинг ҳажми кескин камайиши хавфини бартараф этиш имконини беради.

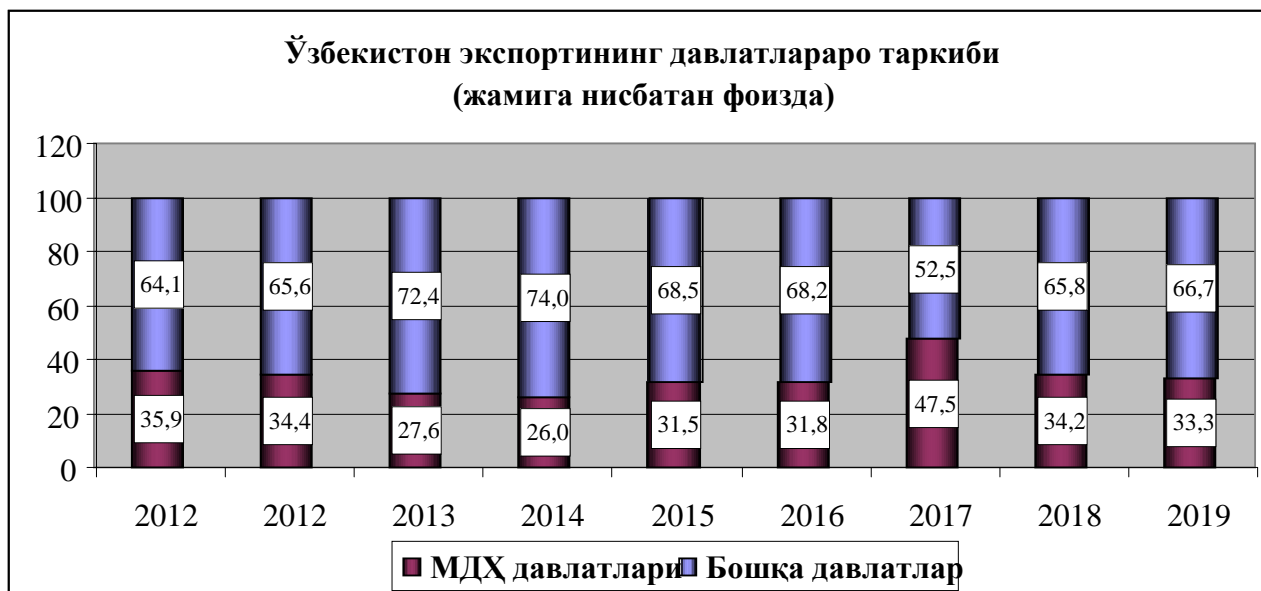
Экспорт қилинаётган товарларни диверсификация қилиш, уларни импорт қилувчи мамлакатлар географиясини кенгайтириш бу мамлакатлардан бири ёки бир гуруҳининг иқтисодиётида муаммолар рўй берганда ҳам экспорт ҳажмининг кескин пасайиб кетишига йўл қўймаслик имконини беради.

Ўтган йиллар мобайнида экспорт қилувчи корхоналарни қўллаб-қувватлаш борасида амалга оширилган чора-тадбирлар иқтисодиётимизнинг экспорт салоҳиятини юксалтириш, ташқи савдо таркибида ижобий силжишларга эришиш, унинг ҳажмини барқарор ўстириш имконини бермоқда.

10.2. Экспортнинг товар ва географик таркибини такомиллаштириш.

Ташқи савдо айланмаси, хусусан экспортнинг географик таркибида МДҲ мамлакатларининг улуши 2014 йил якунларига кўра 33,9 фоизни ташкил этди. 2014 йилда мамлакатимиз корхоналари экспортининг 21,0 фоизи Россия Федерацияси, 7,2 фоизи Украина, 6,2 фоизи Қозоғистон ҳиссасига тўғри келди.

Узоқ хориж давлатларига қилинган экспортнинг жами экспортдаги улуши 2013 йилда 65,8 фоизни, 2014 йилда эса 66,7 фоизни ташкил этди. Бу мамлакатлар бўйича мамлакатимиз экспортининг диверсификациялашув даражаси нисбатан чуқурроқ бўлиб, 2014 йил маълумотларига кўра фақат Хитой (9,7%), Швейцария (7,9%), Афғонистон (3,3%), Туркия (3,2%), Эрон (2,7%), Германия (2,2%), АҚШ (1,7%) нинг мамлакатимиз экспортидаги улуши 1 фоиздан юқоридир.



Республикаимиз экспорти ва импортнинг товар ва географик таркибини такомиллаштириш орқали рақобатбардошликни ошириш бир қатор вазифаларнинг амалга оширилишини тақозо этади.

Хорижий давлатларда мамлакатимизда ишлаб чиқарилаётган, ёки ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш мумкин бўлган маҳсулотларга бўлган талабни ўрганиш, бундай товарлар бозорларига кириб бориш ва рақобат қилиш стратегиясини ишлаб чиқиш экспорт қилинаётган товарлар сонини ва мамлакатлар географиясини кенгайтиришга ижобий таъсир кўрсатади.

Жаҳон бозорларида корхоналаримиз маҳсулотларининг рақобатбардошлигини таъминлашда қуйидаги чора-тадбирларнинг амалга оширилиши муҳим аҳамият касб этади:

- экспорт қилувчи корхоналарга маҳсулот тайёрлаш ва сотиш харажатларини камайтиришда кўмаклашиш;
- уларни ташқи бозор конъюнктурасидаги ўзгаришлар, истикболли бозорлар, рақобатчилар тўғрисида олиб борилган тадқиқотлар натижалари билан таништириш;
- транспорт-коммуникация тизимларини ривожлантириш;
- янги транспорт йўлакларини очиш орқали транспорт харажатларини камайтириш ва ҳ.к.

Бу борада ҳар бир тармоқ учун ишлаб чиқилиши кўзда тутилаётган 2010-2012 йилга мўлжалланган тайёр маҳсулотни янги ташқи бозорларга чиқариш бўйича махсус дастурларда экспорт ҳажмини ошириш, экспорт қилинадиган юкларни ташиш тизимини такомиллаштириш, экспортчи корхоналарни маркетинг, молия ва ташкилий-ҳуқуқий қўллаб-қувватлаш масалалари ўз аксини топади.

Хулоса қилиб айтиш мумкинки, экспорт ҳажмини ошириш, унинг таркибини такомиллаштириш, умуман ташқи савдо айланмасини дивесификация қилиш иқтисодиётимиз таркибий тузилишида сифат ўзгаришларига эришиш, унинг рақобатбардошлигини ошириш орқали иқтисодий юксалиш ва аҳоли турмуш фаровонлигини янада кўтариш мақсадларига хизмат қилади.

Назорат ва мулоҳаза учун саволлар:

1. Мамлакатнинг рақобатбардошлигини таъминловчи омилларни шарҳлаб беринг.
2. Таркибий ўзгаришлар сиёсатининг мақсади ва вазифалари нималардан иборат?
3. Тармоқ ичидаги, тармоқлараро ва халқаро саноат кооперациясининг аҳамияти ва иқтисодиётнинг таркибий тузилишини такомиллаштиришдаги ролини изоҳланг.

4. Мамлакатимизда лойиҳаларни маҳаллийлаштириш дастурига киритиш ва мониторингини олиб бориш механизми қандай жорий этилган?
5. Республикамизда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш омиллари ва йўналишлари нималардан иборат?
6. Кичик бизнесни ривожлантиришда бозор инфратузилмаларининг ролини тушунтиринг.
7. Экспортни диверсификация қилиш йўналишлари ва имкониятлари нималардан иборат?
8. Таркибий ўзгаришлар сиёсатини давом эттириш бўйича белгиланган вазифаларнинг ўзаро боғлиқлигини изоҳлаб беринг.

11-МАВЗУ. ЎЗБЕКИСТОНДА КИЧИК БИЗНЕС ВА ТАДБИРКОРЛИКНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Маъруза машғулот

11.1. Кичик бизнес ва тадбиркорликни миллий иқтисодиётнинг турли тармоқларида ривожланиши

11.2. Кичик бизнесни жадал ривожлантириш, унинг иқтисодий ривожланишидаги ролини ошириш

11.3. Истикболда кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари.

11.4. Кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантириш бўйича хорижий мамлакатлар тажрибасини Ўзбекистонда қўллаш

11.1. Кичик бизнес ва тадбиркорликни миллий иқтисодиётнинг турли тармоқларида ривожланиши.

Республикамизнинг иқтисодий тараққиёти, иқтисодий мустақиллиги, халқининг фаровон турмуш даражаси, қолаверса меҳнат ресурсларининг иш билан бандлик даражаси кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ривожига билан боғлиқдир. Бу ҳолат эса корхоналарнинг иқтисодий эркинлигини рағбатлантириш даражасининг ривожланиши билан тавсифланади.

Истикболда иқтисодиёт тармоқларида ҳам ўзгаришлар юзага келади. Бу ҳолат ҳам кичик тадбиркорликнинг ривожланиши асосида рўй бериши.

Ҳудудларнинг машинасозлик ва металлга ишлов бериш, енгил саноат, айниқса, трикотаж, тикувчилик буюмлари тайёр маҳсулот ишлаб чиқаришга ихтисослашган соҳаларида кичик бизнеснинг ўрни ва улуши мутлақо етарли даражада эмас. Ваҳоланки барча соҳада ишлаб чиқариш фаоллиги тенглашса ижобий натижаларга эришамиз.

Республикамизда кичик корхоналар томонидан тайёр маҳсулотлар ишлаб чиқаришнинг ўсишини яратилган имкониятлардан фаоллик билан фойдаланиш эвазига таъминлаш мумкин. Бизнинг ҳисобларимизга кўра 2020 йилга бориб республика бўйича кичик бизнеснинг ишлаб чиқарилган ЯИМ ҳажмидаги улушини 61,1 фоизга етказиш кичик тадбиркорлик корхоналарининг йиллик маҳсулот ишлаб чиқаришининг ўсиши 2,5 фоиздан кам бўлмаган ҳолатдагина амалга ошади.

Ҳудудлар бўйича маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмининг истикболда ўсиб бориш динамикасини корхоналар миқдорининг ўсиб бориш ҳолати бўйича таҳлил этсак, бу ҳолат кўшимча янги кичик корхоналарнинг ташкил этилиши ҳисобига амалга ошади.

Яратилган имкониятлардан самарали фойдаланган ҳудудларда ялпи ҳудудий маҳсулотнинг юқори суръатлар билан ўсиши таъминланади. Жумладан кичик корхоналарнинг ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш эвазига истикболда кўзланган натижаларга эришиш таъминланади.

11.2. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни жадал ривожлантириш, уларнинг иқтисодий ривожланишидаги ролини ошириш

Миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги иқтисодий фаолият жараёнлари ва унинг натижаларини акс эттирувчи кўрсаткичларда кичик бизнес улушининг юқори бўлишига ҳам боғлиқ эканлиги шубҳасиздир.

Кам харажат ҳисобига янги иш ўринлари яратиш имконияти, йирик бизнес кириб бора олмайдиган бозор сегментларини эгаллай олиш қобилияти, айниқса, хизмат кўрсатиш соҳасида ва унча катта бўлмаган маҳаллий ресурс базаларини ўзлаштиришда жуда қулай ташкилий шакл эканлиги кичик бизнесни ривожлантиришнинг аҳамияти бекиёслигини кўрсатади. Шу сабабли ҳам кичик бизнесни жадал ривожлантириш масаласи маҳсулот ишлаб чиқаришни маҳаллийлаштириш, хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш ва шунингдек, мамлакатнинг экспорт салоҳиятини ошириш масалалари билан чамбарчас боғланган.

Кичик бизнесни ривожлантириш борасида амалга оширилган чора-тадбирларнинг натижаси қуйидагилар орқали намоён бўлади:

- кичик бизнеснинг мамлакатимиз ЯИМдаги улуши 2015 йилда 56.4 фоизга етганлиги;
- иш билан банд ходимлар пул даромадларининг 70 фоизи айнан кичик бизнес соҳасида шаклланаётганлиги;
- кичик бизнес корхоналарининг мамлакат экспортидаги улуши 2015 йилда 20,3 фоизга етганлиги ва ҳ.к.

Кичик бизнес субъектларини молиявий қўллаб-қувватлаш, уларни кредитлаш ҳажмининг ошиши соҳани ривожлантиришнинг муҳим омили ҳисобланади. 2015 йилда саноат соҳасида фаолият юритаётган кичик корхоналар ва микрофирмалар учун ягона солиқ тўлови ставкасининг 6 фоиздан 5 фоизга туширилиши натижасида 23,6 млрд. сўм миқдоридаги маблағ мазкур корхоналар ихтиёрида қолдирилди.

Шу йили кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларига 12 трлн. сўмдан ортиқ кредитлар ажратилди. Бу 2001 йилгига нисбатан қарийиб 11 марта, 2005 йилдагига нисбатан 4 марта кўп.

Кичик бизнес субъектларига ажратилган кредитларнинг 4 трлн.сўми «Микрокредитбанк» ҳиссасига тўғри келди. Соҳа ривожини учун шу йили Осиё тараққиёт банки, Ислон тараққиёт банки, Германия тараққиёт банки (КфВ), ХХР Ҳукумати ва бошқа хорижий инвесторлар маблағлари ҳисобидан жами 121,8 млн. долл. ёки 2008 йилга нисбатан 1,5 баробарга ортиқ кредит ресурслари жалб қилинди.

2016 йилда кичик бизнесни жадал ривожлантиришни қўллаб-қувватлаш борасида чора тадбирлар изчил давом эттирилмоқда. Масалан, 2014 йилда саноат соҳасида фаолият юритаётган кичик бизнес корхоналари учун ягона солиқ ставкаси 5 фоизга туширилган бўлса, 2015 йилдан эътиборан 5 фоизли солиқ ставкаси барча кичик бизнес корхоналари учун жорий этилди.

11.3. Истикболда кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари

Ўзбекистон Республикасида кичик бизнесни ривожлантиришдаги мавжуд муаммоларни ечимини топиш ва келгуси йилларда истикболлаштирилаётган параметрларни таъминлаш, ушбу соҳада тадбиркорлик фаоллигини оширишнинг йўналишларини аниқлаш ва улар бўйича чора тадбирларни белгилашни талаб этади.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, кичик бизнесда тадбиркорлик фаоллигини ошириш учун қуйидаги умумий шароитлар таъминлаши зарур:

- миллий иқтисодиётда макроиқтисодий мувозанатни таъминлаш негизида уни барқарор ривожланишини таъминлаш;
- иқтисодиётда рақобат муҳитини шаклланиши таъминлаш;
- кичик бизнесни давлат томонидан қўллаб – қувватлаш тизимини, унинг механизмларини такомиллаштириш асосида ривожлантириб бориш;
- кичик бизнесга хизмат кўрсатувчи инфратузулмаларни самарали ҳаракат қилишини таъминлаш.

Ўзбекистон Республикасида кичик бизнес фаолиятини оширишнинг асосий йўналишлари қуйидагилардан иборат:

- кичик бизнесни ҳуқуқий-меърий ва ташкилий асосларини иқтисодиётда турли омиллар таъсирида руй бераётган ўзгаришларга мос равишда узлуксиз такомиллаштириб бориш;
- давлат томонидан кичик бизнес ва ҳуқуқий тадбиркорликни қўллаб қувватлаш механизмларини самарадорлигини ошириш, бу борада хорижий мамлакатлар тажрибасидаги янги механизмларни мавжуд шароитларга мослаштирган ҳолда амалиётга қўллаш;
- кичик бизнесни инновация негизида ривожланишини таъминлаш борасида чора – тадбирларни ишлаб чиқиш;

- кичик бизнесни молиявий жиҳатдан таъминлаш мавжуд механизмларни самарадорлиги ошириш ва молиялаштириштиришнинг янги манбаларини ҳаракатга келтириш негизида қулай инвестиция муҳитини яратиш;
- кичик бизнесда ишлаб чиқаришни ташкил этишни моддий таъминотини такомиллаштириш;
- кичик бизнесни ташқи иқтисодий фаолият механизмларини такомиллаштириш;
- кичик бизнес саоҳаси учун малакали рақобатбардош кадрларни тайёрлаш;
- кичик бизнесда кооперацияни чуқурлаштириш.

Кичик бизнесни ушбу йўналишларда олиб бориладиган чора тадбирларни ишлаб чиқишда кичик бизнесни ривожлантириш борасида хорижий тажрибани ўрганиш ва уни мамалкатимиз шароитларига татбиқ этиш муҳимдир.

Хусусан, статистик маълумотларга кўра Италияда ялпи ички маҳсулотнинг йиллик ўсиши 3-5 фоизни ташкил этади ва ишлаб чиқариш кўрсаткичлари бўйича АҚШ, Япония, Германия ва Франциядан кейин 5-ўрини эгаллайди.⁶ Бу давлатда кичик бизнеснинг ўзига хос хусусияти шундаки, йирик фирмаларда ишлаш билан бирга ўриндошлик бўйича кичик ва хунрамандлик корхоналарида ҳам меҳнат қилиш учун кенг имкониятлар яратилган. Шунингдек ишлов чиқариш тузилмасининг энг муҳим таркибий қисмларидан бири кооператив (ширкат) секторидир. Корперация шакли мамлакат ташқарисида «саноатлаштиришнинг итальян модели»дир. Бундай саноат округларининг самарадорлиги шундаки, улар маҳаллий имкониятлардан самарали фойдалана оладилар. Бунинг натижасида корхоналар бир қанча имкониятларга эга бўлади, жумладан:

- корхоналараро муносабатлар мослашувчанлиги юзага келади;
- корхоналарга ташкилот, уюшмалар ва институтлар томонидан кўрсатиладиган хизматларга оид маълумотлар олиш имконини берадиган аниқ ахборот тизими юзага келади;
- миллий маҳсулотни ташқи бозорларга олиб чиқишда кичик корхоналар етакчи мавқега эга бўлади;
- тармоқ усулида ташкил этилган кичик ишлаб чиқариш кооперативларида бандлик юқори даражада бўлади.

Иқтисодчи олимлар тадқиқотларига кўра Италия иқтисодиётида турли соҳаларда фаолият юритувчи корхоналарни технологик жиҳатдан бирлаштириш ташкилик шакли «констелляция»⁷ аҳамияти алоҳида эътироф этилади. Бунда бир-бирига боғлиқ бўлган, мураккаб тайёр маҳсулотни ишлаб чиқаришда чекланган миқдордаги корхоналар бирлашиб фаолият юритади. Бундай ташкилий шаклда бирлашган корхоналарнинг бири маҳсулот тайёрлаш жараёнини бажарса, айримлари технологик жараён учун масъул бўладиган, баъзилари эса савдо билан шуғулланадилар. Натижада нафақат маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш муаммоси ҳал бўлади, шунингдек, ишлаб чиқариш кўлами ҳам кенгайди. Бундай жараёнда етакчиликни констелляцияда охириги босқичдаги ишларни бажарадиган корхона амалга оширади. Улар бошқа фирмалардан барча керакли бутловчи қисмларни сотиб олади ва лурга тарли ишлар бўйича буюртмалар беради.

Демак корхоналардаги фаолиятнинг мувофиқланишуви юзага келади. Турли констелляцияларда ҳамкорлик қилиш, бозорда маълум бир маҳсулот турига бўлган талабнинг кенгайтирилиши ва эркин рақобат муҳити яратилади, шу билан бирга маҳсулотнинг таннархи ва унинг нархи пасайишига олиб келади.

11.4. Кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантириш бўйича хорижий мамлакатлар тажрибасини Ўзбекистонда қўллаш

Италия Республикасида кичик бизнес субъектларини ривожлантиришнинг бу ташкилий шакли Ўзбекистонда ҳам мавжуд хусусиятлар асосида фойдаланиш мумкинлигини

⁶ Ташқи иқтисодий алоқалар вазирлиги ИБ – 2005 йил.

⁷ “constellazione” – юлдузлар туркуми демакдир

эътироф этмоқчимиз. Чунки боис констелляция усулини Ўзбекистон амалиётида ҳам қўллаш, кичик бизнесда афзалликлар яратади, булар:

- кичик корхоналарни молиялаштиришни таъминлайди;
- технологик жиҳатдан мураккаб бўлган маҳсулотларни ишлаб чиқариш имконини беради;
- корхоналарнинг ишлаб чиқаришда рақобатбардошлигини оширади;
- маркетинг тадқиқотларини ўтказишнинг реаллигини таъминлайди.

Самарали экспорт фаолиятини амалга оширишлари учун ташқи бозор талабларига тўлиқ жавоб берадиган маркетинг мажмуаси ахборотлари билан таъминланган бўлишлари зарур. Бозорларнинг ўзига хос салоҳияти ва бозор конъюктурасидаги ўзгаришлар бўйича жорий ахборот тизимига, компанияларнинг барча ресурслари бевосита савдо фаолиятига қаратилган ва асосий харидорлар билан доимий алоқа ўрната оладиган ташкилотлар бу экспорт савдо компанияларидир. Жаҳон амалиётида экспорт фаолиятини ташкил этишнинг чет элларда савдо уйлари очиш шакли ҳам ташқи

меҳнат унумдорлиги иқтисодий фаолиятни ривожлантиришнинг шакли сифатида кенг тарқалган.

Ўзбекистон савдо уйлариининг чет элларда ташкил этилиши маҳаллий тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқарувчилар экспорт фаолияти самарадорлигининг ошишига ҳам имконият яратади. Кичик бизнес субъектларининг ташқи иқтисодий алоқаларга киришишида савдо воситачилари кўмак беради ва ҳамкорлар ва харидор топишга дастлабки имконият яратилади.

