



ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ТАШҚИ ИҚТИСОДИЙ АЛОҚАЛАР,
ИНВЕСТИЦИЯЛАР ВА САВДО ВАЗИРЛИГИ



Uzbekistan

БМТ ТАРАҚҚИЁТ ДАСТУРИНИНГ
ЎЗБЕКИСТОНДАГИ
ВАКОЛАТХОНАСИ

БИЗНЕС РЕЖА ТУЗИШ БЎЙИЧА ҚЎЛЛАНМА





ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ТАШҚИ ИҚТИСОДИЙ АЛОҚАЛАР
ИНВЕСТИЦИЯЛАР ВА САВДО ВАЗИРЛИГИ



Uzbekistan

БМТ ТАРАҚҚИЁТ ДАСТУРИНИНГ
ЎЗБЕКИСТОНДАГИ
ВАКОЛАТХОНАСИ

БИЗНЕС РЕЖА ТУЗИШ БЎЙИЧА ҚЎЛЛАНМА



Бизнес режа тузиш бўйича қўлланма

© БМТТДнинг Ўзбекистондаги ваколатхонаси, 2012
Барча ҳуқуқлари ҳимояланган.

Муаллифлар: и.ф.н. Бабаева Н, Рахимов М. ва Ҳалимова М.
Дизайнер: Камбаров Равшан

«Савдо ривожланишига кўмаклашиш» компоненти «Ташқи савдога кўмак ва Ўзбекистонга инвестициялар жалб қилиш» лойиҳасининг таркибий қисми бўлиб, унинг асосий мақсади ички ва ташқи бозорга қаратилган савдонинг ривожланишга кўмак бериш орқали инсон фаровонлигини оширишига қаратилган иқтисодий ўсишга эришишдир.



MINISTRY FOR FOREIGN
AFFAIRS OF FINLAND

Лойиҳа Финляндия Ташқи
ишлар вазирлиги ҳамкорлиги ва
молиявий ёрдами асосида амалга
оширилмоқда

Қўлланманинг электрон нусхаси БМТТД Ўзбекистондаги ваколатхонасининг Интернетдаги www.undp.uz сайтларида жойлаштирилган.

Қўшимча маълумотлар учун қуйидаги манзилга мурожаат этишингиз мумкин:

**«Ташқи савдога кўмак ва
Ўзбекистонга инвестициялар
жалб қилиш» лойиҳаси**
100077, Тошкент ш.,
Мустақиллик кўчаси, 107
Тел.: (+998 71) 2671840, 2677057

**«Савдо ривожланишига
кўмаклашиш» компоненти**
116003 Наманган ш.,
Н. Номонгоний кўчаси, 24,
1-чи қават
Тел.: (+998 69) 226 1229

Мазкур нашр муаллифлари томонидан билдирилган фикрлар БМТ, жумладан, БМТТД ва БМТга аъзо давлатларнинг расмий нуқтаи назарларига мос келмаслиги мумкин.

Ушбу нашр БМТТД ва Ўзбекистон ҳукумати қўшма лойиҳаси томонидан тайёрланган

МУНДАРИЖА

Тадбиркорлик фаолияти субъектлари	2
Кичик бизнесни рўйхатдан ўтказиш босқичлари. Лицензиялаш	11
Бизнес-режанинг таркибий қисмлари.....	24
Бизнес режанинг маркетинг қисми. Маркетингнинг таркибий қисми.....	31
Маркетинг стратегиясини асосий турлари.....	45
Кредитнинг молия манбалари. Кредитлар. Лизинг	47
Баланс тушунчаси	52
Солиқ ставкалари	53
Илова 1. “Бизнес-Режа ”нинг тахминий намунаси.....	60
Илова 2. Интернет саҳифасидаги фойдали манбалар.....	69
Илова 3. Глоссарий	70
Илова 4. Наманган вилояти бўйича фойдали маълумотлар.....	75



ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИ СУБЪЕКТЛАРИ

Тадбиркорлик фаолияти тушунчаси

Тадбиркорлик фаолияти (тадбиркорлик) — тадбиркорлик фаолияти субъектлари томонидан қонун ҳужжатларига мувофиқ амалга ошириладиган, таваккал қилиб ва ўз мулкий жавобгарлиги остида даромад (фойда) олишга қаратилган ташаббускор фаолият.