Шундай қилиб, юқорида келтирилган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришнинг устувор йўналишларини ва хорижий тажрибани ўз ичига қамраб олувчи Ўзбекистон Республикасида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик секторини янада ривожлантириш дастури”ни ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз. Уни ишлаб чиқиш жараёнида қуйилаги жиҳатларга алоҳида эътибор бериш лозим:

Биринчидан, КБваХТ шаклланишида ва ривожланишида тадбиркорлик ва тадбиркорлик фаоллиги ўртасидаги умумий боғлиқлик омилларидан, авваломбор, “Вақтдан унумли фойдаланиш” (йилдан йилга ижобий натижаларга эришиш), “Ишлаб чиқариш узлуксизлиги ёки давомийлиги” (мавсумий ишдан кўра кўп йиллик фаолият афзаллиги) ва “Самарадорлик” (нафтлилик) каби кўрсаткичларга эътибор берилиши зарур. Иккинчи омил кўпроқ кичик бизнес субъектларига таалуқлидир.

Иккинчидан, тадбиркорлик меҳнат ва тадбиркорликнинг ўзига хос хусусиятлари ўртасидаги умумийлик омилларига, биринчи навбатда, кишиларнинг “меҳнатга янгича муносабати” (мулк ҳисси, бойиш истаги, яратувчанлик ва ҳ.к.) ҳамда “меҳнат фаолияти ижод, ақл ва тафаккур орқали амалга ошади” (айниқса, кичик бизнес учун), “меҳнатга оқилона муносабат” (кўпроқ фермер хўжаликларида) сингари омил-кўрсаткичлар соҳа тадбиркорларининг маънавий-ақлий шаклланишида муҳим ўрин эгаллайди. Бу эса, ўз навбатида, тадбиркорнинг бой маънавий қиёфага эга бўлишни, билим-малакасини оширишни ўз фаолиятига янгича қараши ва ишини оқилона ташкил этишини зарурий мақсадга айлантиради.

Учинчидан, ҳар бир тадбиркор ўз фаолиятини самарали ташкил этишда меҳнат бозорининг ишчи кучига бўлган талаби ва тадбиркорлик қобилияти хусусиятларининг умумийлигида, авваломбор, “ижодкорлик” (инноваторлик), “ишчанлик”, “яратувчанлик” (бунёдкорлик) каби хусусиятларга ижобий, устивор муносабатда бўлиши талаб этилади.

Кичик бизнес соҳасини кенгайтириш ва самарадорлигини ошириш асосида ушбу секторни барча томонидан эътироф этилган вазифаларини тўлиқ бажаришни таъминлаш ва ривожлантиришида янги сифат босқичига ўтишини таъминлашдан иборат. Кичик бизнесни ривожланишини жадаллаштириш негизда уни ялпи ички маҳсулотдаги ҳисасини 66,1 фоизга етказиш.

Мамлакат иқтисодиётида кичик бизнес субъектларининг улуши ва аҳамиятини тубдан ошириш мақсадида дастурда қуйидаги йўналишларда комплекс чора-тадбирларни амалга ошириш кўзда тутилади:

- тадбиркорлик субъектларини ташкил этиш ва фаолият юритишнинг ҳуқуқий меъёрий базасини такомиллаштириш. Бунда мансабдор шахслар томонидан буйруқбозлик ва бошқа салбий ҳолатларнинг олдини олиш борасида уларнинг масъуллигини оширишга муҳим эътибор қаратилади;
- кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришни давлат томонидан тартибга солиш тизимини такомиллаштириш ва тадбиркорлик тузилмалари фаолиятига давлат ҳокимияти ва бошқарув органларининг ноқонуний ва асоссиз аралашуви ҳолатларини бартараф этиш;
- йирик корхоналарни таркибий ўзгартириш натижасида бўшаб қолган нотураржой бинолар ва фойдаланилмаётган ишлаб чиқариш майдонларини кичик корхоналарга бериш;
- йирик саноат корхоналарида тайёр маҳсулот ишлаб чиқариш учун импортга мўлжалланган эҳтиёт қисмлар, деталлар ва керакли ускуналар ишлаб чиқаришни маҳаллийлаштириш бўйича Дастурни амалга ошириш;
- кичик бизнес учун мутахассислар тайёрлаш тизимини такомиллаштириш ва сифатини ошириш

Дастурда кичик бизнесни ташкилий-ҳуқуқий асосларини руй бераётган ўзгаришларга мослаштириб бориш қуйидаги тартибларни ўз ичига қамраб олади:

- кичик бизнесни бир маромда ривожлантириш учун шарт-шароитлар яратиш мақсадида тадбиркорликни ривожлантиришнинг меъёрий-ҳуқуқий базасини такомиллаштириш;
- тадбиркорлик фаолиятининг бошланиши билан боғлиқ меъёрий ва ҳуқуқий ҳужжатларни соддалаштириш;
- тадбиркорларни ҳуқуқларини ҳимоя қилиш механизминини такомиллаштириш ва уни аслида ҳаракат қилишини таъминлаш йўли билан ижобий фаол тадбиркорлик муҳитини яратиш;
- хусусий тадбиркорларга халқаро стандарт талабларига жавоб берадиган янги маҳсулот турларини ишлаб чиқариш учун меъёрий-техник ҳужжатларни ишлаб чиқишда кўмаклашадиган инфратузилмани шакллантириш;
- тадбиркорлик тузилмалари фаолиятига давлат ҳокимияти ва бошқарув органларини ноқонуний ва асоссиз аралашув ҳолатларига чек қўйиш;
- микро ва кичик корхоналарда бухгалтерия ҳисоботларини юритиш тартибини, ушнингдек солиқ ва статистика органлаига ҳисоботларни тайёрлаш ва етказишни такомиллаштириш.

Кичик бизнес тадбиркорлик фаолиятини оширишда давлат томонидан қўллаб қувватлашни самарасини ошириш мақсадида дастурда ушбу йўналиш қуйидагиларни амалга ошириши лозим:

- давлат органлари, тадбиркорларнинг жамоат ташкилотлари ва тижорат тузилмалари билан ҳамкорлигини таъминловчи механизмни такомиллаштириш;
- рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқаришга мўлжалланган инвестицион лойиҳаларни амалга ошириш, экспорт ҳажминини ошириш, маҳаллий хом-ашё ресурсларидан фойдаланишни яхшилаш, қўшимча ишчи ўринларни ташкил этишга кўмаклашиш;
- доимий фаолият кўрсатадиган кўрғазма ва технологик ускуналар, мини технологиялар ярмаркаларини ташкил этиш;
- кичик бизнес субъектларининг молиявий ресурслардан фойдаланиш имкониятларини яратиш;
- кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик соҳасида халқаро ҳамкорликни ривожлантиришдан иборат.

Дастурда кичик бизнесни инновация асосида ривожланишини таъминлаш қуйидагиларни ўз ичига қамраб олади:

- технологик жараёнларни доимий равишда янгилаб бориш асосида маҳсулот сифатини ошириш ва ресурсларни тежалишига олиб келувчи иновацияларни ишлаб чиқаришга жорий этиш мезанизмни такомиллаштириш;
- инновацияларни харид қилиш ва ундан ишлаб чиқаришда фодаланиш амалга ошириш механизмини сифатида яратилган инновацияларни танлов асосида имтиёзли равишда кичик корхоналарга сотиш;
- қисқа даврда ишлаб чиқаришда аслида қўллаш мумкин бўлган инновацион ишланмаларни давлат томонидан ишлаб чиқарувчиларни жалб этган ҳолда молиялаштиришни ташкил этиш;
- инновацион тадбиркорликни қўллаб – қувватлаш.

Кичик бизнесни молиявий ресурслар билан таъминлаш йўналишида Дастурда қуйидаги тадбирларни амалга ошириш назарда тутилган:

- молиялаштириш ва суғурта лойиҳаларини амалга киритишни кенгайтириш, кафолат бериш ва механизмини такомиллаштириш;
- операцияларини қўллаш;
- лизинг;
- бюджетдан ташқари маблағлар ҳисобига имтиёзли кредитлаш ва микрокредитлаш;
- кичик бизнес субъектларига лизинг асосида ускуналар сотиб олишни маблағлар билан таъминлаш;
- тижорат банклари томонидан ишлаб чиқаришни кенгайтириш ва айланма маблағларни тўлдириш, хизматлар кўрсатиш ҳажмини оширишга қаратилган кредитлар бериш механизмларини такомиллаштириш;
- маҳаллий хом-ашёдан чет эл кредит линияларини, шунингдек миллий валютадаги маблағларни жалб этган ҳолда тайёр маҳсулот ишлаб чиқарадиган миниускуналар яратиш амалиёти давом эттирилади.

Кичик бизнес субъектларининг моддий-техник таъминоти бўйича келгусида йилларда амалга ошириладиган ишлар қуйидагилардан иборат бўлиши лозим:

- биржа, аукцион ва ярмаркалар савдо доирасини кенгайтириш;
- замонавий техника ва технологиялар лизингини кенгайтириш.

Бунга эришиш учун қуйидаги тадбирлар амалга ошириш назарда тутилади:

- республикада ишлаб чиқарилаётган мини ускуналар, технологиялар каталогини тузиш;
- вилоят мисолида хом-ашё, моддий-техника, меҳнат ва бошқа ресурсларнинг мавжудлиги тўғрисидаги маълумотлар базасини такомиллаштириш;
- ҳар бир тадбиркорлик субъектларининг хом-ашё ва ишлаб чиқариш имкониятларини ҳисобга олган ҳолда эҳтиёжини шакллантириш тизимини такомиллаштириш;
- мамлакатда бу тадбирлар бажарилса озиқ-овқат, чакана ва улгуржи савдо ярмаркаларининг кенг қўламда фаолият кўрсатишини таъминлаш.

Бунинг учун, албатта, кичик бизнес субъектларини ахборот-маслаҳат марказлари билан таъминлаш орқали қўллаб-қувватлаш зарур. Кичик тадбиркорлик субъектларини ахборот-консалтинг хизматлари билан қўллаб қувватлаш қуйидагилар орқали таъминланади:

- вазирлик идораларининг тегишли бўлимлари (Монополиядан чиқариш, рақобат ва тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш бошқармаси, Давлат солиқ бошқармаси, Давлат божхона бошқармаси, Адлия бошқармаси, Ташқи иқтисодий алоқалар институтлар савдо бошқармаси ва бошқалар);
- Савдо-саноат палатасининг ва тадбиркорликнинг бошқа жамоат ташкилотларининг ахборот – маслаҳат бўлимлари, хусусий консалтинг, аудитор, адвокат фирмалари ва солиқ маслаҳатлари;
- махсус газета ва журналлар;

- тадбиркорларга стандартлаштириш техник-иқтисодий маълумотларни, кодлаш ва классификация бериш масалалари бўйича услубий ва амалий ёрдамларни кенгайтириш;
- кичик бизнес субъектларининг нафақат бухгалтерия ҳисоби ва молия ҳисоботларини юритишда, балки мижозларга ўз бюджетларини режалаштиришда ҳуқуқий ва консалтинг маълумотларни олишда ривожланган даражадаги ахборот технологияларидан фойдаланган ҳолда олиб бориш имкониятларини яратиш.

Хулоса ўрнида ишонч билан айтиш мумкинки кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ўсиши билан биз мамлакатимизда таянчимиз бўлган мулкдорлар ўрта синфини шакллантириш вазифасини бевосита ҳал қилишга эришамиз. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик аҳли бандлигини таъминлайдиган ва унинг асосий даромад манбаи бўлган муҳим бўғинга айланади. Иқтисодиётни изчил ривожлантиришнинг энг муҳим омили, жамиятимиз ижтимоий ва сиёсий барқарорлигининг кафолати, мамлакатимизни тараққиёт йўлидан олға етаклайдиган фаол ҳаракатланувчи кучи сифатида амал қилади.

Дастурда белгиланган мақсад ва вазифаларни ҳудудий кесимда аниқлаштиришда куйидаги ҳолатларни ҳисобга олиш мақсадга мувофиқдир:

- кичик тадбиркорликни ривожлантиришнинг ҳудудий дастурини минтақа хусусиятига мос равишда ишлаб чиқиш;
- ҳудудий-соҳавий хусусиятига кўра ишлаб чиқариш тизимини ташкил этиш;
- маъмуриятчиликни кескин чеклаш;
- институционал асосларни янада кенгайтириш;
- йирик корхоналар билан кичик корхоналар интеграциясига эришиш;
- корхоналарнинг ишлаб чиқариш гуруҳларини ташкил этиш;
- мониторинг тизимини тўлиқ шакллантириб бориш эвазига жаҳонга чиқиш;
- инновацион фаолликни ошириш. Меҳнат инновацияси ва меҳнат менежменти муносабатларини такомиллаштириш орқали сифат кўрсаткичига эришиш.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш Дастури Ўзбекистон Республикаси Президентининг тадбиркорлик субъектларини ривожлантиришни рағбатлантириш бўйича қарорларида белгиланган вазифаларни ҳал этишни назарда тутуади. Мамлакат иқтисодиётида кичик бизнес самарадорлигини ошириш асосида уни салмоғи ва аҳамиятини тубдан оширишни таъминлайди.

МАҚОЛАЛАР

Почему стоимость жизни резко снизится в ближайшие 20 лет

24 Июл 2016

- 140 [Поделиться на Facebook \(Открывается в новом окне\)](#)140
- [Нажмите, чтобы поделиться на Twitter \(Открывается в новом окне\)](#)



- 1
- [Нажмите, чтобы поделиться в Google+ \(Открывается в новом окне\)](#)



-
-



Питер Диамандис, основатель и CEO X PRIZE Foundation

Люди обеспокоены тем, что искусственный интеллект и роботы уничтожат рабочие места, нарушат привычный уклад жизни и когда-нибудь развалят всю экономику. В ожидании подобного развития событий несколько стран, включая Канаду, Индию и Финляндию, экспериментируют с идеей “всеобщего базового дохода” — безусловного денежного пособия от правительства для поддержания уровня жизни независимо от того, получаете вы зарплату или сидите без работы. Но мое внимание привлекло нечто

иное, о чем люди не говорят — быстрая демонетизация стоимости жизни. Иными словами, с течением времени становится все дешевле и дешевле обеспечивать наши базовые потребности. Благодаря экспоненциальному развитию технологий стоимость жилья, транспорта, пищи, здравоохранения, развлечений, одежды, образования и тому подобного продолжит снижаться, устремляясь к нулю. В этой статье я хочу изучить, как люди тратят свои деньги сейчас, и как “технологический социализм” может демонетизировать нашу жизнь.

Как мы тратим сегодня

Потребительские привычки по всему миру довольно однородны. Где бы мы ни жили, мы обычно тратим деньги на одни и те же базовые продукты и услуги. Давайте взглянем, как потребители тратят свои деньги в трех крупных странах — Соединенных Штатах, Китае и Индии. В 2011 году 33% среднего дохода американской семьи было потрачено на жилье, еще 16% на транспорт, 12% на еду, 6% на здравоохранение, и 5% на развлечения. То есть в совокупности более 75% расходов приходится именно на эти статьи. В Китае, согласно результатам недавнего исследования, общая тенденция аналогичная: питание, жилье, транспорт и хорошее самочувствие — это основные направления расходов. При этом почти половина расходов приходится на одежду и питание, а развлечениям уделяется пониженное внимание. В Индии преобладают расходы на питание, транспорт, а также различные товары и услуги. А вот затраты на аренду или покупку жилья и здравоохранение — это лишь небольшая часть в структуре трат. Эти различия отражают экономические, инфраструктурные и культурные особенности в каждой из трех стран, но в любом случае мы видим что большая часть расходов относится к семи главным категориям: транспорт, питание, здравоохранение, жилье, энергия, образование и развлечения. А теперь представьте себе, что могло бы произойти, если бы стоимость этих вещей резко снизилась. И такая перспектива — не из области фантастики.

Резкая демонетизация: что это такое

В данном случае под демонетизацией мы будем понимать способность технологического прогресса взять продукт или услугу, которые раньше были дорогими, и сделать их значительно дешевле, либо потенциально бесплатными. Деньги перестают быть частью уравнения.

Вспомните фотографию. Во времена Kodak это было дорогое удовольствие. Нужно было заплатить за фотоаппарат, за пленку, за проявку и так далее. Сегодня все изменилось до неузнаваемости: камера стала бесплатным дополнением к вашему телефону. Не нужно ни пленки, ни проявки — полная демонетизация.

Или возьмем такую сферу, как исследования. В прошлом сбор данных был трудным и затратным процессом — затратным по времени, если вы занимались этим сами, либо затратным по деньгам, если вы нанимали исследователей. Сегодня, в эпоху Google, информацию можно собирать бесплатно, а ее качество стало в тысячу раз лучше. Доступ к информации и инструментам для исследований полностью демонетизирован.

Коммуникационные приложения, такие как Skype или Google Hangouts, демонетизировали рынок видеоконференций и международной телефонной связи. Amazon демонетизировал книжную розницу, Craigslist — рынок частных объявлений, iTunes — индустрию звукозаписи, Airbnb — отели. Список можно продолжать.

Демонетизация на миллион

В конце моей книги “Изобилие” (*Abundance*) есть [таблица](#), в которой показано, как с помощью смартфона мы демонетизировали продуктов и услуг на \$900 тыс. (цены на продукты, которые были выведены на рынок в период с 1969 по 1989 год, пересчитаны с учетом инфляции на 2011 год).

Двадцать лет назад наиболее зажиточные американские граждане могли позволить себе иметь фотоаппарат, видеокамеру, CD-плеер, стереосистему, игровую консоль, сотовый телефон, наручные часы, несколько комплектов энциклопедий, атлас мира и т.п. Сегодня все эти вещи бесплатны в вашем смартфоне. Странно, что мы не осознаем ценность этих вещей, когда они становятся бесплатными. Мы просто рассчитываем на них. Теперь давайте взглянем на упомянутые выше семь главных статей расходов и спроецируем, как они могут быть демонетизированы за одно-два следующих десятилетия.

1. Транспорт

Автомобильный рынок (емкость — \$1 трлн) уже демонетизируется такими стартапами, как Uber. Но это лишь начало. Когда Uber представит свои полностью автономные сервисы, стоимость перевозок рухнет. Подумайте о том, какие составляющие, влияющие на цену перевозок, исчезнут. Когда все машины станут самодвижущимися, на дорогах не будет аварий, а значит, не нужно будет тратиться на страховку. Расходы на ремонт сократятся. Доставив вас в пункт назначения, автономный автомобиль сразу отправится обслуживать другого пассажира, так что парковка ему не нужна. А поскольку автомобили станут электрическими, мы сэкономим на топливе. В итоге стоимость поездок на авто будет в 5-10 раз ниже по сравнению с сегодняшними затратами автовладельца. Такова будущая модель “автомобиль как услуга”.

2. Еда

Как я писал в книге “Изобилие”, стоимость продуктов питания упала в 13 раз за прошедшие столетие. Тренд на снижение сохранится. В США за последние 50 лет затраты на питание дома [снизились более чем на 50%](#). Когда мы научимся эффективно производить продукты локально, с помощью вертикального фермерства, это станет дополнительным фактором снижения стоимости. Сейчас 70% в структуре конечной розничной цены продуктов питания приходится на транспортировку, хранение и сопутствующие затраты. Кроме того, с развитием науки мы научимся получать больше еды с каждого квадратного метра.

3. Здравоохранение

Отрасль здравоохранения можно грубо разбить на четыре главные категории: диагностика, вмешательство или хирургия, уход за хроническими больными, медикаменты.

Диагностика. Искусственный интеллект уже продемонстрировал способность диагностировать рак лучше самых знаменитых докторов. Патологии выявляются на основе изучения изображений, анализа данных генома и гигабайтов фенотипологических данных. Причем себестоимость такой диагностики будет стремиться к стоимости потраченной электроэнергии.

Хирургия. Лучшими хирургами в мире будут роботы. Они смогут двигаться высокой точностью и получать картинку оперируемой области с высоким увеличением. Каждый

робот-хирург будет иметь доступ к данным миллионов предшествующих операций, проведенных роботами, получая преимущество перед наиболее опытными хирургами-людьми. Себестоимость операции тоже стремится к нулю.

Уход за хроническими больными и престарелыми. Здесь роботы тоже смогут создать наиболее экономичную альтернативу существующим сегодня услугам.

Медикаменты. Разработка и производство лекарств станут более эффективными с помощью искусственного интеллекта. Вероятно, уже в недалеком будущем специальный 3D-принтер сможет “напечатать” для вас идеальную таблетку, состав которой будет подобран с учетом ваших потребностей и анализов крови на текущий момент. Также стоит отметить, что стоимость геномного секвенирования резко снижается. Судя по [этому графику](#), скорость обесценивания в пять раз быстрее, чем удешевление вычислительных мощностей в соответствии с законом Мура. Точное секвенирование позволит прогнозировать, какие заболевания, обусловленные наследственностью, у вас с наибольшей вероятностью разовьются, и какое лечение может быть для вас наиболее эффективно.

4. Жилье

Вы задумывались о том, что больше всего влияет на стоимость жилища? Почему квартира на Манхэттене стоит \$10 млн, хотя жилье такой же площади на окраине Сент-Луиса можно купить за \$100 тыс? Ответ очевиден — месторасположение. Людей привлекают густонаселённые престижные районы — там они оказываются рядом с рабочими местами и развлечениями. Рыночный спрос заставляет цены расти.

Демонетизация жилья произойдет по двум причинам. Во-первых, благодаря двум ключевым технологиям близость вашего дома к месту работы перестанет иметь такое огромное значение. А значит, вы сможете жить где угодно, в том числе там, где жилье дешевое. О каких технологиях идет речь? Одна из них — автономные автомобили. Подумайте сами — если время в пути от дома до работы вы можете потратить на то, чтобы читать, расслабляться, спать, смотреть фильм или проводить встречу, разве имеет значение, что вы провели в пути полтора часа? Другая технология — виртуальная реальность. Что произойдет, если ваше рабочее место — виртуальный офис, а ваши коллеги — аватары? Да вам попросту больше не надо никуда ездить. Вы проснулись, подключились к своему виртуальному рабочему месту, и работаете — находясь в это время хоть на ферме, хоть на экзотическом острове.

Еще одна причина ожидать падения стоимости жилья связана со снижением себестоимости строительства благодаря роботам-строителям и технологиям 3D-печати зданий. Сейчас ряд стартапов работает над тем, чтобы радикально сократить как расходы на строительство, так и время постройки. Например, в Китае компания WinSun методом 3D-печати создает целые многоквартирные дома.



Дом, созданный методом 3D-печати в Китае

5. Энергетика

Количество солнечной энергии, попадающей на Землю в течение одного часа, в 5000 раз превышает количество энергии, которое все человечество использует за один год. Солнечной энергии в избытке по всему миру, причем беднейшие страны самые солнечные. Сегодня стоимость солнечной энергии упала до 3 центов за киловатт-час. Производство солнечной энергии продолжит демонетизироваться за счет повышения эффективности в результате новых научных открытий.

6. Образование

Во многих отношениях образование уже подвергалось демонетизации, поскольку большая часть информации, которую вы могли бы изучить в институте, уже доступна бесплатно онлайн. Coursera, Khan Academy, Гарвард, MIT и Стэнфорд — все эти учебные заведения предлагают тысячи часов качественного образования онлайн, доступного любому человеку на планете при наличии интернет-соединения.

Но это — лишь начало. В скором времени лучшими преподавателями в мире станут искусственные умы, обладающие детальным знанием способностей, потребностей, желаний и текущего уровня знаний своих студентов, и обучающие их именно тому, что им нужно, наилучшим способом и в идеальном темпе. В результате отпрыск миллиардера и ребенок бедняка будут иметь доступ к одному и тому же (самому лучшему) образованию, практически бесплатно.

7. Развлечения

Такие виды развлечений, как видеофильмы и компьютерные игры, исторически требовали существенных вложений в оборудование и услуги. Сегодня, с появлением сервисов потокового вещания музыки и видео (YouTube, Netflix и др.) мы наблюдаем взрывной рост количества доступного контента с одновременным появлением множества быстро демонетизируемых опций.

Стартап: не каждому по зубам

27 Апр 2016

- [63 Поделиться на Facebook \(Открывается в новом окне\)](#)⁶³
- [Нажмите, чтобы поделиться на Twitter \(Открывается в новом окне\)](#)



- [Нажмите, чтобы поделиться в Google+ \(Открывается в новом окне\)](#)



-



Моран Барни

Основательница компании No CMO

Вы наверняка не раз говорили себе: «У меня идея на миллион долларов и сейчас именно то время, когда надо запустить свой стартап». Проходил день, неделя, месяц, а дело не двигалось с мертвой точки. На смену горячему энтузиазму приходило отрезвляющее понимание, что для запуска бизнеса недостаточно хорошей идеи и высокой цели.

Столкновение с реальностью всегда болезненно, если вы только что парили в облаках. Избыток оптимизма и идеализма может сделать мучительными первые годы предпринимательства. Но вы обязаны пройти через разрушение иллюзий, чтобы ясно понимать, чего стоит труд предпринимателя. Мы часто слышим потрясающие истории успеха в сопровождении ураганного юмора из Кремниевой долины, но истории неудачников не привлекают нашего внимания — нам кажется, что успешным можно стать, подражая тем, кто уже многого добился.

По статистике 9 из 10 стартапов терпят крах. И это вовсе не значит, что 1 из 10 стартапов становится в итоге прибыльным бизнесом или выходит на IPO. Для большинства успех, которого они достигают, весьма относительный.

Мы собрали вместе 7 моментов, на которые стоит обратить очень пристальное внимание, прежде чем пойти ва-банк.

1. Вы постоянно нервничаете и переживаете



Некоторые люди спокойны по своей природе, а некоторые постоянно нервные.

Да, будучи предпринимателем вы всегда должны быть настороже, но это не значит, что вы постоянно должны быть на нервах. Планирование и запуск стартапа сопряжены с огромным количеством стрессовых ситуаций, но нужно научиться управлять своим психологическим состоянием. Принятие решений и работа под постоянным давлением стресса неизбежно приведет вас и ваш проект к провалу.

Ставки будут становиться только выше со временем, когда вы будете нанимать своих сотрудников и перекладывать на них часть своих обязанностей. Первые 10 сотрудников будут развивать корпоративную культуру для первой сотни ваших сотрудников. И если они все время будут чувствовать беспокойство и неуверенность в завтрашнем дне, то сама собой сложится отравляющая атмосфера.

2. Вы нерешительны



Вся суть стартапа сводится к ежечасному принятию решений и рисков. Вы должны быть тверды в своих решениях, иначе вы можете потерять равновесие и сорваться в штопор.

Успешные предприниматели знают, как важно уметь быстро принимать решения, и что нужно стоять горой за них. Речь идет не об упрямстве, это может только помешать быть гибким в постоянно изменяющихся условиях. Речь идет о моментах, когда вы мечетесь между разными вариантами: кого нанять на работу, как должна выглядеть дорожная карта нового продукта и т.д. В подобные моменты неуверенность может взять верх над вами.

3. Ваши навыки планирования, бюджетирования и прогнозирования ужасны



Вы не планируете свой бюджет дальше трех месяцев. И это может создавать дополнительные стрессовые ситуации, в случае, когда вам необходимо рассчитываться с работниками и поставщиками.

Хороший предприниматель должен составлять долгосрочные планы. Инвесторы в первую очередь ищут проекты с перспективой роста, и если ваш проект очень быстро рос, а потом рост замедлился, то возможно уже слишком поздно для поиска новых инвестиций.

4. Вы тратите слишком много денег на бесполезных советников



У вас нет времени, чтобы нанять сотрудников на все необходимые позиции, и чтобы как-то это компенсировать, вы нанимаете советников для разовых проектов. Преданность и самоотверженность работника куда выше, чем у советников, и от этого может очень многое зависеть. Так же вам может казаться, что это экономит вам деньги, но это не так.

Хороший советник стоит дорого, и как правило не меньше полноценного сотрудника. Плохой советник вам ни с чем не поможет, а лишь будет потирать лапки, получая свой гонорар.

5. Ваши межличностные навыки – отстой



Если вы в целом не очень приятная личность, любите сплетничать и говорить за спиной своих коллег, к сожалению, с открытием своего бизнеса это не изменится. Для вас очень сложно говорить своим коллегам что-то приятное, речь уже о комплиментах за хорошо проделанную работу.

6. Вы не являетесь образцом для подражания



Ваши сотрудники и коллеги не восхищаются вами, а вы ожидаете от них определенного поведения и трудовой этики, хотя сами ведете себя иначе.

Когда вы встречаетесь с новым человеком и представляетесь предпринимателем, ваш собеседник сразу классифицирует вас как лидера и относится к вам с уважением. Но эта полученная авансом репутация моментально рушится, если вы не ведете себя должным образом. Это может начинаться с того, что вы станете приходить на работу в полдень, а уходить до 4 дня, игнорируя совещания сотрудников. Всегда важно помнить, что вы находитесь на вершине пирамиды и каждый замечает вас. Если вас не воспринимают в качестве лидера, команда проекта не будет работать как единый организм.

7. Вы – не универсальный сотрудник



У вас в голове есть место для вещей помимо вашего стартапа. Это может быть что угодно, от второй работы и семьи до ремонта в вашем доме. Когда вы не в полной мере поглощены проектом, он просто не будет работать. Если вы не готовы тратить безумное количество времени, чтобы выполнять любую роль в своем бизнесе, то стартапы не для вас. Только немногие способны запустить стартап, работая только по выходным.

Consumer dominant value creation: A theoretical response to the recent call for a consumer dominant logic for marketing

Author(s):

Thomas Boysen Anker (University of Glasgow, Glasgow, United Kingdom)

Leigh Sparks (Institute for Retail Studies, University of Stirling, Stirling, UK)

Luiz Moutinho (Glasgow University, Glasgow, United Kingdom)

Christian Grönroos (Department of Marketing, CERS – Centre for Relationship Marketing and Service Management, Hanken School of Economics, Helsinki, Finland)

Citation:

Thomas Boysen Anker , Leigh Sparks , Luiz Moutinho , Christian Grönroos , (2015) "Consumer dominant value creation: A theoretical response to the recent call for a consumer dominant logic for marketing", *European Journal of Marketing*, Vol. 49 Iss: 3/4, pp.532 – 560.

DOI <http://dx.doi.org/10.1108/EJM-09-2013-0518>

Downloads: The fulltext of this document has been downloaded 1919 times since 2015.

Abstract:

The purpose of this paper is to provide an analysis of the ontological and semantic foundations of consumer-dominant value creation to clarify the extent to which the call for a distinct consumer-dominant logic (CDL) is justified. This paper discusses consumer-driven value creation (value-in-use) across three different marketing logics: product-dominant logic (PDL), service-dominant logic (SDL) and CDL. PDL conceptualises value as created by firms and delivered to consumers through products. SDL frames consumer value as a function of direct provider-consumer interaction, or consumer-driven chains of action indirectly facilitated by the provider. Recently, the research focus has been turning to consumer-dominant value creation. While there is agreement on the significance of this phenomenon, there is disagreement over whether consumer-dominant value creation is an extension of SDL or calls for a distinct CDL.

Design/methodology/approach

– This is a conceptual paper, which is informed by five cases of consumer dominance. The cases are used to clarify rather than verify the analysis of the ontological and semantic underpinnings of consumer-dominant value creation.

Originality/value

– This paper contributes to the ongoing theoretical debate over the explanatory power of SDL by demonstrating that SDL is unable to accommodate important ontological and semantic aspects of consumer-driven value creation.

Keywords:

Service-dominant logic, Consumer-dominant logic, Consumer value, Marketing logics, Product-dominant logic

Acknowledgments:

The authors would like to thank the reviewers for their highly constructive comments, which have enabled us to improve the quality of this paper substantially.

**When Hostile Consumers Wreak Havoc on Your Brand: The Phenomenon of
Consumer Brand Sabotage**

Andrea Kähr, Bettina Nyffenegger, Harley Krohmer, & Wayne D. Hoyer

Andrea Kähr is a doctoral student of marketing, Institute of Marketing and Management, University of Bern (e-mail: Kaehr@imu.unibe.ch).

Bettina Nyffenegger is Assistant Professor of Marketing, Institute of Marketing and Management, University of Bern (e-mail: Nyffenegger@imu.unibe.ch).

Harley Krohmer is Professor of Marketing and Chairman of the Marketing Department, Institute of Marketing and Management, University of Bern (e-mail: Krohmer@imu.unibe.ch).

Wayne D. Hoyer is James L. Bayless/William S. Farish Fund Chair for Free Enterprise and Chairman of the Department of Marketing, McCombs School of Business, University of Texas at Austin (e-mail: Wayne.Hoyer@mcombs.utexas.edu).

The authors thank the review team for their insightful and constructive comments on this article. Barbara Kahn served as area editor for this article.

Abstract

In recent years, companies have been confronted with a new type of negative consumer behavior: consumers who have turned hostile and who are strongly determined to cause damage to the brand. Empowered by new technological possibilities, an individual consumer can now wreak havoc on a brand with relatively little effort. In reflection of this new phenomenon, the authors introduce the concept of consumer brand sabotage (CBS). On the basis of different underlying motives, a conceptual framework distinguishes CBS (a form of hostile aggression: harming the brand as dominant motive) from other forms of negative consumer behavior, such as customer retaliation and negative word of mouth (instrumental aggression: harming a brand is only a means to achieve other objectives, e.g., restoring equity). This framework adapts insights from aggression and appraisal theories as well as qualitative interviews with actual saboteurs to a consumer–brand relationship context in order to develop an improved theoretical understanding of the under-researched phenomenon of CBS. The authors analyze the mental escalation processes of individual consumers toward CBS and develop a road map for future research.

Keywords: marketing theory, consumer brand sabotage, brand management, consumer–brand relationships, relationship breakdown

Motivating Sales Reps for Innovation Selling in Different Cultures **Sebastian Hohenberg & Christian Homburg**

Sebastian Hohenberg is Assistant Professor, Marketing Department, University of Mannheim (e-mail: sebastian.hohenberg@bwl.uni-mannheim.de).

Christian Homburg is Professor of Marketing, Chair of the Marketing Department, and Director of the Institute for Market-Oriented Management, University of Mannheim (e-mail: homburg@bwl.uni-mannheim.de).

The authors thank the *JM* review team for their insightful suggestions during the review process, as well as Martin Artz, Alexander Hahn, Martin Klarmann, Christina Kuehnl, Dirk Totzek, and Arnd Vomberg for their helpful comments. Robert Palmatier served as area editor for this article.

Abstract

Innovation commercialization, an important managerial challenge, depends heavily on the sales force for its success. However, little empirical research has examined how firms should direct sales reps in this task in a global, multicultural context. Drawing on self-determination theory, this study investigates how to motivate sales reps for innovation selling in different cultures with various financial and nonfinancial steering instruments. The authors collected data in two waves from sales reps in 38 countries on four continents, making this study one of the largest international investigations in sales research. Results reveal that steering instruments should correspond closely with reps' national culture in terms of power distance, individualism, uncertainty avoidance, and long-term orientation. For example, findings show that whereas individualism strengthens the positive relationship between variable compensation for innovation-sales results and financial innovation performance through innovation-selling motivation, power distance and uncertainty avoidance weaken this relationship. Results also reveal that long-term orientation strengthens the positive relationship between supervisor appreciation for innovation-sales results and financial innovation performance through innovation-selling motivation.

**МАВЗУЛАР БЎЙИЧА ТАҚДИМОТ
СЛАЙДЛАРИ ВА ВИДЕО РОЛИКЛАР**

1-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорликнинг моҳияти ва мазмуни

1

• Кичик бизнес ва тадбиркорлик тушунчалари, уларнинг моҳияти ва мазмуни

2

• Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг иқтисодий, ижтимоий ва ҳуқуқий асослари

3

• Кичик бизнес ва тадбиркорлик муҳити ва унга таъсир этувчи омиллар

4

• Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришнинг мақсади ва вазифалари

5

• Кичик бизнес ва тадбиркорликни иқтисодиётда тутган ўрни

6

• Ўзбекистонда кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш йўналишлари

7

• 2011 йилда “Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик йили” Давлат дастурини ҳаётга тадбиқ этиш

1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик тушунчалари, уларнинг моҳияти ва мазмуни

Тадбиркорлик тушунчаларининг ҳозирги маъносида XVII аср охири ва XVIII аср бошларида илк бор инглиз иқтисодчиси Ричард Кантлон қўллаган эди. Унинг фикрича, тадбиркор таваккалчилик шароитида фаолият юритувчи кишидир. Шу боисдан у ер ва меҳнат омилини иқтисодий фаровонликни белгилаб берувчи бойлик манбаи деб билган.

Машхур
америкалик
иқтисодчи
Й.
Шумпетер

- тадбиркорни новатор (янгилик бунёд қилувчи одам) деб таърифлаган. Олим тадбиркорлик фаолиятини капиталистик иқтисодиётнинг ривожланишида, иқтисодий ўсишни таъминлашда катта роль ўйнайдиган янгиликларни жорий этишдан иборат, деб билади: «Вазифаси янги комбинацияларни жорий этишдан иборат бўлган хўжалик субъектларини биз тадбиркор деб атаймиз».

Бозор шароитида тадбиркорликни бошқаришда унинг қуйидаги хусусиятларини эътиборга олиш керак

тадбиркор	<ul style="list-style-type: none">• ҳар доим бозордаги талаб ва таклифни эътиборга олиб иш кўради;
тадбиркор	<ul style="list-style-type: none">• самарадорликни таъминловчи саъй-ҳаракатлар қилиб, ишлаб чиқариш харажатларини камайтириш йўлларини кидиради;
бизнеснинг пировард натижаларига жавоб берадиган шахслар	<ul style="list-style-type: none">• ўз бизнесларини эркин шарт-шароитларда олиб боришига етарли имкониятлар яратадилар;
кичик корxonанинг пировард натижалари	<ul style="list-style-type: none">• яъни унинг оладиган фойда ёки зарари фақат бозордаги олди-сотди жараёнида маълум бўлади;
кичик бизнес билан шуғулланувчи тадбиркор	<ul style="list-style-type: none">• ўз маблағларини ҳаракатга солиб, бозорда қандай хавф-хатарга дуч келиши ёки яқуний натижа қандай бўлишини аниқ билмайди.

2-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг турлари ва шакллари

1. • Ишлаб чиқариш тадбиркорлиги
2. • Тижорат тадбиркорлиги
3. • Молиявий тадбиркорлик
4. • Маслахат тадбиркорлиги
5. • Якка тартибдаги тадбиркорлик
6. • Хусусий тадбиркорлик
7. • Жамоа тадбиркорлиги

Ишлаб чиқариш омиллари



Фирма (корхона) ларнинг турлари



Ширкат аъзолари ўртасида тузилган битим ширкатнинг ҳуқуқий асоси ҳисобланади. Бу битим қуйидаги бандларни ўз ичига олади

ҳар бир ҳамкорнинг ваколати

битимнинг муддати

ҳар бир вакилнинг умумий ишга қўшган улуши

даромадлар ва юз бериши мумкин бўлган зарарларни ўзаро бўлиш йўл-йўриқлари

уюшма маблағларидан ҳар бир ҳамкорнинг олиши мумкин бўлган аниқ ва белгиланган пул ҳажми

уюшмада амалга ошириш зарур бўладиган молиявий ишлар тартиби

янги ҳамкорни қабул қилиш тартиби

ширкатни тарқатиб юбориш тартиби

3-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш ва бошқариш

1. • Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарини ташкил этиш ва давлат рўйхатидан ўтказиш тартиби.
2. • Кичик бизнес субъектларини банк, солиқ ва молия муассасаларидан рўйхатдан ўтказиш тартиби.
3. • Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарига лицензия бериш тартиби.
4. • Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини бошқаришнинг мақсади ва вазифалари.
5. • Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналари бошқарувининг ташкилий тузилмалари.
6. • Кичик бизнес ва тадбиркорликда раҳбарнинг бошқарув услуги.

Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарини ташкил этиш босқичи

Таъсисчилар таркибини аниқлаш ва таъсис хужжатларини ишлаб чиқиш	Корхонани ташкил этиш ва унинг фаолияти ҳақида таъсисчилар томонидан шартнома тузиш	Корхона низомини тасдиқлаш ва баённомани расмийлаштириш	Банкда вақтинча ҳисоб рақамини очиш	Корхонани рўйхатдан ўтказиш
Давлат реестрига киритиш учун корхона ҳақидаги маълумотларни тайёрлаш	Корхона иштирокчилари омонатларини банкка тўла киритиш	Банкда доимий ҳисоб рақамини очиш	Корхонани туман солиқ инспекциясида рўйхатдан ўтказиш	Думалок муҳр ва бурчакли штамп тайёрлашга рухсатнома олиш ва уларни тайёрлаш

Корxonани давлат рўйхатидан ўтказиш учун рўйхатдан ўтказувчи ваколатли органларга қуйидаги хужжатлар тақдим этилади

- корxonани рўйхатдан ўтказиш тўғрисида таъсисчиларнинг аризаси
- нотариал идоралари томонидан тасдиқланган икки нусхадаги таъсис хужжатлари (корxonа Низоми, корxonанинг таъсис шартномаси)
- корxonа манзилини тасдиқловчи хужжат
- давлат божини тўлаганлиги тўғрисида банкдан берилган хужжат
- ҳокимиятнинг ваколатли органлари томонидан корxonанинг номланиши тўғрисида берилган гувоҳнома
- муҳр ва тамғанинг уч нусхадаги намунаси

Банкда ҳисоб рақами очиш учун қуйидаги хужжатлар тақдим этилади:

- корxonа раҳбарининг аризаси
- ҳокимият тасдиқлаган таъсис хужжатлари
- нотариус тасдиқлаган имзо намуналари
- муҳр ва тамға билан тасдиқланган карточкалар
- сўлиқ органидан рўйхатдан ўтганлиги ҳақидаги маълумотнома
- ҳокимиятнинг маҳаллий кенгаши корxonани давлат рўйхатидан ўтказилганлиги ҳақидаги қароридан кўчирма ёки нотариус тасдиқлаган маълумотнома

Банкда ҳисоб рақами очиш учун қуйидаги ҳужжатлар тақдим этилади

- корхона раҳбарининг аризаси
- ҳокимият тасдиқлаган таъсис ҳужжатлари
- нотариус тасдиқлаган имзо намуналари
- муҳр ва тамга билан тасдиқланган карточкалар
- ҳокимиятнинг маҳаллий кенгаши корхонани давлат рўйхатидан ўтказишга ҳақиқатда қароридан кўчирма ёки нотариус тасдиқлаган маълумотнома
- солиқ органидан рўйхатдан ўтганлиги ҳақидаги маълумотнома

Лицензияда қуйидагилар кўрсатилган бўлади

- лицензия бераётган муассаса номи
- юрidik шахснинг номи ва мақсади ёки тadbиркорлик фаолиятини амалга ошираётган шахснинг исми-шарифи, турар жойи
- лицензия берилаётган фаолият тури
- фаолиятни амалга ошириш қондалари ва шарт-шароитлари
- лицензиянинг рўйхат рақами, берилган вақти ва муддати

Кичик бизнес субъектларига лицензия берувчи органлар

Лицензия берувчи органлар	Фаолият тури
Вазирлар Маъжмаси	-ракета-космик мажмуи; -алоқа тизимлари; -қимматбаҳо металлари; -қимматбаҳо тошлар казино ойнаси; -қимматбаҳо тошлар ва металлдан заргарлик буюмлари ясаш; -каво тарафоти ва бошқа фаолият турлари.
Адлия вазирлиги	-юрidik шахсларнинг юрidik фаолият билан шугулланишига, масалан, адвокатлик маслаҳати, нотариал идора ва бошқалар.
Модна вазирлиги	-қимматли қосқоқларни чиқариши; -лотерея ўйинларини ўтказиши ва бошқалар.
Марказий банк	-валюта қимматликларини билан операциялар ўтказиши; -тижорат банклари очиши ва бошқалар.
Ички ишлар вазирлиги	-овчилик ва спорт ўқотар қуроқлари ва уларга ўқ-дорилар ишлаб чиқариши, тузатиши ва сотиши; -совуқ қуроқлар ишлаб чиқариши ва сотиши; -таркибида наркотик моддалар бўлган экинларни экиши, қайта ишлаши ва сотиши; -наркотик моддалар тайёрлаши, сотиши ва бошқалар.
Соглиқни сақлаш вазирлиги	-фармакологик препаратлар ишлаб чиқариши ва сотиши; -тиббий хизмат кўрсатиши; -парфюмерия ва косметика буюмлари, манший кийме товарларини тайёрлаши ва бошқалар.
Халқ таълими, Олий ва ўрта махсус таълим вазирликлари	-соғломлаштириши ва болалар, ўсимирлар кампа ёшлар лагерларини ташкил қилиши;
Ўзбекистон почта ва телекоммуникациялар агентлиги	-хусусий ўқув муассасаларини очиши ва бошқалар. Алоқа хизмати кўрсатиши.

Кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналари бошқарувининг ташкилий тузилмаси



4-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида маркетинг фаолиятини ташкил этиш

1. • Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетингнинг аҳамияти.
2. • Тадбиркорлик фаолиятида бозор сегментациясининг моҳияти ва ўзига хос хусусиятлари.
3. • Бозор имкониятларида бизнесдаги кучли томонларнинг мувофиқлиги.
4. • Кичик бизнес ва тадбиркорлик тизимида реклама фаолиятини ташкил этиш.
5. • Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида маркетинг тадқиқотларидан фойдаланиш.
6. • Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолияти учун маркетинг дастурини ишлаб чиқиш.







25.07.2016

203



Рекламанинг фаолият доираси ўз ичига қуйидагиларни олади



Маркетинг дастури мажмуи



5-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштириш

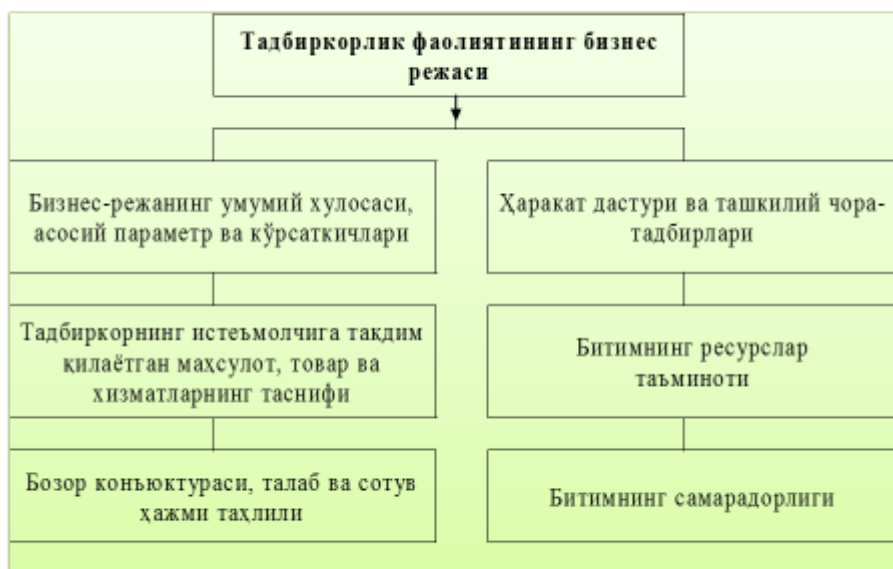
1. • Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштиришнинг мақсади ва вазифалари.
2. • Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришда бизнес режанинг ахамияти.
3. • Бизнес режанинг асосий бўлимлари ва уларнинг тавсифи.
4. • Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини таҳлил қилишнинг мақсади ва вазифалари.
5. • Кичик корхоналар фаолиятини иқтисодий таҳлил қилиш асослари.
6. • Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари фаолияти самарадорлиги таҳлили.

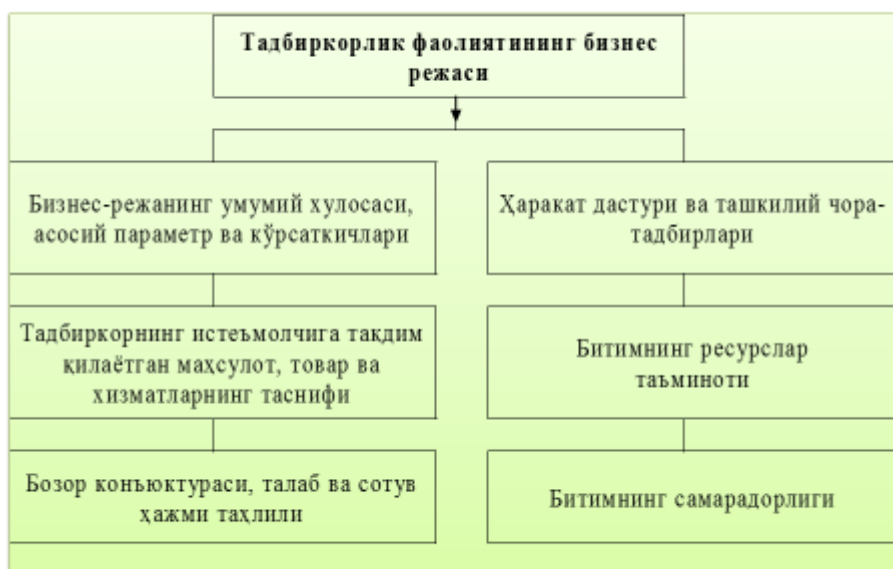
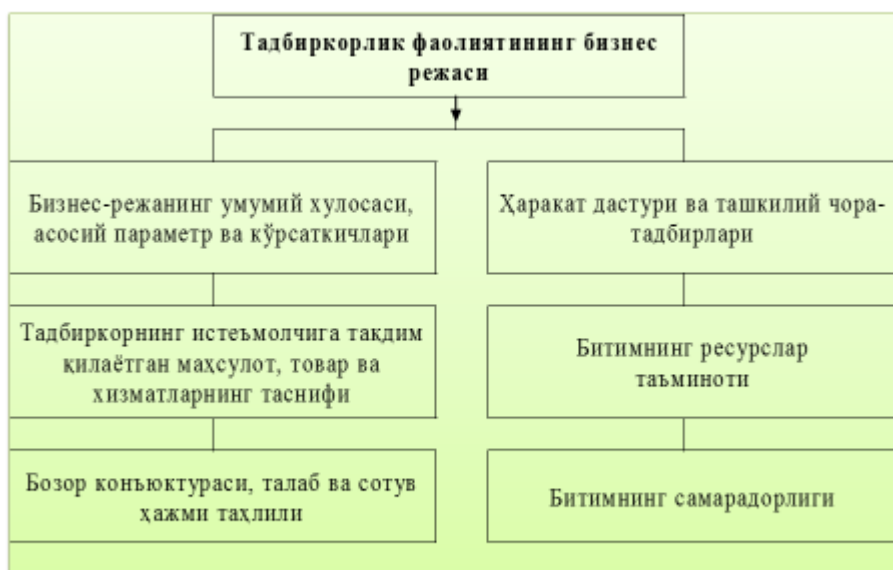
Техник-иқтисодий асослашга қуйидагиларни киритиш лозим

- Ишлаб чиқаришга мўлжалланган товарларга талабни таҳлил қилиш
- Ишлаб чиқариш кўрсаткичлари
- Молиявий кўрсаткичлар
- Ижтимоий кўрсаткичлар

Ишлаб чиқариш кўрсаткичлари

талаб қилинувчи конструкторлик, технологик ва бошқа ҳужжатларнинг мавжудлиги	
ишлаб чиқариш дастури	
дастурни бажариш зарур машина, асбоб-ускуна ва жиҳозларнинг мавжудлиги	
ишлаб чиқариш қувватлари мавжудлиги ёки уларнинг лойиҳаси	
асосий ишлаб чиқариш фондларининг мавжудлиги	
айрим турдаги маҳсулот ёки хизматларнинг самарадорлиги	
амортизация тўловларининг миқдори	





Корхона харажатларини қоплаш муддати қуйидаги формула орқали ҳисобланади

$$\text{Харажатларни қоплаш муддати} = \frac{\text{Бошланғич инвестициялар}}{\text{Ҳар йилги пул даромадлари}}$$

Лойиҳаларни асослаш жаҳон амалиётида маблагларнинг қўйилиши ҳақидаги қарорни тайёрлашда қуйидаги умумий кўрсаткичлар қўлланилади

соф жорий қиймат

рентабеллик

самардорликнинг ички коэффициентини;

капитал қўйилмаларнинг қайтарилиш даври

пулнинг максимал сарф-харажати

зарарсизлик меъёрлари

6-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларига хизмат кўрсатувчи бозор инфратузилмалари

1. • Инфратузилма тушунчасининг моҳияти ва мазмуни.
2. • Кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришда банкларнинг роли.
3. • Тижорат банклари депозитларига аҳоли ва хўжалик субъектлари бўш пул маблағларини жалб этиш ва банк хизматлари турини ривожлантириш.
4. • Иқтисодийни модернизациялаш ва инвестицион фаолликни оширишда, иқтисодий ночор корхоналарни молиявий соғломлаштириш жараёнида банкларнинг аҳамияти.
5. • Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларини солиққа тортиш, улардан олинадиган солиқ турлари ва солиқ имтиёзлари.
6. • Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида аудит ва аудиторлик тафтишини ўтказиш.
7. • Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ахборот билан таъминлашни ташкил этиш.

Инфратузилма

- иқтисодий тизимнинг бир қисmini ташкил этиб, у ишлаб чиқаришнинг бир маромда фаолият юритиши учун зарур шарт-шароитлар яратади.

Инфратузилма

- сўзи латин тилидан (infrastructure) таржима қилинганда "тузилмадан ташқарида" маъносини англатади. Иқтисодий нуқтаи назардан инфратузилма моҳиятига қуйидаги изох кўпроқ мос келади: "нисон ҳаёти ва ижтимоий ишлаб чиқариш жараёнида фаолиятлар алмашинуви таъминловчи товар ва хизматлар яратишда ўзига хос меҳнат жараёнлари мажмуаси".

Инфратузилма

- иктисодий тизимнинг бир қисмини ташкил этиб, у ишлаб чиқаришнинг бир маромда фаолият юритиши учун зарур шарт-шаронглар яратади.

Инфратузилма

- сўзи лотин тилидан (infrastructure) таржима қилинганда "тузилмадан ташқарида" маъносини аниқлатади. Иктисодий нуқтан назардан инфратузилма моҳиятига қуйидаги изоҳ кўпроқ мос келади: "инсон ҳаёти ва ижтимоий ишлаб чиқариш жараёнида фаолиятлар алмашинувчи таъминловчи товар ва хизматлар яратишда ўзига хос меҳнат жараёнлари мажмуаси".

Турли хил инфратузилмалар тизими

Бизнес-мактаб

- тадбиркорлар, кичик корхоналарнинг раҳбарлари, кичик корхоналар учун мутахассислар, инжнрлар, ўз ишини очмоқчи бўлган бошқа фуқаролар, кичик тадбиркорликнинг ривожланиши учун масъул хизматчиларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини оширишни амалга оширувчи тузилма.

Ўқув-амалий марказлари

- кичик тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш ва бозор иктисодиёти учун кадрлар тайёрлашнинг кенг миқёсли дастурийини амалга оширувчи тузилма.

Бизнес-инкубаторлар	<ul style="list-style-type: none"> • махсус танлаб олинган кичик корхоналарни ўз майдонларига жойлаштирувчи ва уларга маслаҳат, ўқитиш ва офис хизматларини кўрсатувчи тузилмалар.
Ижтимоий-амалий марказ	<ul style="list-style-type: none"> • иш билан банд бўлмаган аҳоли ва ишсизлар ўртасида кичик тадбиркорликни ривожлантириш орқали янги иш ўринларини яратиш билан шуғулланувчи, одатда бандлик марказлари қошида ташкил этилувчи тузилма.
Технопарк	<ul style="list-style-type: none"> • ўз ҳудудида кичик инновацион корхоналарни яратиш ва ривожлантириш орқали илмий салоҳиятдан фойдаланиш ва ишлаб чиқилган технологияларни тижоратлаштириш мақсадида ташкил этилувчи тузилма.
Бизнес-марказ	<ul style="list-style-type: none"> • тадбиркор ва ишбилармонларга сервис хизматлари кўрсатувчи тузилма.

Бизнес-инкубаторлар	<ul style="list-style-type: none"> • махсус танлаб олинган кичик корхоналарни ўз майдонларига жойлаштирувчи ва уларга маслаҳат, ўқитиш ва офис хизматларини кўрсатувчи тузилмалар.
Ижтимоий-амалий марказ	<ul style="list-style-type: none"> • иш билан банд бўлмаган аҳоли ва ишсизлар ўртасида кичик тадбиркорликни ривожлантириш орқали янги иш ўринларини яратиш билан шуғулланувчи, одатда бандлик марказлари қошида ташкил этилувчи тузилма.
Технопарк	<ul style="list-style-type: none"> • ўз ҳудудида кичик инновацион корхоналарни яратиш ва ривожлантириш орқали илмий салоҳиятдан фойдаланиш ва ишлаб чиқилган технологияларни тижоратлаштириш мақсадида ташкил этилувчи тузилма.
Бизнес-марказ	<ul style="list-style-type: none"> • тадбиркор ва ишбилармонларга сервис хизматлари кўрсатувчи тузилма.

Давлат олдида турган умумий-ижтимоий зарурий вазифаларга hozirgi sharoitda quyidagilar kiradi

аҳолининг кам таъминланган табақалари (талабалар, пенсионерлар, ногиронлар ва бошқалар)ни ижтимоий ҳимоя қилиш

мамлакат муҳофазасини таъминлаш

мамлакат фуқароларининг тинч меҳнат қилиши ва эркин яшashi муҳофазасини таъминлаш

мамлакат ичида узлуксиз ижтимоий, маданий тадбирлар (маориф, соғлиқни сақлаш, маданият, ижтимоий таъминот ва бошқалар)ни амалга ошириш

хорижий мамлакатлар билан иқтисодий, маданий ва сиёсий aloqalarni ўrnatish

бозор инфратузилмасини яратиш ва ҳоказо

Умумдавлат солиқларга quyidagilar kiradi

юрдик шахслардан олинadigan даромад (фойда) солиғи

жисмоний шахслардан олинadigan даромад солиғи

қўшилган қиймат солиғи

акциз солиғи

ер ости бойликларидан фойдаланганлик учун солиқ

сув ресурсларидан фойдаланганлик учун солиқ

Маҳаллий солиқ ва йиғимларга қуйидагилар киреди

мол-мулк солиғи	
ер солиғи	
автотранспорт воситаларини олиб сотиш учун солиқ	
савдо-сотиш қилиш ҳуқуқи учун йиғим, шу жумладан, айрим турлардаги товарларни сотиш ҳуқуқини берувчи лицензия йиғимлари	
юрidik шахсларин, шунингдек тadbиркорлик фаоллиги билан шуғулланувчи jisмоний шахсларин рўйхатга олганлик учун йиғим	
автотранспорт тўхташ жойидан фойдаланганлик учун йиғим	
ободончилик ишлари учун йиғим	
ижтимоий инфратузилмани ривожлантириш учун йиғим	
бошқа маҳаллий аҳамиятта эга бўлган йиғимлар	

Аудит

- хўжалик юритувчи субъектларни мустақил экспертиза ва молиявий ҳисоботини таҳлил етувчи ташкилотдир. Буни шунга вакил қилинган шахслар аудиторлар (аудиторлик фирмалари) бажарадилар.

Аудитнинг асосий мақсади

- молиявий ва хўжалик операцияларининг тўғрилиги ва уларнинг Ўзбекистон Республикаси қонунчилиги ва бошқа меъёрий ҳужжатларига нечоғлик мослигини аниқлаш, буларнинг тўла-тўқислиги, аниқ - равшанлиги, бухгалтерия ҳисоби ёки бошқа молиявий ҳисоб юритишга қўлланилаётган талабларга нечоғлик монандлигини аниқлашдан иборатдир.

Бизнес тадқиқотларини ўтказиш кетма-кетлиги



7-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида ишлаб чиқариш харажатлари ва маҳсулот таннархи таҳлили

1. • Ишлаб чиқариш харажатлари тўғрисида тушунча.
2. • Маҳсулот таннархига киритиладиган харажатлар.
3. • Маҳсулот таннархи киритилмайдиган харажатлар.
4. • Молиявий фаолият бўйича харажатлар ва фавқулодда зарарлар.
5. • Маҳсулот таннархи ва уни ҳисоблаш усуллари.
6. • Маҳсулот таннархини пасайтириш йўллари.

Харажатларнинг туркумланиши



2. Маҳсулот таннархига киритиладиган харажатлар

ишлаб чиқаришнинг моддий харажатлари

ишлаб чиқариш хусусиятига эга

ишлаб чиқаришга тегиншли асосий воситалар ва номоддий активлар амортизацияси

ишлаб чиқариш аҳамиятига эга бошқа харажатлар

3. Маҳсулот таннархи киритилмайдиган ҳаражатлар



Маҳсулот таннархининг бевосита ва билвосита ҳаражатлари таркиби

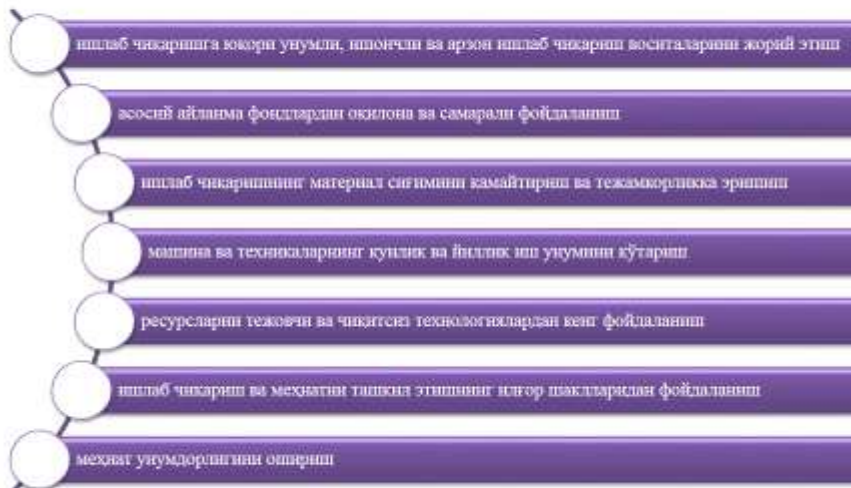
Харажат моддалари	Маҳсулот таннархига олиб борилиши жиҳатидан	
	бевосита	билвосита (устама)
Хомашё ва асосий материаллар (кайта кирим қилинган чиқитлардан ташқари)	+	
Сотиб олинган бутловчи қисмлар ва ярим фабрикалар	+	
Ишлаб чиқариш характеридаги иш ва хизматлар		+
Технологик мақсадлар учун ишлатилган ёқилги энергия	+	
Ишлаб чиқаришга тегишли меҳнатга ҳақ тўлаш харажатлари	+	
Ишлаб чиқаришга тегишли ижтимоий сўғуртага ажратмалар	+	
Моддий қийматликлар камомоди ва маҳсулотларнинг бузилишидан кўрилган зарарлар	+	
Асосий воситалар амортизацияси		+
Ишлаб чиқаришга оид бошқа харажатлар		+

Маҳсулот таннархи бир турдаги маҳсулотни бевосита ва билвосита ишлаб чиқариш харажатларини шу маҳсулот миқдорига бўлиш орқали топилади

$$MT = MX + IX + CT + A + БИХ / M$$

MT	• маҳсулот таннархи, сўм
MX	• ишлаб чиқаришнинг моддий харажатлари, сўм
IX	• ишлаб чиқариш хусусиятидаги меҳнатга ҳақ тўлаш харажатлари, сўм
CT	• ишлаб чиқаришга тегишли бўлган ижтимоий сугурта тўловлари, сўм
A	• асосий воситалар амортизацияси, сўм
БИХ	• бошқа ишлаб чиқариш харажатлари, сўм
M	• маҳсулот миқдори, центнер, дона, кг, тонна

6. Маҳсулот таннархини пасайтириш йўллари



8-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг молиявий фаолияти таҳлили

1

• Кичик бизнес ва тадбиркорликнинг молиявий фаолиятини ифодаловчи кўрсаткичлар.

2

• Кичик бизнес ва тадбиркорликни кредит билан таъминлаш шакллари.

3

• Кредит ставкасини аниқлаш.

4

• Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг иқтисодий самарадорлиги.

5

• Самарадорликни баҳоловчи кўрсаткичлар.

6

• Самарадорликни оширишнинг асосий йўналишлари

Корхоналар фойдасининг турлари қуйдагилардан иборат

маҳсулотлар сотишдан тушган яши фойда (ЯФ)

асосий ишлаб чиқариш фаолиятидан тушган фойда (ИЧФ)

умумий хўжалик фаолиятидаги фойда (УХФ)

солиқ тўловларигача бўлган фойда (СФ)

йиллик соф фойда (ЙСФ)

Умумий хўжалик фаолиятидаги фойда (УХФ). Бу алгебрик ифодалар йиғиндисини тарзида ифодаланади: асосий фаолиятидаги фойда (АФФ) плюс дивидендлар (ДД) ва фойзлар бўйича даромадлар (ФД) плюс (ёки минус) чет эл валюталари бўйича операцияларидан олинган даромадлар (ёки камомадлар) (ЧЭВ) плюс (ёки минус) қимматбаҳо қозғаларини қайта баҳолашдаги даромадлар (ёки камомадлар) (КККБ) минус фойзлар бўйича харажатлардан (ФХ) иборат, яъни:

$$УХФ = АФФ + ДД + ФД \pm ЧЭВ \pm КККБ - ФХ$$

Кредит бериш муддатига кўра, уч турга бўлинади

Қисқа муддатли
кредитлар

- муддати бир йилгача бўлган кредитлар

Ўрта муддатли
кредитлар

- муддати бир йилдан уч йилгача бўлган кредитлар

Узоқ муддатли
кредитлар

- муддати уч йилдан ортиқ кредитлар

Халқаро кредитлар

- берилиш муддатига кўра бирмунча фарк қилади. Бунда бир йилдан беш йилгача муддатга берилган кредитлар ўрта муддатли, беш йил ва ундан ортиқ муддатга берилган кредитлар узок муддатли кредитлар деб ҳисобланади.