«Бизнес» - тижорат фаолияти бўлиб, инглизча “busy” – банд бўлмоқ деган сўздан келиб чиққан¹. Бизнес – бу фойда олишга қаратилган фаолият. Ўзбек тилида “бизнес” сўзи тадбиркорлик маъносини беради.

Бизнес фаркланиши

Йўналиши бўйича: (Кўлами)га кўра:

- Ишлаб чиқариш
- Хизмат кўрсатиш
- Савдо
- Глобал
- Катта (ёки йирик)
- Ўрта
- Кичик

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари.

Унинг юридик мақоми

Бугунги кунда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик иқтисодиёт ва жамият ривожини учун муҳим аҳамият касб этади. Тадбиркорлик фаолияти субъектлари (тадбиркорлик субъектлари) белгиланган тартибда рўйхатдан ўтган ҳамда тадбиркорлик фаолиятини амалга ошираётган юридик ва жисмоний шахслардан иборат. Тадбиркорлик субъектларини турли белгиларга кўра таснифланиши мумкин, масалан, мулк шаклига кўра акциядорлик, хусусий корхона, ёки ишчи сонига қараб, яқка тартибдаги тадбиркор, микро фирма, кичик корхона бўлиши мумкин.

¹ “busy” – банд бўлмоқ, “ness” феълдан от яшаш учун ишлатиладиган суффикс

Биринчи марта кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг таснифлаши “Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисидаги” қонунда белгилаб берилган. Ушбу қонуннинг 5 моддасига кўра, Ўзбекистонда кичик тадбиркорлик субъектлари қўйидагилардир:

- **якка тартибдаги** тадбиркорлар;
- ишлаб чиқариш тармоқларидаги, банд бўлган ходимларининг ўртача йиллик сони кўпи билан йигирма киши, хизмат кўрсатиш соҳасидаги ва бошқа ноишлаб чиқариш тармоқларидаги, банд бўлган ходимларининг ўртача йиллик сони кўпи билан ўн киши, улгуржи ва чакана савдо ҳамда умумий овқатланиш тармоқларидаги, банд бўлган ходимларининг ўртача йиллик сони кўпи билан беш киши бўлган **микрофирмалар**;
- қўйидаги тармоқлардаги:
 - енгил ва озиқ-овқат саноатидаги, металлга ишлов бериш ва асбобсозлик, ёғочсозлик, мебель саноати ҳамда қурилиш материаллари саноатидаги, банд бўлган ходимларининг ўртача йиллик сони кўпи билан юз киши;
 - машинасозлик, металлургия, ёқилғи-энергетика ва кимё саноати, қишлоқ хўжалик маҳсулотларини ишлаб чиқариш ва қайта ишлаш, қурилиш ҳамда бошқа саноат-ишлаб чиқариш соҳаларидаги, банд бўлган ходимларининг ўртача йиллик сони кўпи билан эллик киши;
 - фан, илмий хизмат кўрсатиш, транспорт, алоқа, хизмат кўрсатиш соҳалари (суғурта компанияларидан ташқари), савдо ва умумий овқатланиш ҳамда бошқа ноишлаб чиқариш соҳаларидаги, банд бўлган ходимларининг ўртача йиллик сони кўпи билан йигирма беш киши бўлган кичик корхоналар.
- Кичик тадбиркорлик субъектлари ходимларининг ўртача йиллик сони қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда аниқланади. Бунда унитар (шўъба) корхоналарда, филиалларда ва ваколатхоналарда ишловчиларнинг сони ҳам ҳисобга олинади.
- Фаолиятнинг бир неча турини амалга оширувчи (кўп тармоқли) юридик ва жисмоний шахслар йиллик айланма хажмида улуши энг кўп бўлган фаолият тури мезонлари бўйича кичик тадбиркорлик субъектларига киради.
- Кичик тадбиркорлик субъектлари учун қонун ҳужжатларида назарда тутилган имтиёзлар, кафолатлар ва ҳуқуқлар юқорида санаб ўтилган тижорат ташкилотларига улар томонидан ваколатли ташкилотларга (давлат солиқ, божхона хизмати органлари, давлат статистика органлари, банклар ва бошқаларга) имтиёзлар, кафолатлар ва ҳуқуқлар хусусиятидан келиб чиқиб, кичик тадбиркорлик субъектлари эканлиги ҳақида хабарнома тақдим этган ҳолда қилинган мурожаатлар асосида берилади. Хабарноманинг тўғрилиги учун жавобгарлик хабарномани тақдим этган субъектлар зиммасига юклатилади. Микрофирма ва кичик корхона ходимларнинг белгиланган ўртача йиллик сонини ошириб юборган тақдирда, ошириб юборишга йўл қўйилган давр учун ва кейинги уч ойга улар қонун ҳужжатларида назарда тутилган имтиёзлар, кафолатлар ва ҳуқуқлардан маҳрум этилади. Ушбу қоида қўйидаги ҳолларда татбиқ этилмайди:
 - микрофирма ва кичик корхона Ўзбекистон Республикаси касб-ҳунар коллежлари, академик лицейларининг ҳамда олий таълим муассасаларининг битирувчилари билан меҳнат шартномалари тузганда, банд бўлган ходимларнинг белгиланган ўртача йиллик сони кўпи билан 20 фоиз оширилганда. Ходимлар сонининг оширилишига Ўзбекистон Республикаси касб-ҳунар коллежлари, академик лицейлари ва олий таълим муассасалари битирувчиларининг ўқишни тугаллаган кунидан бошлаб уч йилдан ортиқ вақт ўтмаган тақдирда йўл қўйилади;

▪ кичик корхона ўз уйида ишлаётган фуқаролар (касаначилар) билан меҳнат шартномалари тузганда, банд бўлган ходимларнинг белгиланган ўртача йиллик сони кўпи билан 30 фоиз оширилганда.

Қонуннинг 6 моддасида якка тартибдаги тадбиркорликка қуйидагича тушунча берилган:

- Якка тартибдаги тадбиркорлик - юридик шахс ташкил этмаган ҳолда жисмоний шахс (якка тартибдаги тадбиркор) томонидан тадбиркорлик фаолиятининг амалга оширилиши.
- Якка тартибдаги тадбиркорлик якка тартибдаги тадбиркор томонидан ходимларни ёллаш ҳуқуқисиз, мулк ҳуқуқи асосида ўзига тегишли бўлган мол-мулк негизида, шунингдек мол-мулкка эгаллик қилиш ва (ёки) ундан фойдаланишга йўл қўядиган ўзга ашёвий ҳуқуқ туфайли ўзига тегишли бўлган мол-мулк негизида мустақил равишда амалга оширилади.
- Якка тартибдаги тадбиркорликни амалга ошириш учун эр-хотиндан бири эр-хотиннинг умумий биргаликдаги мол-мулкидан фойдаланадиган ҳолларда, агар қонунларда, никоҳ шартномасида ёки эр-хотин ўртасидаги ўзга келишувда бошқача қоида назарда тутилган бўлмаса, эрнинг (хотиннинг) розилиги талаб қилинади.

Тадбиркорлик фаолиятини юридик шахс тузиш орқали олиб борса ҳам бўлади. Тадбиркорлик субъекти юридик шахс мақоми билан, хўжалик ширкати ва жамияти, ишлаб чиқариш кооперативи, хусусий корхона, масъулияти чекланган ёки қўшимча масъулиятли жамият, унитар корхона, очиқ ёки ёпиқ турдаги акциядорлик жамияти, шунингдек, бошқа ташкилий-ҳуқуқий шаклларда тузилиши мумкин.