Кредит субъектлари

- ҳар хил бўлиши мумкин. Буларга корхона, фирма, ташкилот, давлат ва турли тоифадаги аҳоли киради.

Кредит объекти

- ҳар қандай пул эмас, балки фақат вақтинча бўш турган, берилиши мумкин бўлган пуллар ва товарлардир.

Тижорат кредити

- сотувчиларнинг харидорларга товар шаклида бериладиган кредитидир. Бунда товарлар маълум муддатда пулни тўлаш шarti билан насияга берилади. Тижорат кредитини насияга олувчи унинг эгасига вексел (қарзнинг мажбуриятномаси)ни беради.

Банк кредити

- Банк ва бошқа кредит ташкилотлари пулни унинг соҳибларига фонд тўлаш шarti билан ўз қўлида жамлайдилар ва ўз номидан қарзга бериб, фонд оладилар.

Истеъмолчи кредити

- Тижорат банклари тадбиркорлик учун фирмаларга, истеъмолчиларга товар сотиб олиш учун қарз беради. Бунинг натижасида истеъмолчи кредити пайдо бўлади.

Давлат кредити

- Банклар давлатга ҳам қарз беради. Шу билан бирга ундан қарз ҳам олади. Бунда давлат кредити пайдо бўлади. Қарз ва унинг фонзи бюджет ҳисобидан қайтарилади. Давлат кредити шариоитида қарз берувчилар камдан-кам ҳолларда банклар бўлади. Кўпинча бу вазифани аҳоли, фирма, корхона ва ташкилотлар бажаради.

Халқаро кредит

- ссуда капиталининг халқаро миқёсдаги ҳаракати бўлиб, бу ҳаракат товар ва валюта кўринишидаги маблағларни қайтариб бериш, муддатлилик ва ҳақ тўлаш асосида бериш билан боғлиқдир.

Халқаро кредитнинг асосий шакллари

Фирмавий кредит

- бир мамлакат фирмаси томонидан иккинчи мамлакатдаги фирмага берилган кредитдир. Унинг энг кенг тарқалган тури бу экспортчининг импортчига товарларни тўлов муддатини кечиктириш асосида сотишга асосланган кредитдир.

Акцептли кредит

- йирик банклар томонидан тратталарни акцептлаш шаклида бериладиган кредитлар. Агар экспорт қилувчи импорт қилувчининг тўловга қобилитига шубҳа қилса ёки тўлов йиғиндисини тезда олишни хоҳласа, ушбу кредитдан фойдаланилади.

Акцептли-рамбурсли кредит

- маъноси шундаки, экспорт қилувчининг вексели учинчи мамлакат банки томонидан акцептланади ва импортчи векселда қўрсатилган йиғиндини акцептланган банкка ўтказиши.

Барча кўрсаткичларни қуйидаги учта гуруҳга бирлаштириш мақсадга мувофиқдир



Биринчи кўрсаткич бир ходимнинг вақт бирлиги ичида ишлаб чиқарган маҳсулотини аниқлайди

$$\text{Ишлаб чиқариш} = \frac{\text{Ишлаб чиқарилган маҳсулот миқдори (Q)}}{\text{Ишланган вақт (T)}}$$

Иккинчи кўрсаткич меҳнат сарфини, яъни маҳсулот бирлигига сарфланган вақтни аниқлайди

$$\text{Меҳнат сарфи} = \frac{\text{Ишланган вақт (T)}}{\text{Ишлаб чиқарилган маҳсулот миқдори (Q)}}$$

Фонднинг қайтарилиши асосий фондларнинг бир сўмига тўғри келувчи ишлаб чиқарилган маҳсулот миқдори (суммаси)ни кўрсатади.

$$\text{Фонднинг қайтарилиши} = \frac{\text{Ишлаб чиқарилган маҳсулот миқдори (Q)}}{\text{Асосий фондларнинг ўртача йиллик қиймати (Ф)}}$$

Фонднинг сарфланиши фонд қайтарилишининг тескари миқдори бўлиб, маҳсулот бирлигига асосий фондларнинг қандай суммаси тўғри келишини кўрсатади

$$\text{Фонднинг сарфланиши} = \frac{\text{Асосий фондларнинг ўртача йиллик қиймати (Ф)}}{\text{Ишлаб чиқарилган маҳсулот миқдори (Q)}}$$

Тадбиркор муваффақиятли фаолият юритиши учун оддий бозор омиллари (маҳсулотни доимо янгилаш, сифатини ошириш, маркетинг тадқиқотлари, муваффақиятли рақобат ва бошқалар)дан ташқари ўз фаолиятининг самарадорлигига эришишининг турли-туман йўлларидадан фойдаланиши зарур. Булар куйидагилардир

- илгўр технология ва замонавий ускуналардан фойдаланиш
- хомашё ва материалларнинг янги турларини қўллаш
- асосий фондлардан самарали фойдаланиш
- айланма маблағлар айланишининг жадаллаштириш
- меҳнатни ташкил қилишнинг самарали шакл ва усулларини қўллаш
- менежмент фани ва амалиётининг илгўр ютуқларидан фойдаланиш
- мамлакатимиз ва хориж фирмаларининг илгўр тажрибаларини татбиқ этиш ва бошқалар

9-мавзу. Тадбиркорлик этикаси ва маданияти

1.

• Тадбиркор раҳбар этикаси

2.

• Тадбиркор маданияти

3.

• Тадбиркор раҳбар фаолиятининг рухий-психологик хусусиятлари

4.

• Тадбиркор раҳбар фаолиятида можароли ҳолатлар ва уларни ҳал этиш усуллари

Тадабиркорлик ҳам маданиятдир

Айтишларича, маданиятли одам тадабиркор бўлиши шарт эмас, аммо тадабиркор инсон маданиятли бўлиши лозим.

Арасту (Аристотель) ўт замонда биринчи бўлиб ахлоқ тўғрисида гапириб: "Ахлоқ нимани қилишимиз ва нимадан ўзимизни тийишимиз кераклигини аниқлашимизга ёрдам беради", - деган эди.

Президентимиз И. Каримов ахлоқ тушунчасига қуйидагича таъриф берди: "Ахлоқ маънавиятнинг ўзаги. Инсон ахлоқи шунчалик салом-алиқ, ҳушмуомаладангина иборат эмас. Ахлоқ бу, аввало, инсоф ва адолат туйғуси, иймон, ҳалоллик дегани".

ахлоқ биз учун аввало, инсоний муносабатлар шунингдек инсонларнинг феъл-атворлари, уларнинг қанчалик мақбул нуктаи назардан кўриб чиқилиши ва баҳолашга имкон берувчи билим соҳасидир.

Тараққий этган давлатларда, айниқса, Япония ва АҚШда фирмаларнинг "Этика кодекси" ва бизнесменларнинг алоҳида касб усталари гуруҳларининг "Ишбилармонлик кодекси" кенг қўлланилади.

"Бизнесменларнинг ахлоқ кодекси" биринчи марта АҚШда 1913 йили ишлаб чиқилган бўлиб, унда тадбиркорлик фаолиятини юритишнинг асосий қоидалари қабул қилинган.

Бу қоидалар ягона асосга жамланган бўлиб, улар бизнес соҳасидаги усул ва сиёсатни баҳолаш, ҳақиқат ва адолатлилик тушунчалари билан уйғунлаштириш белгиланган.

3.Тадбиркор ва мижоз

тадбиркор мижоз манфаатлари, жамият, давлат ва атроф-муҳит учун зарар келтирмасликка, унга амал қилишга мажбурдир

мижоз манфаатлари давлатнинг қонуни ва манфаатларига зид бўлган ҳолларда тадбиркор бу тўғрисида мижозларига огоҳ қилишга мажбурдир

мижоз оферталар ва ишлаб чиқарувчиларни танлаш ҳуқуқига эгадир. Рақобат юксак сифат кафолатидир

тадбиркор мижозни билимаслик ёки атайлаб уни алаштираш, шунингдек бажара олинган шонини бўлмаган буюртмаларни қабул қилиш ҳолларига ВўД қўйиши мумкин эмас

ишдаги вафо ва ишончли тадбиркорнинг қимматли кафолатидир. Қўз бериб тасдиқланган сўз, икки чеккидан шартнома кучига эгадир. Зеро, унга буюриш мажбурий тартибда оғзаки қилинувчи ақс эттирувчи ёзма шартнома расмийлаштирилади

шартнома муносабатларини бажармаслик ва ёмон сифат тадбиркорнинг жамият ва халқасоғларни оддийлиги ҳақиқат оғир ишончлар, чунки бу тадбиркорлар илг шарафи, нуфузи ва ақлига номга зарар келтиради

тадбиркор ва мижоз ўртасидаги муносабатлар мажбурий асосда эмас, балки ихтиёрий ва ўзаро шонини асосда шукудга келади

Имон арабча сўз бўлиб, лугавий маъноси ишончдир. Имонли кишини, хусусан раҳбарни ёки тadbиркорни қисқача шундай тавсифлаш мумкин:

ЭЪТИҚОДЛИ	• яъни ўз фикр ва қарашларига маҳкам, собитқадамлик билан ишонаш ва ўзгаларни ҳам ўзиндек ҳисоблаб, уларнинг эъфзига сармоғият билан ишонилдир. Эътиқод журъатни, мардликни, фидойиликни тақозо этади
МАСЛАКЛИ	• яъни ўзига хос ахлоқлари билан бошқалардан ажралиб турувчи иқтисмоний, сиёсий, илмий, ғоявий ва диний йўл соҳиб
ТАҚВОДОР	• яъни бировнинг ҳақига хиёнат қилмайдиган
ШАРМ-ҲАЁЛИ	• яъни ҳар қандай ноҳўя хатти-ҳаракатлардан ўзини тия оладиган
ОРИЯТЛИ	• яъни ўзига номуносиб ёки эи қўрилмаган ишдан, нарсадан хиёлат тортадиган
АНДИШАЛИ	• яъни оқибатини ўйлаб иш қиладиган, юз-хотирани билладиган, фаросатли
ВИЖДОЛИ	• яъни ноҳақ, адолатсиз ишлардан тазабга келадиган, буларга қаршилик билдирадиган, ўз фаолиятининг яхши томонларидан қаноатланиб, ҳурсанд бўладиган, ёмон томонларидан норози бўлиб, руҳан эзилладиган, яъни виждон азобига тушадиган

Имон уч нарсанинг бутунлигидан ҳосил бўлади

ЭЪТИҚОД	• ИШОНЧ
Иқрор	• сўзда буни тан олиш
Амал	• яхши ишлар билан уни исботлаш

Кенгаш ва мажлисларни олиб бориш маданияти

Тадбиркор раҳбар кенгаш ва мажлисларни олиб бориш маданиятига ҳам эга бўлиши керак. Кенгаш жамоа фикри. Ақл заковатини муайян масалани муҳокама этиш ва оқилона қарор қабул қилиш мақсадида уюштирилган мажлисдир.

Соҳибқирон Амир Темур кенгаш тўғрисида шундай дейди: "Кенгаш икки турли бўлур. Бари тил учиди айтылган, иккинчиси дилдан чиққан. Тил учиди айтылганни (шунчаки) эшитардим. Дилдан айтылган маслаҳатни эса қалбим қулоғига қуярдим ва диломга жойлардим. Агар (ганим устига) лашкар тортмоқчи бўлсам, уруш-яршдан ўртага сўз ташлаб, амрларим кўнгилларининг бу икковидан қай бирига мойиллигини билшига иттилардим.

Ўз вазифаси ва олиб борилиш шаклига қараб кенгаш турлича бўлади

Вазифалари бўйича:

қарор қабул қилиш

фикр алмашиш

ахборотни тинглаш

диспетчерлик муҳокама

Олиб бориш шакли бўйича:

диктатор (хукмдор)лик

автократ, яққа хукмдор шаклида

баҳсли шаклда

серегатив шаклда

Тадбиркор раҳбарнинг кишиларга муносабати

ўз ваъдаси, сўзининг устидан чиқиши

кишиларни бир-биридан ажратмаслиги ҳаммага бир хил муносабатда бўлиши

ўз қўл остидагилар ва бошқаларга тавозеда бўлиши ва ўзини тута билиши, одоблилиги ва хушмуомалалиги

кишиларга муносабатда ҳар бир кишининг руҳий-психологик хусусиятларини ҳисобга олиб муомалада бўлиши

Тадбиркор раҳбарнинг ўз-ўзига талабчанлиги

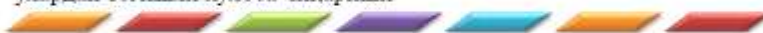
ўз хатти-ҳаракатларини танқидий баҳолай олиши



ўз имкониятларини ҳисобга олиб ишлаши



бошқаларнинг унга берган яхши ва ёмон баҳоларини таҳлил этиб, улардан тегшли хулоса чиқариши



10-мавзу. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг экспорт салоҳиятини баҳолаш

1

- Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг экспорт салоҳияти ва экспортёр корхоналарнинг давлат томонидан қўллаб-қувватланиши

2

- Экспортнинг товар ва географик таркибини такомиллаштириш.

1. Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг экспорт салоҳияти ва экспортёр корхоналарнинг давлат томонидан қўллаб-қувватланиши

Экспорт таркибида бир ёки бир неча товарлар улушининг сезиларли даражада ортиб кетиши бу товарлар нархи пасайган ёки уларга ташқи талаб қисқарган ҳолатларда экспортчи корхоналарни оғир аҳволга солиб қўйиши мумкин. Бунинг натижасида экспорт ҳажмининг қисқариши валюта тушумларининг камайиши, ташқи савдо балансининг ёмонлашуви ва корхоналар молиявий аҳволининг тангликка юз тутишига олиб келиши мумкин. Шунингдек, экспорт умумий ҳажмининг кам сонли давлатларга боғланиб қолиши ҳам каттис ҳолат ҳисобланади.

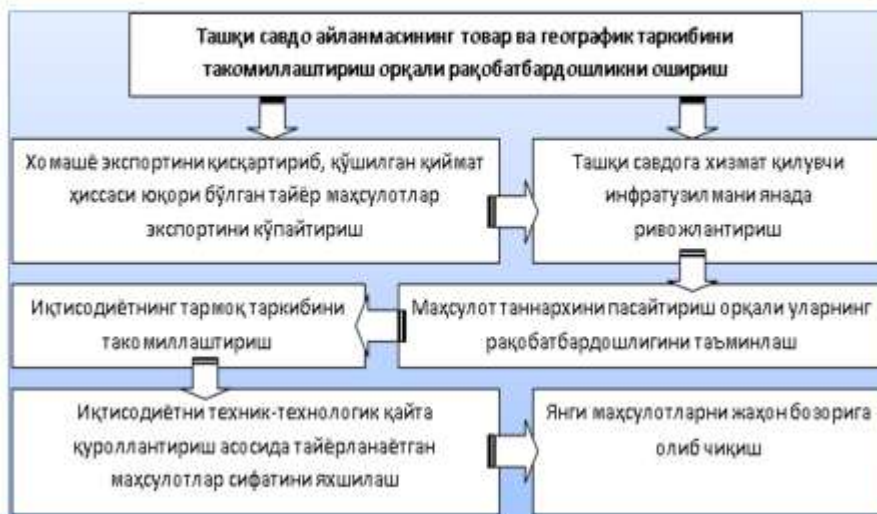
Экспорт қилинаётган товарларни диверсификация қилиш, уларни импорт қилувчи мамлакатлар географиясини кенгайтириш бу мамлакатлардан бири ёки бир гуруҳининг иқтисодиётида муаммолар рўй берганда ҳам экспорт ҳажмининг кескин пасайиб кетишига йўл қўймаслик имконини беради.

Ўтган йиллар мобайнида экспорт қилувчи корхоналарни қўллаб-қувватлаш борасида амалга оширилган чора-тадбирлар иқтисодиётимизнинг экспорт салоҳиятини юксалтириш, ташқи савдо таркибида ижобий силжишларга эришиш, унинг ҳажмини барқарор ўстириш имконини бермоқда.

Жаҳон бозорларида корхоналаримиз маҳсулотларининг рақобатбардошлигини таъминлашда қуйидаги чора-тадбирларнинг амалга оширилиши муҳим аҳамият касб этади

- экспорт қилувчи корхоналарга маҳсулот тайёрлаш ва сотиш харажатларини камайтиришда қўмақлаш
- уларни ташқи бозор конъюнктурасидаги ўзгаришлар, истиқболли бозорлар, рақобатчилар тўғрисида олиб борилган тадқиқотлар натижалари билан таништириш
- транспорт-коммуникация тизимларини ривожлантириш
- янги транспорт йўлақларини очиш орқали транспорт харажатларини камайтириш ва ҳ.к.

Ташқи савдо айланмасининг товар ва географик таркибини такомиллаштириш орқали рақобатбардошликни ошириш



11-мавзу. Ўзбекистонда кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантириш истикболлари

1.

- Кичик бизнес ва тадбиркорликни миллий иқтисодиётнинг турли тармоқларида ривожланиши

2.

- Кичик бизнесни жадал ривожлантириш, унинг иқтисодий ривожланишдаги ролини ошириш.

3.

- Истикболда кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари.

4.

- Кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантириш бўйича хорижий мамлакатлар тажрибасини Ўзбекистонда қўллаш.

1. Кичик бизнес ва тадбиркорликни миллий иқтисодиётнинг турли тармоқларида ривожланиши



2. Кичик бизнесни жадал ривожлантириш, унинг иқтисодий ривожланишдаги ролини ошириш

Кичик бизнес субъектларининг инновацион фаолияти энг аввало, амалиётга янги, такомиллашган ишлаб чиқаришни жорий этиш, иккинчидан, маҳсулот ишлаб чиқариш харажатларининг барча турларини қисқартириш, учинчидан, ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар нархларини пасайтиришда уларнинг истеъмол ва сифат хусусиятларини доимий равишда ошириб боришни талаб этади.

Оилавий тадбиркорликнинг вазифалари



Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни молиявий қўллаб-қувватлаш механизми



Қўпгина мамлакатларда кичик корхоналар фаолиятини тартибга солишга умумий ёндашишлар ва асосий йўналишлар ҳосилдир. Уларга қуйидагилар киради

кичик бизнесни қўллаб-қувватлашга йўналтирилган махсус қонунларни қабул қилиш

корхоналар фаолиятининг умумий ва хусусий томонларини такомиллаштириш, бизнес билан шугулланишни истифодачиларга молиявий ёрдам кўрсатиш, кичик бизнесни ривожлантиришга қўла тўтувчи маълум мақсадга қаратилган давлат режаларини ишлаб чиқиш

кичик бизнесни қўллаб-қувватлашнинг таркибий-ташкилий хизматларини ташкил қилиш

кичик бизнесларга давлатнинг молиявий ёрдам кўрсатиши (Италияда кичик фирмалар илмий-тадқиқот ва тажриба-инженер-техник ишларини молиялаштиришга катта маблағлар ажратилади)

кичик бизнесни кафолатлаш ва имтиёзли кредитлаштириш фирмаларини ташкил қилиш (Австрияда кичик корхоналарни молиялаштиришнинг тизимловчи махсус фирмалар бор, бунинг устига давлат қарзларининг 70% ни кафолатлайди)

кичик корхоналар фаолиятини имтиёзли солиққа тортишни кенг тарқатиш (масалан, Францияда ҳар йили 10000 га яқин корхоналар тўлиқ ёки қисман солиқ тўлашдан озод қилинадилар)

Японияда кичик бизнес

Японияда кичик корхоналарни қўллаб-қувватлашда кичик бизнес бўйича бошқарма, КЎКни ривожлантириш бўйича давлат корпорацияси, молиялаштириш бўйича миллий корпорация, КЎК ассоциацияларининг бутун япон федерацияси, КЎК бутун япон маркази ва бошқалар фаолият юритадилар. Булардан ташқари унга яқин махсус банклар КЎКни кредитлашга хизмат қилади.

Давлат қўллаб-қувватлаши ўз ичига қуйидагиларни олади: имтиёзли солиққа тортиш, жадаллантирилган амортизация, имтиёзли кредит-лаштириш, ходимларни ўқитишда ёрдам, банкротлик ҳолида ёрдам кўрсатиш, КЎКнинг техник даражаси ўсишини рағбатлантириш.

Кичик бизнесни қўллаб-қувватлашнинг махсус фонди, халқ фонди ҳамда молиявий корпорация давлатнинг КЎКни қўллаб-қувватлашнинг молиявий базасини ташкил қиладилар.

Хитойда кичик бизнес



Хитойда олиб бориладиган солиқ ва молия сиёсати, ташқи савдо, инвестицион сиёсат соҳаларида илҳомларнинг чуқурлашуви кичик корхоналарнинг тез ривожланишига ёрдам берган.

Айниқса, қишлоқ хўжалиги, посёлка саноати деб номланган кичик ва хусусий ишлаб чиқариш тез ривожланган.

Қурилмиш материаллари ишлаб чиқаришнинг 70%, тийёр кийим-кечасларнинг 40%, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг 80%и кичик бизнеснинг улушига тўғри келади.

Хитой қишлоқлари ялпи иқтисомий маҳсулотининг 60% посёлка корхоналарининг улушига тўғри келади.

Посёлка корхоналарининг муваффақиятли фаолият юритиши ва арзон иш кучининг мавжудлиги уларни хорижий инвестицияларни жалб қилувчи объектга айлантирган.


Жанубий Кореяда кичик бизнес



1995 йилда КҶК маҳсулоти экспортининг салмоқи асосан умумий экспорт ҳаёмининг 30%ни ташкил қилган ва 50 млрд АҚШ долларига етган. Бунга қанча банк кредитлари ёрдам берган.



Кредит-тузил сиёсати шундай қурилганки, тижорат банклари Ғу қарзларининг 30% ни КҶКга бериши мажбурият. Мансабсизлиги кичик бизнес федерацияси, КҶК банки, технологияларни сугурта қилиш федерацияси, савдо ва саноат вазирлиги КҶКнинг ривожланишига ёрдам беради.