Ўзбекистонда мулк шаклига кўра юридик шахслар қуйидаги асосий ташкилий-ҳуқуқий шаклларда тузилади²:

- Хусусий корхона;
- Масъулияти чекланган жамият;
- Акциядорлар жамияти (очиқ ва ёпиқ)
- Шўъба хўжалик жамияти
- Унитар корхона
- Деҳқон хўжалиги
- Фермер хўжалиги

Ташкилий-ҳуқуқий шаклларнинг ҳар бири ўз хусусиятларига эга.

Хусусий корхона

“Хусусий корхона тўғрисида” Ўзбекистон Республикасининг Қонунига мувофиқ³ мулкдор ягона жисмоний шахс томонидан тузилган ва бошқариладиган тижоратчи ташкилот **хусусий корхона** деб эътироф этилади.

² Ўзбекистон Республикасининг Фуқаролик Кодексида қўшимча ҳуқуқий шакллар белгилаб ўтилган, жумладан, тўлиқ ширкат, коммандит ширкатлар, қарам хўжалик жамияти, хўжалик юритиш ҳуқуқига асосланган унитар корхона, оператив бошқарув ҳуқуқига асосланган давлат унитар корхонаси.

³ 2003 йил 11 декабрь, 558–II-сонли “Хусусий корхона тўғрисида” Ўзбекистон Республикасининг Қонунининг 3 моддаси

- Хусусий корхона ўз мулкида алоҳида мол-мулкка эга бўлади, ўз номидан мулкрий ва шахсий номулкий ҳуқуқларга эга бўлиши ҳамда уларни амалга ошириши, мажбуриятларни бажариши, судда даъвогар ва жавобгар бўлиши мумкин.
- Хусусий корхона ўз мажбуриятлари бўйича ўзига қарашли бутун мол-мулк билан жавоб беради.
- Хусусий корхона мулкдори корхонанинг мол-мулки етарли бўлмаган тақдирда хусусий корхонанинг мажбуриятлари бўйича ўзига қарашли мол-мулк билан қонун ҳужжатларига мувофиқ субсидиар жавобгар бўлади.

Масъулияти чекланган жамият

“**Масъулияти чекланган ҳамда қўшимча масъулиятли жамиятлар тўғрисидаги**” қонунга асосан масъулияти чекланган жамият бу бир ёки бир неча шахс томонидан таъсис этилган, устав фонди (устав капитали) таъсис ҳужжатлари билан белгиланган миқдорларда улушларга бўлинган хўжалик. Масъулияти чекланган жамиятнинг иштирокчилари унинг мажбуриятлари бўйича жавобгар бўлмайдилар ва жамият фаолияти билан боғлиқ зарарлар учун ўзлари қўшган хиссалар қиймати доирасида жавобгар бўладилар. Масъулияти чекланган жамиятнинг ўз хиссасини тўла қўшмаган иштирокчилари жамият мажбуриятлари бўйича ҳар бир иштирокчи хиссасининг тўланмаган қисмининг қиймати доирасида солидар жавобгар бўладилар.

Акциядорлар жамияти

Ўзбекистон Республикасининг Фуқаролик Кодексининг 64 моддасига мувофиқ устав фонди муайян акциялар сонига бўлинган жамият **акциядорлар жамияти** ҳисобланади; акциядорлар жамиятининг иштирокчилари (акциядорлар) унинг мажбуриятлари бўйича жавоб бермайдилар ва жамият фаолияти билан боғлиқ зарар учун ўзларига қарашли акциялар қиймати доирасида жавобгар бўладилар.

Акциялар ҳақини батамом тўламаган акциядорлар акциядорлар жамиятининг мажбуриятлари бўйича ўзларига қарашли акциялар қийматининг тўланмаган қисми доирасида солидар жавобгар бўладилар.