Саноатни ривожлантириш сиёсатининг ажридаме юзми сифатида КҶК нинг ривожланишини қўллаб-қувватлаш сиёсати соҳасида бирок қонунийлик бўлмаси таъкид қилинган. КҶК ни рағбатлантириш ҳақидаги қарор (1966й), КҶКнинг суб-контракти ишларини рағбатлантириш ҳақидаги қонуни (1978й), фақат КҶК ишлаб чиқарадиган товарлар рўйхати (1982й), КҶК ўзaro ёрдам фонди ҳақидаги қонунлар (1984й), КҶК бошқарув барқарорлиги ва бошқалар. Ёрдам, биринчи навбатида, юқори экспорт салоҳиятига эга бўлган корхоналарга қўйилган.

Голландияда кичик бизнес

Бу мамлакатда КЎК ни қўллаб-қувватлаш учун қўшгина ташкилотлар мавжуд:

- КЎК учун голланд кенгаши;

- КЎК масалалари бўйича таъжиротлар ва консалтинг;

- КЎК учун сисётнинг киролик федерацияси;

- иқтисодий бизнес ташкилотлари тармоқ хусусиятлари бўйича иш берувчилар ва ходимларнинг ҳамкорлигини таъминлайдилар.

- савдо палатаси консалтинг хизматлари кўрсатади;

- КЎК институти ишчи-хизматчиларни ўқитиш, маслаҳат бериш билан шуғулланади;

- ўқини вақтида шахсий корхоналарини очган талабаларга ёрдам кўрсатиш учун «Мини-корхоналар фонди» ташкил қилинган;

- иккита Олий ўқув юрти КЎК учун мутахасссларни тайёрлайди;

- кечкурунлари катнаш мумкин бўлган қўшгина турли хил курслар ишлайди. Буларда ишни энди бошловчилар шахсий ишни очиб, бизнес-режалар тузиш, масляхатлар ва ахборотлар олиш максалида ўқишлари мумкин.

The end

Thanks for attention

Фанга доир видео маърузалар, видео роликлар

<https://www.youtube.com/watch?v=sR-qL7QdVZQ> Linda Pinson: "Anatomy of a Business Plan"

<https://www.youtube.com/watch?v=hZLMv5aexto4> Asterios G. Kefalas: Global Business Strategy A Systems Approach

<https://www.youtube.com/watch?v=H8aZr-U1a1w> Frank K. Reilly, Keith C. Brown: Investment Analysis and Portfolio Management

<https://www.youtube.com/watch?v=XBmWEduod5k> Pricing Strategies

<https://www.youtube.com/watch?v=GZgFdPWtVGY> Promotion

<https://www.youtube.com/watch?v=ys7zx1Vc9po> Introduction to Business

<https://www.youtube.com/watch?v=H8FANR-2u2Q> Strategic Planning: SWOT & TOWS Analysis

<https://www.youtube.com/watch?v=qbyb0ht-dsk> McDonalds SWOT

<https://www.youtube.com/watch?v=mCdcdf-b8AU> PEST Analysis

<https://www.youtube.com/watch?v=Zq391bgs6h0> - What is Market Research? An Informative Presentation.

<https://www.youtube.com/watch?v=sdQfId91Y0g> - Ethical Behavior in Marketing

https://www.youtube.com/watch?v=n_L4tBP_KFQ - Market Segmentation: Geographic,

**ҚЎЛЛАНИЛАДИГАН ПЕДАГОГИК
ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ШАРҲИ**

ҚЎЛЛАНИЛАДИГАН ПЕДАГОГИК ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ШАРҲИ

1. Маъруза машғулотларнинг ташкил этишнинг асосий шакллари

Маъруза машғулоти – ОЎЮда ўқитишни ташкил этишнинг етакчи шакли ҳисобланади, билимларни бирламчи эгаллашга йўналтирилган.

Маърузани асосий белгиланиши – ўқитишни назарий асосини таъминлаб бериш, ўқув фаолиятга ва аниқ ўқув фанга қизиқишни ривожлантириш, курсантларга ўқув курси устидан мустақил ишлаш учун ориентирларни шакллантириш.

Маъруза материалларининг мазмуни ва ҳажмига талаблар

Маъруза материалларининг мазмуни қуйидаги мезонларга жавоб бериши лозим:

- янгилик, илмийлик, асослилик ва ахборот учун белгиланганлик;
- аниқ, ишончли мисол, факт, асоснома ва илмий далилларнинг мавжудлиги;
- фактга асосланган (статистик ва в.х.) материалларни кўп эмаслиги.

Маъруза материалларининг ҳажми режалаштирилган мавзуни ёритиш учун етарли бўлиши керак.

Маърузалар турлари ва уларга хос хусусиятлари

Ўқув машғулотнинг мақсади	Маъруза тури, унинг ўзига хос хусусиятлари
Кириш маърузаси	
Фан доирасида ўқув ахборотини ўзлаштириш бўйича талабалар ҳаракатининг йўналтирувчи асосини таъминлаш.	Таълим бериш тузилишида мотивацион босқич ҳисобланади. Унинг вазифаси – ўқув фани мазмуни, унинг ўқув жараёнидаги ўрни ва келгусидаги тезкор-хизмат фаолиятдаги ахамияти тўғрисида дастлабки тасаввурларни бериш, талабаларни ишлаш тизимида йўналтириш, олдинда турган мустақил ишнинг услубиёти ва ташкиллаштирилиши билан таништириш, ҳисобот бериш вақти ва баҳолашни аниқлаштириш.
Ахборотли маъруза	
Ўқув мавзу бўйича тасаввурни шакллантириш	Бу анъанавий маъруза тури: маъруза режасига мувофиқ ўқув материални монологик тарзда изчилликда баён этиш.
Муаммоли маъруза	
Муаммони белгилаш ва уни ечимини топишни ташкиллаштириш/анъанавий ва замонавий нуқтаи назарларни жамлаш ва таҳлил қилиш ва в.х. орқали ўқув мавзуси бўйича тасаввурни/ билимларни шакллантириш.	Янги билимлар савол/вазифа/вазиятларнинг муаммолиги орқали киритилади. Бу жараёнда талабаларнинг билиши ўқитувчи билан ҳамкорлигига ва диалогига асосланади, ҳамда изланувчилик фаолиятига яқинлашади.
Кўргазма маъруза	
ЎТВдан кенг фойдаланиш орқали ўқув мавзуси бўйича тасаввурни/ билимларни шакллантириш.	Бундай маърузани ўқиш, кўриб чиқиладиган кўргазмали материалларни очиб беришга ва қисқача шарҳлашга олиб келади.
Бинар маъруза	
Талабаларга мунозара маданиятини, муаммони ҳамкорликда ечишни намойиш этиш орқали ўқув мавзуси бўйича	Бундай маърузани ўқиш икки ўқитувчи/2-мактабнинг илмий вакиллари/олим ва амалиётчи/ўқитувчи ва талабаларнинг диалогини ўзида намоеън этади.

Ўқув машғулотнинг мақсади	Маъруза тури, унинг ўзига хос хусусиятлари
тасаввурни/ билимларни шакллантириш.	
<i>Анжуман-маъруза</i>	
Ўқув ахборотни излаш, танлаш ва баён этиш жараёнида талабаларнинг фаол иштирокларида ёритиб бериш орқали ўқув мавзуси бўйича тасаввурни/ билимларни шакллантириш.	Олдиндан белгиланган муаммо ва уни ҳар томонлама ёритиб бериш назарда тутилган маърузалар тизими (5-10 дақ. давомийлигида) билан, илмий-амалий машғулот кўринишида ўтказилади. Машғулот якунида ўқитувчи мустақил иш ва сўзга чиқишларга яқун ясайди, ахборотни тўлдиради/аниқлик киритади, асосий хулосаларни ифодалайди.
<i>Умумлаштирувчи маъруза</i>	
Билимларни батафсил ёритиш ва аниқлаштиришларсиз тизимлаштириш.	Маърузада баён этилаётган назарий ҳолатларнинг негизини курснинг ёки катта бўлимларнинг илмий-тушунчали ва концептуал асоси ташкил этади.
<i>Маслаҳатли-маъруза</i>	
Билимларни чуқурлаштириш, тизимлаштириш.	Турлича сценарий бўйича ўтиши мумкин. 1. “Савол-жавоблар”- ўқитувчи бўлим ёки тўлиқ курс бўйича талабалар саволларига жавоб беради. 2. “Савол-жавоблар-мунозаралар”: ўқитувчи нафақат саволларга жавоб беради, балки жавобларни излашни ҳам ташкиллаштиради.
<i>Яқуний маъруза</i>	
Билимларни батафсил ёритиш ва аниқлаштиришларсиз тизимлаштириш.	Курсни ўрганишни яқунлайди, бутун давр мобайнида ўтилганларни умумлаштиради. Яқуний маърузада ўқитувчи курснинг асосий ғояларини ажратади, келгусидаги тезкор-хизмат фаолиятда ва бошқа фанларни ўрганишда олган билимларни қандай қўллаш йўлларини кўрсатади, фан бўйича яқуний назорат хусусиятини тушунтиради, яқуний назорат вариантларининг муракаб саволларини тушунтиради.

Слайдли тақдимотга қўйиладиган асосий талаблар

- слайдлар сони ўқув материал мазмунини тўлиқ очиб бериш учун етарли бўлиши керак;
- слайдда бир қаторда 6-дан ортиқ сўз, 8-та қатор кетма-кет жойлашган бўлиши мумкин эмас.
- барча маълумотлар тузилмага келтирилган бўлиши керак;
- слайдлар қоидаларга мувофиқ расмийлаштирилган бўлиши керак.

Слайдларни расмийлаштириш қоидалари

- ***Матн*** маълумотларга бой, мантикий бир-бири билан узвий боғланган, аниқ ва равшан, содда тилда ёзилган бўлиши лозим.
- ***Расмлар*** аниқ ва равшан, йирик ўлчамда бўлиши керак, улар безатиш эмас балки намоийиш этиш вазифасини бажариши керак.
- ***Жадвалдаги*** маълумотлар яққол кўриниб турадиган бўлиши керак ва ҳар бир жадвални номи бўлиши шарт.
- ***Чизмалар*** бир блокдан иккинчисига аниқ, равшан ва мантикий ўтишлар билан таъминланган бўлиши лозим.

2. Семинар машғулотларнинг ташкил этишнинг асосий шакллари

Семинар:

- ўқувчиларни ўқитувчи билан ва ўзаро фаол суҳбатга киришишига йўналтирилган,
- назарий билимларни амалий фаолиятда амалга ошириш учун шароитни таъминловчи,
- олинган билимларни амалий фойдаланиш имкониятларини муҳокама қилишга мўлжалланган машғулотнинг ўқитиш шакли.

Семинар машғулотининг мазмунига қўйиладиган талаблар

- муҳокамага мунозарали саволлар олиб чиқилади;
- муҳокама қилинувчи саволлар илм-фаннинг эришган замонавий ютуқлари томони билан кўриб чиқилади;
- назария ва амалиётни ўзвий бирлиги очиб берилади;
- муҳокама қилинувчи материалнинг талабаларнинг бўлғуси касбий фаолияти билан алоқаси таъминланади;
- кўриб чиқиладиган материал адабиётда мавжуд эмас ёки материал, қисман баён этилган.

Семинарлар турлари ва уларга хос хусусиятлари

Семинар тури	Семинар шакли, унинг ўзига хос хусусиятлари
<p>Талабаларнинг назарий билимларини тизимлаштириш/ тузилмага келтириш/ мустаҳкамлаш/ кенгайтириш:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методологик нуқтаи назаридан энг муҳим ва ўзига хос фан мавзуларининг яхши ўрганиш. - тушуниш ва ўзлаштириш учун мураккаб бўлган мавзу саволларини батафсил ўрганиш. - касбий тайёргарлик сифатини аниқловчи, алоҳида асосий бўлган мавзуларни батафсил ўрганиш. 	<p>Кенг кўламли суҳбат.</p> <p>Ҳамма учун умумий бўлган тавсия этиладиган мажбурий ва кўшимча адабиётлар билан машғулотнинг ҳар бир режа саволларига талабаларни тайёргарлигини назарда тутати. Фаоллаштиришни барча воситаларини қўллаш билан: сўзга чиқувчига ва барча гуруҳга яхши ўйлаб тузилган аниқ ифодаланган саволлар, сўзга чиқувчи талабаларни кучли ва кучсиз томонларига талбалар диққатларини қарата олиш, талабалар диққатти ва қизиқишини, иш жараёнида очиб бериладиган, янги томонларга ўша вақтни ўзида ажратиб кўрсатиш ва бошқалар асосида кўпчилик талабаларни саволларни муҳокама қилишга жалб қилиш имконини беради. Кенг кўламли суҳбат баъзи саволлар бўйича алоҳида талабаларни аввалдан режалаштирилган кўшимча равишда сўзга чиқишларини истисно қилмайди, балки, тахмин қилади. Бироқ бундай маълумотлар муҳокама учун асос бўлмайди, балки муҳокама қилинган саволлар учун тўлдирувчи бўлади.</p> <p>Маъруза ва рефератлар муҳокамаси.</p> <p>Муҳокамага 12—15 дақиқа давомийлигидаги 2-3 маърузадан кўп бўлмаган маърузалар олиб чиқилади. Баъзида кўшимча маърузачи ва оппонентлар (муҳолифлар) белгиланади. Охириги чиқувчилар мазмунни қайтармаслик учун, маъруза матни билан танишадилар. Бироқ кўп ҳолларда, маърузачи ва оппонентлар, кўшимча маърузачилардан ташқари, ҳеч ким семинарга жиддий тайёрланмайди. Сўзга чиқувчиларни ўзлари ҳам фақат бир саволни ўрганадилар. Шу билан бирга, одатий семинар ишига “қуруқ назариялик” элементини киритиб, бундай машғулотлар талабаларда баъзи қизиқишларни уйғотади.</p>

Талабаларни ҳар бирини қўшимча маърузачи ёки оппонент сифатида тайёрланиб келишга ўргатиш жуда муҳим ҳисобланади. Рефератли маърузаларни якуний семинарда, унинг асосий саволлари аввалдан муҳокама қилиб бўлинган, катта бир мавзу бўйича кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Пресс-конференция.

Қисқа сўзга чиқишдан сўнг биринчи савол бўйича маърузачига (агарда маърузалар бир қатор талабаларга берилган бўлса, ўқитувчининг ўзи улардан бирига сўз беради) сўз берилади. Шундан сўнг ҳар бир талаба маъруза мавзуси бўйича унга савол бериши лозим. Савол ва жавоблар семинарнинг марказий қисмини ташкил этади. Қанча кўп жиддий тайёргарлик кўрилса, саволлар шунчалик чуқур ва маҳоратли берилади. Саволларга аввал маърузачи жавоб беради, сўнгра у ёки бошқалар бўйича истаган бир талаба ўз фикрини билдириши мумкин. Бундай ҳолатларда қўшимча маърузачилар, агарда шундайлар белгиланган бўлса, фаол бўладилар. Ўқитувчи ҳар бир муҳокама қилинаётган савол бўйича, ёки семинар якунида ўз хулосасини қилади.

Ўзаро ўқиш.

Тушуниш ва ўзлаштириш учун энг кўп мураккабликдаги саволларни ўрганиш асосий мақсадга эга бўлган, семинар. Семинар мобайнида талабаларни ўзаро ўқишга йўналтириш муҳим ҳисобланади: ҳар кичик-гуруҳга мавзунинг бир саволи берилади, бу бўйича улар ишлайдилар ва бунга асос (эксперт варақлар – саволни ёритиш режаси, тайёрланган маълумотларни визуал тақдим этиш бўйича тавсиялар) берилади. Эксперт гуруҳларнинг иш натижалари тақдимотидан сўнг ўқитувчи хулосалар қилади.

Юмолоқ (ёзма /оғзаки) стол.

Ўтган мавзу бўйича билимларни чиқурлаштириш ва аниқлаштириш, бор билимларни сафарбар қилиш ва ҳар хил вазиятларда уларни қўллаш, ўз фикрларини қисқа ва асосланган ҳолда баён қилиш кўникмаларини ривожлантириш асосий мақсадга эга бўлган, семинар.

Ҳар хил сценарийлар бўйича ўтказилиши мумкин.

1. «Ёзма юмолоқ стол» - талабанинг саволи / ечими топилиши керак бўлган ғоя ёзилган варақ, доира бўйича узатилади ва ҳар бир иштирокчи ўз мулоҳазаларини қўшади.

2. «Оғзаки юмолоқ стол» - ҳар бир талаба қўйилган саволнинг жавобига ўз қўшимчаларини киритади / олдинги иштирокчи томонидан таклиф қилинган ғояни қўллаб-қувватлайди ва ривожлантиради.

Спецсеминар.

Бакалавриятнинг 4 курсида, магистратурада ўтказилади. Илмий мавзу бўйича ёш тадқиқотчиларни мулоқат мактабини ифодалайди. Спецсеминар вақтида талабаларнинг гуруҳларда ишлашга ва уни баҳолашга,

<p><i>Илм-фаннинг алоҳида хусусий муаммоларини чуқурроқ ишлаб чиқиш.</i></p>	<p>илмий тадқиқотлар усулларидадан фойдаланишга интилишлари катта рол ўйнайди.</p> <p>Спецсеминарнинг якуний машғулотида ўқитувчи, қоидага кўра, семинарларни ва талабаларнинг илмий ишларини муҳокама қилинган муаммоларни келгусида тадқиқотлар қилиш истиқболларини ва талабаларни уларда иштирок этиш имкониятини очиб умумлаштиради.</p>
<p><i>Махсус (касбий) ва умумўқув кўникма ва амалий малакаларни шакллантириш:</i></p> <p>- амалий муаммоли вазиятни таҳлил қилиш ва ечиш жараёнида ҳаракатлар алгоритминини аниқлаш билан боғлиқ эгаллаган назарий билимларни амалий қўллаш.</p>	<p>Таълимий ўйин.</p> <p>Ўқитиш самарадорлигини унинг иштирокчиларини нафақат билимларни олиш жараёнига фаол жалб қилиш, балки уларни (ҳозир ва шу ерда) фойдаланиш орқали оширишга имкон беради; ўзгарувчан вазиятларда ўзини тутиш тактика кўникмаларини шаллантиради; выработывает динамику ролевого поведения; амалиёт имитациясини ифодалайди; аниқ кўникма ва малакаларни шакллантиришга ва ишлаб беришга қаратилган.</p> <p>Семинар натижавийлигини унинг ташкилий-услубий таъминоти белгилайди: ўйиннинг технологик харитасини ишлаб чиқиш; ўйин атрибутларини ва материаллар пакетини: вазият баёни, иштирокчилар учун йўриқномалар, персонажлар таърифи (агар ўйин ролли ёки ишбилармон бўлса)ёки вазиятли кўрсатмалар (агар ўйин моделлаштирувчи бўлса) тайёрлаш.</p> <p><i>Амалий топшириқларни бажариш.</i></p> <p>Амалий топшириқларнинг кўпчилиги кичик гуруҳлар таркибида бажарилади ва қуйидаги босқичларни ўз ичига олади: йўриқнома бериш → ўқув топшириқни бажариш бўйича йўриқнома билан танишиш → топшириқни бажариш → натижаларнинг оммавий тақдими → натижаларни умумлаштириш ва баҳолаш.</p> <p><i>Масалалар ечиш бўйича машқ.</i></p> <p>Якка тартибда амалга оширилади ва қуйидаги босқичларни ўз ичига олади: йўриқнома бериш – масалани ечиш – натижаларни танлама тақдими - умумлаштириш.</p> <p><i>Муаммоли масалалар ва вазиятларни ечиш.</i></p> <p>Муаммоли масалалар ва вазиятларни ишлаб чиқиш жуда катта меҳнат талаб қилади. Лекин талабалар томонидан амалий касбий фаолиятдан олинган муаммоли масалаларни ечиш ва муаммоли вазиятларни кўриб таҳлил қилиш назарияни ҳақиққий амалиёт билан боғлашга имкон беради. Бу ўқитишни фаоллаштиришга имкон беради, талабаларга ўрганилаётган материални амалий фойдасини тушунишга ёрдам беради.</p> <p><i>Таълим берувчи амалий муаммоли вазиятларни (кейсларни) ечиш.</i></p> <p>Кейс (муаммоли вазиятдан фарқли равишда) талабаларни муаммони ифодалаш, муаммоли вазиятни таҳлил қилиш ва</p>

	<p>баҳолаш, уни мақсадга мувофиқ ечим вариантларини кидиришга йўналтирувчи ташкилотлар, инсонлар гуруҳи ёки алоҳида индивидларни ҳаётининг муайян шароитларини ёзма равишда тақдим этилган баёнини ўз ичига олади.</p> <p>Кейснни ечиш жараёни қуйидаги босқичларини ўз ичига олиш муҳим:</p> <ul style="list-style-type: none"> → муаммони яқка тартибда таҳлил қилиш ва ечиш, → яқка тартибда топилган ечимни биргаликда (кичик гуруҳларда) таҳлил қилиш, ўзаро мақбул ечим вариантини расмийлаштириш, → гуруҳ ишини тақдимоти, → муаммони ечиш усул ва воситаларининг энг мақбул вариантини жамоавий тарзда танлаш. <p>Фиклаш жараёни, муаммоли вазиятни ечиш жараёнида пайдо бўлинган, мустақил топилган далиллар ориентирларни, касбий бойликларни топишга ва мустақкамлаштиришга, келгуси касбий фаолияти билан алоқани англашга кўмаклашади.</p> <p>Ўқув лойиҳаларнинг тақдимоми ва баҳоланиши</p> <p>Ушбу ўқув машғулотида тайёрлашда ўқитувчининг роли қуйидагилардан иборат: лойиҳа топшириғини ишлаб чиқиш; талабаларга маълумотларни излашда ёрдам бериш; ўзи ахборот манбаи бўлиши; бутун жараённи мувофиқлаштири; иштирокчиларни кўллаб-қувватлаш ва рағбатлантириш; узлуксиз қайта алоқани амалга ошириш; маслаҳат бериш.</p> <p>Ушбу ўқув машғулотида гуруҳлар ўз фаолиятининг натижалари тўғрисида маъруза қилишади ва уни белгиланган шаклда тақдим этишади (лойиҳавий фаолиятнинг натижаларини, ҳамда лойиҳа маҳсулотини тасвирий ва оғзаки тақдимот кўринишида).</p> <p>Ўқитувчи гуруҳларнинг ўзаро баҳоланишини ташкиллаштиради ва лойиҳа иштирокчининг фаолиятини баҳолайди.</p>
<p>Талабаларни назарий ва амалий тайёргарлик даражасини назорат қилиш ва баҳолаш</p>	<p>Коллоквиум.</p> <p>Ўқитувчининг талабалар билан коллоквиумлари (сухбатлашуви) одатда курснинг у ёки бу мавзуси бўйича билимларини аниқлаш, уни чуқурлаштириш мақсадида олиб боради.</p> <p>У кўпинча 1) дастурда кўзда тутилмаган, лекин талабаларда қизиқиш уйғотган қўшимча мавзулар бўйича; 2) фаннинг алоҳида мураккаб, лекин талабалар томонидан етарли даражада ўзлаштирилмаган мавзулари бўйича қўшимча дарслар мобайнида; 3) охириги семинар машғулотларида жавоб берамаган талабаларни бириш даражасини аниқлаш учун.</p> <p>Семинар-коллоквиум мобайнида маъруза, реферат ва бошқ. Ёзма ишлар текширилиши мумкин.</p> <p>Ёзма (назорат) иш.</p> <p>Талабалар назорат саволларига жавоб берадилар/ тестларни ечадилар/ назорат топшириқларини бажарадилар.</p>

	Уларнинг тўпламини тўғри тузиш муҳим ҳисобланади: улар режалаштирилаётган ўқув материални ўзлаштириш даражасига мос келишлиги керак ва уларни текширишни таъминлаши керак.
--	--

АҚЛИЙ ХУЖУМ МЕТОДИ

Ақлий хужум (брейнстроминг-ақллар тўзони) – амалий ёки илмий муаммолар ечиш гоёсини жамоавий юзага келтиришда қўлланиладиган метод.