Акциядорлар жамиятининг фирма номида жамиятнинг номи ҳамда бу жамият акциядорлик жамияти эканлиги ўз ифодасини топиши керак.

Акциядорлар жамиятининг ҳуқуқий мавқеи ҳамда акциядорларнинг ҳуқуқ ва бурчлари Фуқаролик Кодекс ва бошқа қонунлар билан белгиланади.

Акциядорлар жамияти очик ва ёпиқ шаклида бўлади.

Очиқ акциядорлар жамияти бу иштирокчилари ўзларига қарашли акцияларни бошқа акциядорларнинг розилигисиз ўзга шахсларга беришлари мумкин бўлган акциядорлар жамияти. Бундай акциядорлар жамияти ўзи чиқарадиган акцияларга қонун ҳужжатларида белгилаб қўйиладиган шартлар асосида очик обуна ўтказишга ва уларни эркин сотишга ҳақли. Очиқ акциядорлар жамияти ҳар йили йиллик ҳисобот, бухгалтерия баланси, фойда ва зарарлар ҳисоб варағини барчанинг танишиб чиқиши учун эълон қилиши шарт.

• **Ёпиқ акциядорлар жамияти** бу акциялари фақат ўзининг муассислари орасида ёки олдиндан белгилаб қўйиладиган бошқа шахслар доирасида тақсимланадиган акциядорлар жамияти. Бундай жамият ўзи чиқарадиган акцияларга очиқ обуна ўтказишга ёки уларни сотиб олиш учун чекланмаган доирадаги шахсларга бошқача тарзда тавсия этишга ҳақли эмас. Ёпиқ акциядорлар жамияти иштирокчиларининг сони қонун билан белгилаб қўйилган миқдордан ошмаслиги керак. Бу сон белгиланган миқдордан ошиб кетган ҳолда у бир йил ичида очиқ акциядорлар жамиятига айлантирилиши, ушбу муддат тамом бўлганидан кейин эса, агар акциядорлар сони белгиланган даражагача камаймаса, суд тартибида тугатилиши лозим. Бўлмаса, қўшимча масъулиятли жамиятга нисбатан қўлланилади.

Шўъба хўжалик жамияти

Агар бир (асосий) хўжалик жамияти ёки ширкати иккинчи хўжалик жамиятининг устав фондида ундан устунлик мавқеига эга бўлган ҳолда иштирок этиши туфайли ёхуд улар ўртасида тузилган шартномага мувофиқ, ё бўлмаса бошқача тарзда иккинчи хўжалик жамияти томонидан қабул қилинадиган қарорларни белгилаб бериш имконига эга бўлса, ушбу иккинчи хўжалик жамияти **шўъба хўжалик жамияти** ҳисобланади.

Унитар корхона

Ўзига бириктириб қўйилган мол-мулкка нисбатан мулкдор томонидан мулк ҳуқуқи берилмаган тижоратчи ташкилот **унитар корхона** ҳисобланади. Унитар корхонанинг мол-мулки бўлинмасдир ва у қўшилган ҳиссалар (улушлар, пайлар) бўйича, шу жумладан корхона ходимлари ўртасида ҳам, тақсимланиши мумкин эмас.

Деҳқон хўжалиги

Деҳқон хўжалиги тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг N 604-І Қонунига мувофиқ **деҳқон хўжалиги** оилавий майда товар хўжалиги бўлиб, оила аъзоларининг шахсий меҳнати асосида, мерос қилиб қолдириладиган умрбод эгалик қилиш учун оила бошлиғига берилган томорқа ер участкасида қишлоқ хўжалиги маҳсулоти етиштиради ва реализация қилади.

Деҳқон хўжалигидаги фаолият тадбиркорлик фаолияти жумласига киради, ҳамда деҳқон хўжалиги аъзоларининг истагига кўра юридик шахс ташкил этган ҳолда ва юридик шахс ташкил этмасдан амалга оширилиши мумкин.