Метод чегараланган вақт оралиғи ичида аниқ муаммо (савол, масала)ни ечишнинг ноанъанавий йўлларини излаш бўйича ўқувчиларни ақлий фаолиятини йўналтиришга асосланган.



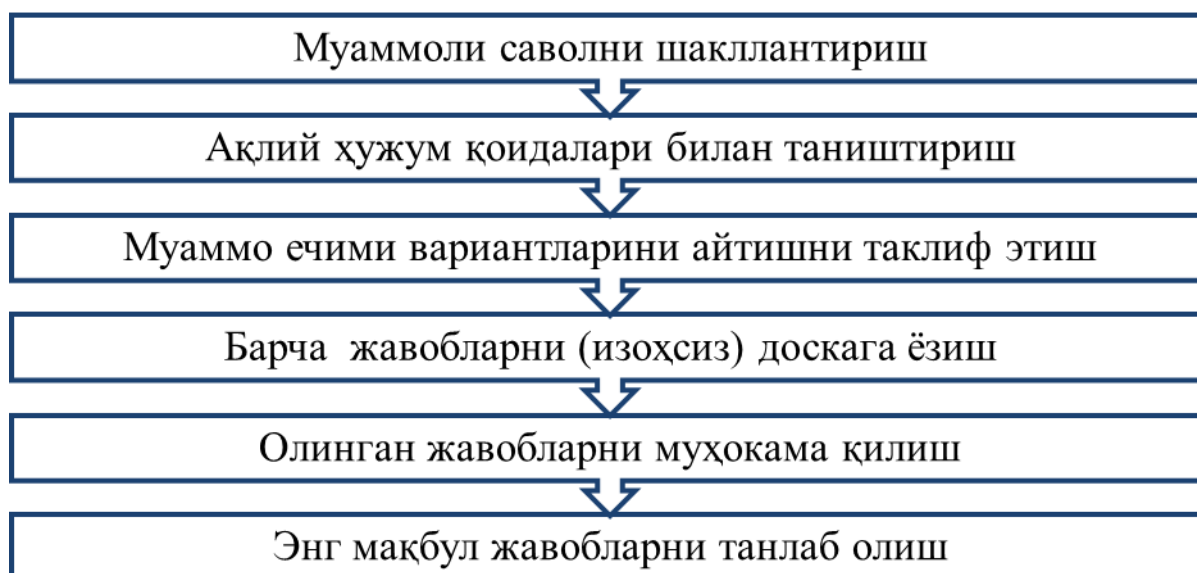
Ўқув машғулотидаги ақлий хужум учун муаммони танлаш қуйидаги тамойиллар бўйича амалга оширилади:

- танланган муаммо назарий ва амалий аҳамиятга эга бўлиши ҳамда ўқувчиларда фаол қизиқиш уйғотиши керак;

- кўп ҳар хил маънодаги ечим вариантларига эга бўлиши керак.

Ўқитиш технологиясини ишлаб чиқишда ақлий хужум методи ўқув машғулотининг бир лавҳаси ёки бутун машғулотни ўтказиш асоси сифатида режалаштирилган бўлиши мумкин.

Ақлий хужум методининг технологик чизмаси 1-расмда келтирилган.



Ақлий хужум методининг технологик чизмаси

ИНСЕРТ ТЕХНИКАСИ

ИНСЕРТ (инглизча сўздан олинган бўлиб - **INSERT** – **I**nteraktive- интерфаол **N**oting – белгилаш **S**ystem - тизим for-учун **E**ffective – самарали **R**eading – ўқиш and- ва **T**hinking – фикрлаш деган маънони англатади).

1) Самарали ўқиш ва фикрлаш учун матнда белгилар қўйишнинг интерфаол тизими ҳисобланади.

Матнни белгилаш тизими:

(√) - менинг билганимни тасдиқловчи ахборот;

(+) – мен учун янги ахборот;

(-) - меннинг билганларимга, зид ахборот;

(?) - мени ўйлантириб қўйди. Бу бўйича менга қўшимча ахборот керак.



ИНСЕРТ техникасининг технологик чизмаси (2-вариант)

ПИНБОРД ТЕХНИКАСИ

Пинборд – (инглизчадан: *pin*- маҳкамлаш, *board* – ёзув тахтаси) – ўқувчиларни тизимли ва мантикий фикр билдиришга ўргатадиган метод.

Пинборд техникаси:

1) муаммоли масалалар ва вазиятлар, ақлий ҳужум ва амалий ўқитиш методлари билан бирга жамоавий тарзда (гуруҳларда) муаммони ечиш вариантларини баҳолаш ҳамда улар ичидан энг яхшисини танлаш имконини беради (3-расм);

2) ақлий ҳужум ва амалий ўқитиш методлари билан бирга жамоавий тарзда (гуруҳларда) тоифали шарҳ ўтказиш имконини беради.

Ўқитувчи муаммони белгилайди (ўқув топшириқ) ва иштирокчиларга уни ечиш бўйича ўз нуқтаи назарларини баён қилишни таклиф этади.



Ўқитувчи тўғри жамоавий ақлий ҳужумни ташкиллаштиради, бошланишини рағбатлантиради



Ўқитувчи энг мақбул, самарали ва бошқа ғояларни таклиф қилишади, муҳокама қилишади, баҳолашади, танлашади ва уларни таянч фикрлар (сўзлар сони 2 тдан ошмаслик керак!) кўринишида карточкаларга ёки варақларга ёзишади ва ёзув тахтасига ёпиштиришади.



Гуруҳ вакиллари, ўқитувчи томонидан белгиланган ўқувчилар (2-3 киши) ёзув тахтасига чиқишади ва бошқалар билан маслаҳатлашиб: (1) хато ва такрорланувчи ғояларни олиб ташлашади; (2) тортишув туғдирган ғояларни аниқлаштиришади; (3) ғояларни тизимлаштириш аломатларини белгилашади; (4) ушбу аломатларбўйича барча ғояларни(карточкалар, варақлар) ёзув тахтасида гуруҳлаштиришади; (5) кўрсаткич, чизик ва бошқа белгилар ёрдамида уларнинг ўзаромуносабатларини кўрсатишади; жамоавий ягона ёки қарама-қарши позиция ишлаб чиқади



Ўқитувчи иш натижаларини баҳолайди ва умумлаштиради рағбатлантиради

Пинборд техникасининг технологик чизмаси

БАҲС-МУНОЗАРА МЕТОДИ

Баҳс (мунозара) ўқитишнинг фаол методларидан бўлиб, аниқ муаммо бўйича фикр алмашиш, муҳокама қилишдан иборат. Баҳс орқали мунозарали савол, жамоавий муаммолар, баҳс, ўзаро фикрлар тортишувини ҳар томонлама муҳокама қилиш мумкин

КЕЙС–СТАДИ МЕТОДИ

КЕЙС – (ингл. case – тўпلام, аниқ вазият) – назарий билимларни амалий вазифаларни ечиш жараёнида қўллаш имконини берувчи *ўқитиш воситаси*.

Кейсда баён қилинган вазиятни ўрганиб ва таҳлил қилиб, ўқувчилар ўзининг келгусидаги касбий фаолиятида ўхшаш вазиятларда қўллаши мумкин бўлган тайёр ечимни олади.

Кейсда баён қилинган вазиятлар (касбий), амалий машғулотларда ечиладиган вазиятли масалалардан тубдан фарқ қилинади. Агар вазиятли масалаларда ҳар доим шарт (нима берилган) ва талаб (нимани топиш керак) берилган бўлса, кейсда, қоидага кўра, бундай параметрлар мавжуд эмас.

Ўқувчига тақдим этилган ихтиёрий кейсда:

- кейснинг белгиланиши ва топшириқ/саволлар аниқ ифодаланган бўлиши керак;
- баён қилинган муаммоли вазиятни ечиш учун керакли ва етарли ҳажмда маълумотларни ўз ичига олиши керак
- кейсни ечиш учун *услубий кўрсатмалар* бўлиши керак.

Кейс–стади (ингл. case– тўпلام, аниқ вазият, стади-ўқитиш) – амалий ўқитиш вазиятлар методи.

Кейс-стади - ўқитиш, ахборотлар, коммуникация ва бошқарувнинг қўйилган таълим мақсадини амалга ошириш ва кейс-стадида баён қилинган амалий муаммоли вазиятни ҳал қилиш жараёнида прогноз қилинадиган ўқув натижаларига кафолатли етишишни воситали тарзда таъминлайдиган бир тартибга келтирилган оптимал усуллари ва воситалари мажмуидан иборат бўлган ўқитиш технологиясидир.

Ушбу метод ўқувчиларни қуйидагиларга ундайди:

- муаммони шакллантиришга;
- амалий вазиятни таҳлил қилиш ва баҳолашга;
- муаммо ечимини энг мақбул вариантини танлашга.

Ўқув машғулотнинг ўқитиш технологиясини танлашни икки асосий далил белгилайди:

1. Кейснинг ҳажми (қисқа, ўртача миқдордаги, катта)

2. Ўқув топшириғини тақдим этиш усули:

- саволли (саволлар кейсдан кейин келтирилади)

- топшириқли (топшириқ кейс кириш қисмининг охирида келтирилади)

МУАММОЛИ МАСАЛА ВА ВАЗИЯТЛАР МЕТОДИ

Муаммоли масала ва вазиятлар методи - таълим берувчининг муаммоли вазиятларни яратишга ва таълим олувчиларнинг фаол билиш фаолиятларига асосланган. У аниқ вазиятни таҳлил қилиш, баҳолаш ва кейинги қарорни қабул қилишдан иборат.

Муаммоли масала ва вазиятлар методидан фойдаланиш орқали назария амалиёт билан боғланиб, ўрганилаётган материал таълим олувчилар учун янада муҳимлиги ортади.

Муаммоли масала ва вазиятлар методи педагогик технологиясининг чизмаси 17-расмда келтирилган.

Муаммоли топшириқ фактларни ўрганиш ёки реал ҳаётдан олинган вазият ва баъзи инсонларнинг қизиқарли қарашларини ўз ичига олиши мумкин. Таълим берувчи ўқувчиларга бераётган топшириқ қандай бўлишидан қатъий назар муаммоли характерга эга бўлиши зарур

ЎҚУВ ЛОЙИХА МЕТОДИ

Ушбу методнинг моҳияти шундан иборатки, маълум муддат ичида (битта ўқув машғулот доирасидан 2-3 ой муддат ичида) таълим олувчи гуруҳли ёки якка тартибда берилган мавзу юзасидан лойиҳа топшириғини бажаради. Унинг вазифаси – муайян фойдаланувчига йўналтирилган янги маълумот олиш, белгиланган муддат ичида берилган у ёки бу муаммони илмий, техникавий ечимидан иборат.

Ўқув лойиҳаси тушунчаси:

- муайян истеъмолчига мўлжалланган, муаммоларни излаш, тадқиқ қилиш ва ечиш, натижани ноёб (моддий ёки интеллектуал) маҳсулот кўринишида расмийлаштиришга қаратилган. Талабларнинг мустақил ўқув фаолиятини ташкил қилиш усули;

- назарий билимлар орқали амалий вазифаларни ечишга қаратилган ўқув *восита ва қуроллари*;

- ривожлантирувчи, таълим-тарбия ҳамда билимларни кенгайтириш, чуқурлаштириш ва малакаларни шакллантиришга қаратилган *дидактик восита*.

Лойиҳа тури ва унинг асосий белгилари

Лойиҳанинг асосий белгилари	Лойиҳа тури
<i>Предмет жиҳатидан мазмунли соҳа</i>	
Бир предмет доирасида, баъзан бошқа предметдан билимларни жалб этиш орқали	Ягона лойиҳа
Бир неча билимлар соҳасига тааллуқли бўлган	Фанлараро
<i>Лойиҳа миқёси</i>	
Лойиҳанинг ҳажми	Кичик, ўрта, йирик
Иштирокчилар сони	Якка, гуруҳли
<i>Амалга ошириш даврининг изчиллиги</i>	
1-2 ҳафта давомида ишлаб чиқилади	Қисқа муддатли
Бир ой давомида ишлаб чиқилади	Ўрта муддатли
Бир ойдан кўпроқ вақтда ишлаб чиқилади	Узоқ муддатли
<i>Ўқув режасига киритилганлиги</i>	
Лойиҳа устида аудиториядан ташқари мустақил ишлаш фанни ўрганиш якунида, унинг натижалари тақдими ва баҳоланиши – якуний семинар/амалий, лаборатория машғулотларида режалаштирилади. Якуний назорат доирасида баҳоланиши мумкин	Якуний
Ўқув курсидан таълим бериш мазмунининг бир қисми аудиториядан ташқари лойиҳавий мустақил ишга ажратилади. Натижалар мазкур ўқиш даврига режалаштирилган семинар/амалий/лаборатория машғулотларида тақдим этилади	Оралик
Аудиториядан ташқари мустақил фаолият доирасида ҳажми бўйича катта ўқув бўлими ёки бутун курс давомида бажариш режалаштирилади. Оралик натижалар семинар/амалий/лаборатория машғулотларида тақдим этилади ва баҳоланади	Очиқ (бевосита)

Ўқув лойиҳа усулини қўллаш жараёнида педагогнинг вазифаси қуйидагилардан иборат: лойиҳа топшириғини ишлаб чиқиш, ўқувчиларга ахборотни йиғишда ёрдам бериш, ахборот манбаи сифатида иштирок этиш, жараёни бошқариш, иштирокчиларни қўллаб-қувватлаш, узлуксиз равишда қайтар алоқа усуллари қўллаш, маслаҳат бериш.

ГРАФИК ТАШКИЛ ЭТУВЧИЛАР

КЛАСТЕР (кластер-тутам, боғлам) - ахборот харитасини тузиш йўли- барча тузилманинг моҳиятини умумлаштириш ва аниқлаш учун қандайдир бирор асосий омил атрофида ғояларни йиғиш асосида аниқ бирор мазмунни келтириб чиқаради.

Билимларни фаоллаштиришни тезлаштиради, фикрлаш жараёнига мавзу бўйича янги ўзаро боғланишли тасаввурларни эркин ва кенг жалб қилишда ёрдам беради.



Кластерни тузиш бўйича ўқув топшириғига

йўриқнома

1. Катта қоғоз варағи марказида калит сўз ёки 1-2 сўздан иборат мавзу номини айлана ичига ёзинг.

2. Калит сўз билан бирлашдиган ён томонига кичкина ҳажмдаги айлана- “йўлдошча” ичига мавзу билан алоқадор сўз ёки сўз бирикмасини ёзинг. Уларни чизик билан “бош” сўзга боғланг.

3. Ушбу “йўлдошча”ларда “кичик йўлдошлар” ҳам бўлиши мумкин, улар ичига яна сўз ёки иборалар ёзиб ажратилган вақт тугагунга қадар ёки ғоялар тугамагунга қадар давом эттирилади.

ТОИФАЛИ ЖАДВАЛ – маълумотларнинг умумий жиҳатларидан айнан ўзига хос томонларини ифодалаб, маълумотларни бирлаштиришни таъминлайди.

Тизимли фикрлаш, маълумотларни таркиблаштириш ва тизимлаштириш кўникмасини ривожлантиради.



Тоифали жадвални тузиш бўйича ўқув топшириғига

йўриқнома

1. Ўқув ахборотни ўзига хос жиҳат (тоифа)ларини ажратинг.

2. Жадвалнинг биринчи горизонтал қаторига ажратилган тоифаларни ёзинг, тоифалар тагига яъни иккинчи қаторга ушбу тоифанинг ўзига хос томонларини акс эттирувчи ахборотни киритинг.

Диққат қилинг!

Иш жараёнида тоифаларнинг айрим номлари ўзгариши мумкин. Янгилари пайдо бўлиши мумкин.

КОНЦЕПТУАЛ ЖАДВАЛ - ўрганилаётган ҳодиса, тушунча, қараш, мавзу ва шу кабиларни икки ва ундан ортиқ жиҳатлари бўйича таққослаш имконини беради.

Концептуал жадвалда вертикал тик қатор бўйича таққосланган (фикр, назариялар) ҳолда жойлаштирилади; горизонтал қаторга эса таққосланаётган турли тавсифлар ва хусусиятлар ёзилади.



Концептуал жадвални тузиш юзасидан

Йўриқнома

1. Ўқув топшириқда кўрсатилган назариялар, ёндашишлар, тушунчалар, объектларни таққослаш учун уларни рўйхатини тузинг.

2. Жадвални расмийлаштиринг: вертикал (тик) қаторга - таққосланаётган тушунчалар, объектлар, назариялар ёзилади; горизонтал ётиқ қаторларга таққосланаётган уларнинг бир нечта аниқланган жиҳатлари ёзилади.

ВЕНН ДИАГРАММАСИ – Британиялик файласуф, математик ва мантиқчи олим Венн томонидан 1881 йилда киритилган.

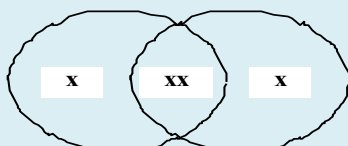
Диаграммада ўрганилаётган тушунчаларни икки ёки уч жиҳатини ҳамда умумий томонларини солиштириш ёки таққослаш ёки жиҳатларни, хусусиятларни қарама-қарши қўйиш учун қўлланилади. Венн диаграммаси тизимли фикрлаш, солиштириш, таққослаш, таҳлил қилиш кўникмаларини ривожлантиради.



Венн диаграммасини тузиш бўйича ўқув топшириғига

Йўриқнома

1. Иккита бир-бири билан кесишувчи доираларни чизинг:



2. Берилган топшириқдаги объект ёки тушунчаларни ва уларнинг жиҳатларини аниқлаб олинг.

3. Кесишган доиралар ичига объект ёки солиштирилаётган тушунчаларнинг номини ёзинг ва уларнинг ўзига оид барча хусусиятлари ёки жиҳатларини ёзиб чиқинг.

4. Доиралар ичидаги хусусият ёки жиҳатларни таққосланг.

5. Ҳар бир доира ичидаги бир хил ахборотларни доиранинг кесишган жойига йиғиб, ёзиб чиқинг.

6. Доираларнинг ўзаро кесишган жойида аниқлаётган объект ва тушунчаларнинг умумий хусусиятлари ёки жиҳатларини аниқланг.

Т-ЖАДВАЛ - битта концепция (маълумот)нинг иккита жиҳатини қайд қилиш ёки иккита (ҳа/йўқ, ҳа/қарши) жиҳатларини солиштириш учун қўлланиладиган таққослаш жадвалидир.



Т-жадвалини тузиш бўйича ўқув топшириғига

Йўриқнома

1. Т-жадвални куйидагича тузинг:

2. Жадвалнинг юқори томонига қарама- қарши жиҳатлар: ҳа ёки йўқ (ҳа ёки қаршиман, ижобий ёки салбий) сўзларини ёзинг

Солиштирилаётган объект номи	
Ҳа	Йўқ

3. Ҳа ёки йўқ сўзларининг тагига солиштирилаётган тушунча ёки ахборотнинг жиҳатларини ёзинг, яъни унинг чап томонига сабаблари (ха), ўнг томонига эса чап томондаги фикрга қарама-қарши фикр, ғоя, омил ва шу қабиларни ёзинг.

«НИМА УЧУН?» СХЕМАСИ – муаммонинг дастлабки сабабини аниқлаш бўйича фикрлар занжири бўлиб, тизимли, ижодий, таҳлилий мушоҳада қилиш кўникмаларини ривожлантиради.



«Нима учун?» схемасини тузиш бўйича ўқув топшириғига

йўриқнома

Ўқув топшириқда кўрсатилган муаммо сабабини аниқлаш учун:

- 1) Муаммони ёзинг ва стрелка чизигини чиқариб «Нима учун?» сўроғини ёзинг.
- 2) Саволга жавоб ёзиб нима учун сўроғини такрор ёзиб бораверинг. Бу жараёни муаммонинг дастлабки сабаби аниқланмагунича давом эттиринг

«БАЛИҚ СКЕЛЕТИ» ЧИЗМАСИ – бир қатор муаммоларни тасвирлаш ва уни ечиш имконини беради. Тизимли фикрлаш, тузилмага келтириш, таҳлил қилиш кўникмаларини ривожлантиради.