Деҳқон хўжалиги ўз фаолиятида ёлланма меҳнатдан доимий асосда фойдаланиши мумкин эмас.

Қонунга кўра **деҳқон хўжалиги** аъзолари жумласига биргаликда яшаётган ва деҳқон хўжалигини биргаликда юритаётган оила бошлиғи, унинг хотини (эри), болалари, шу жумладан фарзандликка олинган болалари, тарбияга олган болалари, ота-оналари, меҳнатга қобилиятли ёшга етган бошқа қариндошлари киради.

Деҳқон хўжалиги бошлиғи юридик ва жисмоний шахслар билан ўзаро муносабатларда деҳқон хўжалиги номидан шу хўжалик бошлиғи иш кўради. Деҳқон хўжалиги бошлиғи қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда ер участкасига мерос қилиб қолдириладиган умрбод эгалик қилиш ҳуқуқи берилган оила бошлиғи ёки оиланинг муомалага лаёқатли аъзоларидан биридир.

Деҳқон хўжалигининг бошлиғи вақтинча меҳнат қобилиятини йўқотган тақдирда ёки ўзоқ вақт бўлмаганда у ўз мажбуриятларини бажариш ваколатини шу хўжалик аъзоларидан бирига беришга ҳақлидир.

Қонунинг 5-чи моддасига мувофиқ деҳқон хўжалигини ташкил этиш тартиби қўйидагилардан иборат:

Деҳқон хўжалиги ихтиёрийлик асосида тўзилади ҳамда фуқарога белгиланган тартибда ер участкаси берилганидан ва деҳқон хўжалиги давлат рўйхатига олинганидан кейин ташкил этилган ҳисобланади.

Деҳқон хўжалиги қишлоқ хўжалигига мўлжалланган ерларда ва дов-дарахтлар билан қопланмаган ўрмон фонди ерларида, шунингдек заҳира ерларда ташкил этилади.

Деҳқон хўжалигини юритиш учун ер участкасини олишга муҳтож бўлган фуқаролар яшаш жойидаги туман (шаҳар) хокимига оиласининг таркибини ва ер участкасининг мўлжалланган жойини кўрсатган ҳолда ариза беради.

Туман (шаҳар) хокими ер участкаларини бериш (реализация қилиш) масалаларини кўриб чиқувчи комиссиянинг ҳулосаси асосида деҳқон хўжалигини юритиш учун фуқароларга ер участкалари бериш тўғрисида қарор қабул қилади ёки аризага ер участкаси бериш бўйича асосланганди рад жавобини юборади.

Туман (шаҳар) хокимининг ер участкаси беришни рад этиш тўғрисидаги қарори устидан судга ёки бўйсунув тартибида юқори турувчи органга, мансабдор шахсга шикоят қилиниши мумкин.

Деҳқон хўжалигини давлат рўйхатига олиш қонунинг 6 моддасида кўрсатилган. Унга мувофиқ, деҳқон хўжалигини давлат рўйхатига олиш қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда амалга оширилади. Деҳқон хўжалигига ер участкасига умрбод эгалик қилиш ҳуқуқини берувчи давлат ҳужжати ҳамда давлат рўйхатидан ўтказилганлик тўғрисидаги белгиланган намунадаги гувоҳнома берилади.

Агар давлат рўйхатига олиш белгиланган муддатда амалга оширилмаган ёки деҳқон хўжалиги бошлиғи асоссиз деб ҳисоблайдиган сабабларга кўра рад этилган бўлса, хўжалик бошлиғи судга муурожаат қилиши мумкин.

Фуқаролар ўзини ўзи бошқариш органлари ҳар бир деҳқон хўжалигини хўжалик китобига киритиб, унда деҳқон хўжалигининг таркиби, хўжалик бошлиғи ёхуд унинг вазифасини бажарувчи шахс, шунингдек хўжаликнинг ташкилий-ҳуқуқий шакли (юридик шахс ташкил этган ҳолда ёки юридик шахс ташкил этмасдан) тўғрисидаги маълумотларни қайд этиб қўяди.

Дехқон хўжалиklarини давлат рўйхатидан ўтказганлик учун давлат божи ундирилмайди.

Фермер хўжалиги

«Фермер хўжалиги тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонунига мувофиқ Фермер хўжалиги ижарага берилган ер участкаларидан фойдаланган ҳолда қишлоқ хўжалиги товар ишлаб чиқариши билан шуғулланувчи, мустақил хўжалик юритувчи субъектдир.

Фермер хўжалигининг бошлиғи шу хўжаликнинг муассиси — фермердир. Ун саккиз ёшга тўлган, қишлоқ хўжалигида тегишли малака ёки иш тажрибасига эга бўлган Ўзбекистон Республикасининг фуқароси фермер бўлиши мумкин.

Бошқа юридик ва жисмоний шахслар билан муносабатларда фермер хўжалиги номидан ана шу хўжалик бошлиғи иш кўради. Фермер хўжалиги бошлигининг ҳуқуқ ва мажбуриятларини бошқа шахсга ўтказиш тақиқланади, қонунда назарда тутилган ҳоллар бундан мустасно.

Фермер хўжалигини ташкил этиш шартлари қонунинг 5 моддаси белгилаб ўтилган. Унга кўра фермер хўжалиги қишлоқ хўжалигига мўлжалланган ерларда ва заҳира ерларда ташкил этилади.

Чорвачилик маҳсулоти етиштиришга ихтисослаштирилган фермер хўжалиги камида **30** шартли бош чорва моли бўлган тақдирда ташкил этилади. Фермер хўжалигига ижарага бериладиган ер участкаларининг энг кам ўлчами бир шартли бош чорва молга ҳисоблаганда. Андижон, Наманган, Самарқанд, Тошкент, Фарғона ва Хоразм вилоятларидаги суғориладиган ерларда камида **0,3** гектарни, бошқа вилоятлар ва Қорақалпоғистон Республикасидаги суғориладиган ерларда камида **0,45** гектарни, суғорилмайдиган (лалмикор) ерларда эса камида **2** гектарни ташкил этади.

Дехқончилик маҳсулоти етиштиришга ихтисослаштирилган фермер хўжалиklarига ижарага бериладиган ер участкаларининг энг кам ўлчами пахтачилик ва ғаллачилик учун камида **30** гектарни, боғдорчилик, ўзумчилик, сабзавотчилик ва бошқа экинларни етиштириш учун камида **5** гектарни ташкил этади.

Ер участкалари берилганда фермер хўжалиги ўз зиммасига қишлоқ хўжалик экинларининг ҳосилдорлиги (уч йил учун ўртача йиллик ҳосил ҳисобида) ернинг кадастр баҳосидан кам бўлмаслигини таъминлаш мажбуриятини олади. Бу мажбурият ер участкасини ижарага олиш шартномасида мустаҳкамлаб қўйилади.

Фермер хўжалигини ташкил этиш тартиби қуйидагича:

Фермер хўжалиги шу хўжалик бошлиғи томонидан ташкил этилади, у фермер хўжалигига тегишлича алоҳида мол-мулк ажратиб беради ва уставини тасдиқлайди.

Фермер хўжалиги ташкил этиш учун унинг бошлиғи белгиланган тартибда ер участкаси олиши керак.

Фермер хўжалигини давлат рўйхатига олиш . Фермер хўжалиги белгиланган тартибда давлат рўйхатига олинган пайтдан эътиборан ташкил этилган деб ҳисобланади. Фермер хўжалиги ваколатли орган томонидан давлат рўйхатига олинганидан кейин юридик шахс мақомини олади, банк муассасасида ҳисоб-китоб варағи ва бошқа хил ҳисоб варақлар очишга, ўз номи ёзилган муҳрга эга бўлишга ҳақли.