“Балиқ скелети” схемасини тузиш бўйича ўқув топшириғига

йўриқнома

Ўқув топшириқда кўрсатилган муаммо майдонини тавсифлаш учун:

1. «Балиқ скелетини» чизинг:

Муаммо ости
муаммолар



Муаммо ости
муаммоларнинг
мавжудлигини

тасдиқловчи далиллар

2. «Суяк»нинг чап қисмида (ёки юқори суякда) муаммо ости муаммони ёзинг, ўнг қисмида (пастки суякда) – муаммо ости муаммони амалда мавжуд эканлигини тасдиқловчи далилларни ёзинг.

«ҚАНДАЙ?» ИЕРАРХИК ДИАГРАММАСИ - муаммо тўғрисида умумий тасавурларни олишга, унинг ечимини топиш усул ва воситаларини топишга имкон берувчи мантиқий саволлар занжиридан иборат.

Тизимли, ижодий, таҳлилий фикрлаш кўникмаларини ривожлантиради.



«Қандай?» диаграммасини тузиш бўйича ўқув топшириғига

йўриқнома

«Қандай?» диаграммасини тузишдан аввал, сиз қуйидагиларни билишингиз керак: кўп ҳолларда Сизга муаммолар ҳал этишда «Нима қилиш керак?» ҳақида ўйлашга ҳожат бўлмайди. Муаммо ечимини топиш учун асосан «Буни қандай қилиш керак?» қабалида бўлади. «Қандай?» - муаммони ҳал этишда асосий савол ҳисобланади.

1. Доира чизинг ва унинг ичига ечилиши лозим бўлган муаммони ёзинг.

2. Кетма-кет равишда «Қандай?» саволини кўйинг ва шу саволга жавоб беринг. Шу тартибда саволларни кетма-кет бериб бораверинг ва жавобларни ўйлаб ўтирмасдан, солиштирмасдан, баҳоламасдан, тез-тез ёзишда давом этинг.

3. Диаграммани таҳлил қилинг: агар диаграммадаги тармоқланган “шохчалар” да ғоялар такрорланса, демак айнан шу ғоя муаммони ечишда муҳим аҳамиятга эга бўлиши мумкин.

Маслаҳат ва тавсиялар:

Янги ғояларни график кўринишда қайд этишни ўзингиз ҳал этинг: дарахт ёки каскад кўринишида, юқоридан пастга ёки чапдан ўнгга. Энг муҳими эсда тутинг: нисбатан кўп миқдордаги фойдали ғоялар ва муаммо ечимларини топишга имкон берадиган усул энг мақбул усул ҳисобланади.

Агарда сиз муаммони ечимини топиш учун тўғри саволлар берсангиз ва унинг ривожланиш йўналишини намоён бўлишида ишончни сақласангиз, диаграмма, сиз ҳар қандай муаммони амалий жиҳатдан ечимини топишингизни кафолатлайди.

«НИЛУФАР ГУЛИ» ЧИЗМАСИ - муаммони ҳал этиш воситаси. Ўзида нилуфар гули қиёфасини мужассам этган. Унинг асосини 9 та катта квадратлар ташкил этиб, уларнинг ҳар бири ўз навбатида тўққизта кичик квадратдан иборат.

Тизимли, ижодий, таҳлилий фикрлаш қўникмаларини шакллантиради.



«Нилуфар гули» схемасини тузиш бўйича ўқув топшириғига йўриқнома

Ўқув топшириқда кўрсатилган муаммони ҳал этиш воситаларини топиш учун:

1) Ўзида нилуфар гули қиёфасини мужассам этган схемани чизинг. Унинг асосини 9 та катта квадратлар ташкил этиб, уларнинг ҳар бири ўз навбатида тўққизта кичик квадратдан иборат;

	В			З			С	
			В	З	С			
	Д		Д	А	Ғ		Ғ	
			Г	Н	У			
	Г			Н			У	

2) асосий муаммони марказий квадратнинг марказига ёзинг. Уни ҳал этиш ғояларини марказий квадрат атрофида жойлашган қолган саккизта квадратларга ёзинг;

3) ҳар бир ушбу саккизта ғояни марказий квадрат атрофида жойлашган саккизта катта квадрат марказига ўтказинг, бошқача айтганда, нилуфар гулидан унинг гул баргига ўтказинг. Шундай қилиб, улар ҳар бири, ўз навбатида, яна бир муаммо сифатида қаралади.

Сўров техникасининг технологик схемаси

Ўқитувчи савол беради, унга тўлиқ жавоб беришни таклиф этади. Огоҳлантиради: кейинги ўқувчи саволга жавоб беришни олдинги ўқувчи ўз жавобини тамомлагандан кейин бошлайди.



Ўқувчилар навбатма-навбат саволга жавоб беришади. Ўқитувчи тинглайди, зарур бўлганда йўналтирувчи саволларни беради ва жавобларни тўғирлайди; зарур бўлганда бошқа ўқувчиларни жавобларни тўлдиришни таклиф этади.



Ўқитувчи жавобларни умумлаштиради ва хулосалар қилади.

Тезкор-сўров техникасининг технологик схемаси (ўқитувчининг хатти-харакати)

Савол беради. Қисқа ва лўнда жавоб беришни таклиф қилади



Жавобларни тезлик билан йиғиб олади. Бунда агар жавоб берувчи жавоб беришда қийналса ёки нотўғри жавоб берса, бошқа ўқувчига мурожат қилади



Жавобларни умумлаштиради ва хулосалар қилади

**Ким ошди савдоси (аукцион)нинг технологик схемаси
(ўқитувчининг хатти-харакати)**

“Ким ошди савдоси” тушунчасини тушунтиради. Ким ошди савдоси – савдо-сотувнинг кенг тарқалган тури, унда товар энг кўп нарх қўйган сотиб олувчига тегади.

Бир маъноли жавоб талаб қилувчи савол беради, масалан “Хусусиятларни айтинг..”, “Ушбу мавзу бўйича қандай тушунчалар билан Сиз танишсиз?”(ўқув машғулот бошида). Қисқа ва лўнда жавоб беришни таклиф қилади

Жавобларни тезлик билан йиғиб олади. Ҳар бир тутилишдан кейин, учгача санашни бошлайди.

Оҳирги жавоб берган ўқувчини ғолиб деб эълон қилади.

Жавобларни умумлаштиради ва хулосалар қилади

“Ўйланг - жуфтликда ишланг - фикр алмашинг” педагогик технологиясида ўқитувчи хатти-харакатларининг технологик схемаси

1. Ўқитувчи савол ва топшириқ беради: олдин ўйлаб чиқиш, сўнг қисқа жавоблар ёзиш

2. Ўқувчилар жуфтликларга бўлиниб, бир - бири билан фикр алмашадилар ва иккала жавобни мужассам этган умумий жавобни ишлаб чиқишга ҳаракат қилади.

3. Ўқитувчи, 2-3 та жуфтликларга аудиторияга ўз ишининг қисқа якунини ифодалаб беришни таклиф қилади, уларнинг жавобларини изоҳлайди.

МУСТАҚИЛ ТАЪЛИМГА ОИД ТОПШИРИҚЛАР

МУСТАҚИЛ ТАЪЛИМГА ОИД ТОПШИРИҚЛАР

1) «Оилавий тадбиркорлик тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси қонуни 327-сон 26 апрель 2012 йил.

2) Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йилнинг 15 майдаги “Хусусий мулк, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ишончли ҳимоя қилишни таъминлаш, уларни жадал ривожлантириш йўлидаги тўсиқларни бартараф этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4725 сонли Фармони

3) И.А. Каримовнинг “2015 йил юқори ўсиш суръатлари билан ривожланиш, барча мавжуд имкониятларни сафарбар этиш ўзини оқлаган ислохот стратегиясини изчил давом эттириш йили бўлади” мавзусидаги маърузасида белгиланган устувор вазифалар бўйича қиёсий таҳлилни амалга ошириш.

4) 2015-2019 йиллар учун ишлаб чиқаришни структуравий ислохотлар билан таъминлаш, модернизация ва диверсификациялаш бўйича чора-тадбирлар дастури асосида реал сектор корхоналарида маҳсулот рақобатбардошлигини оширишнинг маркетинг таҳлили. Кичик бизнес ва тадбиркорликнинг моҳияти ва мазмуни.

5) Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятининг турлари ва шакллари.

6) Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш ва бошқариш.

7) Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида маркетинг фаолиятини ташкил этиш.

8) Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини режалаштириш.

9) Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларига хизмат кўрсатувчи бозор инфратузилмалари.

10) Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида ишлаб чиқариш харажатлари ва маҳсулот таннархи таҳлили.

11) Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг молиявий фаолияти таҳлили.

12) Тадбиркорлик этикаси ва маданияти.

13) Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг экспорт сало-ҳиятини баҳолаш.

14) Ўзбекистонда кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантириш истиқболлари.

15) Бизнесни бошқариш мақсади, бошқариш вазияти, бошқариш муаммолари, бошқаришда ахборотлар билан таъминоти ва бошқаришда қарор қабул қилиш.

16) Мамлакатимиз иқтисодиётини модернизация қилиш, техник янгилаш ва диверсификация қилиш ҳамда инновацион технологияларни кенг жорий этиш шароитларида молия назарияси.

17) Молиянинг функцияси бизнесда молиявий сиёсат.

18) Бизнес ва хусусий корхоналарнинг молиявий соҳаси.

19) Молия бозори тушунчаси, функцияси, иштирок этувчи шахслари

ГЛОССАРИЙЛАР

ГЛОССАРИЙЛАР

Atamaning o'zbek tilida nomlanishi	Atamaning ingliz tilida nomlanishi	Atamaning rus tilida nomlanishi	Atamaning ma'nosi
Assortiment	Assortiment	Ассортимент	Sotish xonasida turli hil mollarni to'planishi
Agent	Agent	Агент	ma'lum darajada doimiy asosda ish ko'ruvchi ulgurji savdo xodimi bo'lib, ko'p bo'lmagan funktsiyalarni bajaradi va tovarga nisbatan mulk huquqini olmaydi.
Ajiotaj talab	rush demand	Ажиотажный спрос	bozordagi shov-shuv va vahima ta'siri ostida sun'iy paydo bo'ladigan va shiddat bilan ortib boradigan talab.
Alyanslar	Alliances	Альянсы	raqobat kurashida g'olib chiqish g'oyasidan voz kechish va hamkorlik firmalari tarmog'ini shakllantirishga o'tish.
Assortimentni ishlab chiqish va rejalashtirish	Planning and production of a range	Планирование и производство ассортимента	bozor talablariga muvofiq ishlab chiqarishning assortiment tuzilmasini ishlab chiqish. Mahsulot raqobatdoshligini baholash. Texnik va iste'mol parametrlari o'zaro aloqasini o'rganish. Yangiliklar kiritish siyosati. Narx siyosati. Tovar qadog'i. Tovar belgisi.
Bozor kon'yunkturasi	Market conditions	Конъюнктура рынка	muayyan davrdagi bozor holati, bozorda muvozanatning mavjudligi yoki buzilganligi bilan xarakterlanadi.
Bozorni majmuaviy o'rganish	Compleks marketing research	Комплексное изучение рынка	korxonaning ishlab chiqarish, savdo, tovar, sotish, reklama, narx va boshqa sohalaridagi tadqiqot, tahlil va prognoz (bashorat). Raqobatdoshlar faoliyatini o'rganish.
Bozor segmenti	Market segment	Сегмент рынка	таклиф этилаётган битта маҳсулот тури ва маркетинг комплексига бир хилда муносабатда бўлувчи истеъмолчилар гуруҳи мажмуи.
Bozorni segmentlash	Market segmentation	Сегментация рынка	iste'molchilarni, ularning ehtiyojlarini, imkoniyatlari yoki xulq - atvorlariga asosan guruhlarga ajratish jarayoni.
Bozorni pozitsiyalashtirish	Market positioning	Позиционирование рынка	bozorda va maqsadli iste'molchilar ongida tovarni shubha uyg'otmaydigan, boshqalaridan aniq ajralib turuvchi, maqbul joy bilan ta'minlash.
Bozor sharoitlarida sinash	Testing in market conditions	Тестирование в условиях рынка	yangilik ishlab chiqish bosqichi bo'lib, bunda tovar va marketing strategiyasini real foydalanish sharoitlarida sinab ko'riladi. Bu sinov iste'molchilar va dilerlarning tovardan foydalanishda o'ziga xos qarashlarni aniqlash, shuningdek bozor o'lchamlarini aniqlash maqsadida o'tkaziladi.

Bozorning maqsadli segmentlarini tanlash	Selecting a target market segment	Выбор целевого сегмента рынка	o'z tovarlarini olib chiqish uchun bir yoki bir necha bozor segmentlarini baholash va tanlash.
Bozor muhofazasi	market protection	Защита рынка	milliy bozorning yoki ayrim tovarlar bozorining, davlatning eksport-importni tartibga soluvchi tadbirlari vositasida himoya qilinishi.
Vaziyatli tahlil	Situational analysis	Ситуационный анализ	muvoftiqiyatlar va muvaffaqiyatsizliklarni hisobga olgan holdagi oldingi faoliyatini o'rganish: ishlab chiqarish va bozordagi vaziyat o'zgarish sabablarini aniqlash; xodimlar ishi samaradorligini baholash, ish ko'rsatkichlariga tashqi muhit ta'sirini hisobga olish; hozirgi kundagi vaziyat ta'sirini aniqlash va kelajak prognozi (bashorati).
Vertikal marketing tizimi	Vertical marketing system	Вертикальная система маркетинга	ishlab chiqaruvchi bir yoki bir necha ulgurji sotuvchi va bir yoki bir necha chakana sotuvchilar yig'indisi bo'lib, bunda taqsimot kanalining a'zolaridan biri boshqalarining egasi bo'ladi yo ularga tijorat imtiyozlarini beradi, ularning to'la xamkorligini ta'minlovchi qudratga ega bo'ladi.
Differentsiatsiyalan gan marketing	differentiated marketing	Дифференциро ванный маркетинг	bir qator o'hshash mahsulotlar bilan, bozorning tegishli ixtisoslashtirilgan segmentiga chiqish. Bozor segmentlarining har biriga alohida ishlab chiqilgan takliflar bilan chiqish. Harakatlarni bir segmentga qaratish o'rniga butun bozorga birdaniga, bir taklif bilan murojaat qilish.
Debitor	Debit	Дебитор	Biron korxonaga yoki firmadan yuridik shahs yoki fuqaroning qarzdor bo'lishi
Ishlab chiqarishni takomillashtirish kontsepsiyasi	The concept of improving production	Концепция совершенствования производства	iste'molchilar keng tarqalgan va narxi qulay tovarlarga yaxshi munosabatda bo'lishini, shuning uchun rahbariyat o'z xarakatlarini ishlab chiqarishni takomillashtirishga va taqsimot tizimi samaradorligini ko'tarishga yo'naltirilishi kerakligi haqida tasdiq.
Ijtimoiy - axloqiy marketing kontsepsiyasi	The concept of social-ethical marketing	Концепция социально-этического маркетинга	bu shunday tasdiq, tashkilot oldida iste'molchi va jamiyat xotirjamligini saqlagan yoki mustahkamlagan holda mo'ljaldagi bozor ehtiyojlarini, zaruriyatlarini va qiziqishlarini aniqlash, hamda itsalayotgan qoniqishni raqobatchilarga nisbatan samaraliroq va maxsuldor yo'llar bilan ta'minlash vazifasi turadi.
Ijtimoiy marketing	Social marketing	Социальный маркетинг	iste'molchilar zaruriyatlari, jamiyat omillari (atrof muhitni himoyalash, sog'salomat muhit tarzi va b.) va mahsulot sifatini saqlab qolish asosida shakllanadi.
Iste'molchilar ma'lumotlar bazasi	Base consumer data	База данных потребителей	individual iste'molchilar xaridlari, ularning talablari, demografik ma'lumotlar va ta'minlanadigan foyda to'g'risida kengaytirilgan ma'lumotlar bazasini yaratish. Tegishli ma'lumotlar bazalari asosida, kompaniyalar mijozlar ehtiyojlarining turli hududlarini aniqlaydilar va ularning har biri

			uchun savdo takliflarini tayyorlaydilar.
Lizing	Lizing		Imorat inshoot asbob uskuna transport vositalari o'rta va uzoq muddatga ijaraga berish.
Makromarketing	Macromarketing	Макромаркетинг	davlat, bozor, mintaqa iqtisodiyotining butun ishlab chiqarish salohiyatini ishga solgandagi individual va jamiyat ehtiyojlarini qondirish bo'yicha hatti-harakatlar.
Maqsadli marketing	Target marketing	Целевой маркетинг	iste'molchilarning maksimal keng doirasiga tovarlarni taklif etishdan, tanlangan maqsadli bozorlarga xizmat ko'rsatishga o'tish. Maqsadli marketing bo'yicha iqtisoslantirilgan jurnallar, televizion kanallar va Internet axborotlarini qo'llash bilan engillashadi.
Marka	Mark	Марка	bitta sotuvchi yoki sotuvchilar guruhi tomonidan belgilangan, tovar va xizmatlarni ajratish uchun mo'ljallangan, nom, atama, belgi, rasm yoki ularning uyushmasi. Marka nomlari eslatib qolish, sotuvlar, imidjni shakllantirishi, joy egallash, reklama funksiyalarini bajarishi lozim.
Marketing	Marketing	Маркетинг	bu tovarlarni bozorga chiqarish, talabni shakllantirish va sotuvlarni rag'batlantirish maqsadida, tovarlar, mahsulotlar, xizmatlar, qimmatli qog'ozlar bozori sohasida amalga oshiriladigan faoliyat
Marketingni boshqarish	marketing Management	Управление маркетингом	korxonada maqsadlariga erishishi uchun ahamiyatli xaridorlar bilan foydali ayriboshlovlarni o'rnatish, mustahkamlash va qo'llab-quvvatlash yuz asidan qilingan tahlil, rejalashtirish, tadbiriq qilish va tadbirlar bajarilishini nazorat qilish harakatlari. Marketingni boshqarish jarayoni - quyidagilardan tarkib topgan bo'ladi: 1) bozordagi imkoniyatlarni tahlil qilish; 2) maqsadli bozorni tanlab olish; 3) marketing usulini ishlab chiqish; 4) marketing tadbirlarini hayotga tadbiriq etish.
Marketing kontseptsiyasi	Marketing concept	Концепция маркетинга	tashkilotning maqsadga erishishi garovi va bu mo'ljallanayotgan maqsadli bozor, bozordagi zaruriyat va ehtiyojni aniqlash va itsalayotgan qoniqishni rag'batlantirishga nisbatan samarali va mahsuldor yo'llar bilan ta'minlash tasdig'i.
Marketing tadqiqoti	Marketing research	Маркетинговые исследования	firma oldida turgan marketing vaziyati bilan bog'liq bo'lgan, hamda to'plash, tahlil qilish va natijalar hisobotini tuz ish uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar doirasini tizimli ravishda aniqlash.
Marketing axboroti tizimi	Information Marketing System	Информационная система маркетинга	insonlar, jihozlar va uslubiy ta'minot o'zaro aloqadorligining doimiy faoliyat yurituvchi tizimi bo'lib, marketing sohasi bilan shug'ullanuvchilarning rejalashtirishni, tadbiriq etishni va tadbirlar bajarilishi ustidan nazoratini takomillashtirish maqsadida foydalaniladigan muhim, o'z vaqtidagi va aniq ma'lumotlarni

			tasniflash, tahlil qilish, baholash va tarqatish uchun mo'ljallangan.
Marketing nazorati	Marketing control	Маркетинговый контроль	amaldagi ko'rsatkichlarni reja ko'rsatkichlaridan farqlanish qiymatlari va sabablariga bog'liq holda, to'g'rilovchi harakatlarni tayyorlash. Nazoratning uchta turini ajratadilar: - yillik rejalarni bajarish ustidan; - foydalilik dinamikasi ustidan; - strategik maqsadlar uchun foydalanilish mumkin bo'lgan, axborot yig'ish ustidan.
Proteksionizm	Protectionizm	Протекционизм	Milliy ishlab chiqaruvchilarni rivojlantirish maqsadida chet el raqobatidan saqlash, himoya qilish
Tadbirkor	Interprenership	Предприниматель	Yuridik shahs tashkil etgan va etmagan holda tadbirkorlik faoliyati bilan shugullanuvchi shahs
Firma	Firm	Фирма	Ishlab chiqarish hizmat k'orsatish tijorat faoliyati bilan shugullanuvch yuridik shahs xisoblangan korhona
Erkin savdo zonasi	Free trade zone	Зона свободной торговли	Boj to'lovlaridan ozod qilingan zonadir

**ТАВСИЯ ЭТИЛАДИГАН ЭЛЕКТРОН
ЖУРНАЛЛАР ВА ИНТЕРНЕТ САЙТЛАР**

ТАВСИЯ ЭТИЛАДИГАН ЭЛЕКТРОН ЖУРНАЛЛАР ВА ИНТЕРНЕТ САЙТЛАР

Электрон журналлар

1. Pioneers in entrepreneurship and small business research. www.businessbook.com
2. International Journal of Business Forecasting and Marketing Intelligence. www.inderscience.com
3. Global Business Strategy A Systems Approach, [www. Global Text Project.com](http://www.GlobalTextProject.com)
2. Ansoff matrix. www.free-management-ebooks.com
3. Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар. Илмий-электрон журнал. www.iqtisodiyot.uz
4. Экономическое обозрение. www.cer.uz
5. Journal of businnes. www.ama.org
6. Journal of europion Research. www.ama.org
7. Journal of International business. www.ama.org
8. Бизнес вестник Узбекистана, www.businesvestnik.uz

Интернет сайтлар

1. www.digitalmetricsplaybook.com
2. www.marketo.com
3. www.bizneslab.uz
4. www.study.com
5. www.inderscience.com
6. www.free-management-ebooks.com
8. www.press.uz
9. www.stat.uz

Ҳ.Ё.Ёқубжонова

Кичик бизнес ва тадбиркорлик

Фани бўйича ўқув-услубий мажмуа

Маъруза машғулоти учун

Наманган: Иқтисодиёт, 2020 йил, 177- бет.