Фермер хўжалиги ташкил этишнинг ушбу Қонунда белгиланган тартиби бўзилган ёки хўжаликнинг устави қонунга мувофиқ бўлмаган тақдирда фермер хўжалигини давлат рўйхатига олиш рад этилиши мумкин.

Давлат рўйхатига олиш рад этилганлиги, шунингдек рўйхатга олиш муддатларининг бўзилганлиги устидан судга шикоят қилиниши мумкин.

Фермер хўжалигининг устави. Фермер хўжалиги устав асосида фаолият кўрсатади. Фермер хўжалигининг намунавий устави Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан тасдиқланади.

Қишлоқ хўжалиги кооперативлари (ширкат хўжаликлари) аъзолари томонидан фермер хўжалигини ташкил этиш хусусиятлари

Қишлоқ хўжалиги кооперативларининг (ширкат хўжаликларининг) таркибидан чиқиш ва фермер хўжалигини мустақил юритиш истагини билдирган аъзолари Қонуннинг 11-моддасига мувофиқ ер участкасини ижарага олиш ҳуқуқига эга.

Тадбиркорлик субъектининг ташкилий-ҳуқуқий шаклини танлаш бизнеснинг тури ва унинг миқёси, шерикларнинг сони, мавжуд маблағлар миқдори ва бошқа омилларга боғлиқ.

Юқорида кўрсатиб ўтилган қонунлардан ташқари кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни тартибга солувчи қонуний–меърий ҳужжатлар қўйидагилардан иборат:

- 14.06.2005 йилдаги Тадбиркорлик субъектларини ҳуқуқий ҳимоя қилиш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг № ПФ-3619 Фармони
- 15.06.2005 йилдаги тадбиркорлик субъектлари томонидан тақдим этиладиган ҳисобот тизимини такомиллаштириш ва уни ноқонуний талаб этганлик учун жавобгарликни кучайтириш тўғрисидаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг № ПҚ-100 Қарори
- 28.07.2003 йилдаги ноозиқ-овқат истеъмол товарлари билан савдо қилишни такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг № 330 Қарори
- 03.07.1999 йилдаги молия-хўжалик фаолиятини амалга оширмаётган ва қонунчиликда белгиланган муддатларда ўзларининг устав жамғармаларини шакллантирмаган корхоналарни тугатиш тартиби тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг № 327 Қарори

- 10.04.2007 йилдаги суғурта хизматлари бозорини янада ислоҳ қилиш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг № ПҚ-618 Қарори
- 04.04.2007 йилдаги аудиторлик ташкилотлари фаолиятини янада такомиллаштириш ҳамда улар кўрсатаётган хизматлар сифати учун жавобгарликни ошириш тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг № ПҚ-615 Қарори
- 26.04.1996 йилдаги акциядорлик жамиятлари ва акциядорларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисидаги Ўзбекистон Республикасининг № 223-І Қонуни
- 30.04.1998 йилдаги деҳқон хўжалиги тўғрисида Ўзбекистон республикасининг № 604-І қонуни
- 25.05.2000 йилдаги тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисидаги Ўзбекистон Республикасининг № 69-ІІ Қонуни
- 06.12.2001 йилдаги Масъулияти чекланган ҳамда қўшимча масъулиятли жамиятлар тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг № 310-ІІ Қонуни



КИЧИК БИЗНЕСНИ РЎЙХАТДАН ЎТКАЗИШ БОСҚИЧЛАРИ. ЛИЦЕНЗИЯЛАШ

Кичик бизнесни рўйхатдан ўтказиш босқичлари

Тадбиркорлик фаолияти билан шуғилланишдан олдин бир нечта жараёндан ўтиш лозим. Аввалам бор давлат рўйхатидан ўтиш шарт. Бунинг учун қўйидаги босқичлардан ўтиш керак бўлади:

- Бизнес ғояни пухта таҳлил қилиш
- Иш бошлаш учун керак бўладиган ресурсларни аниқлаш
- Бизнесни юридик мақомини (шаклини) танлаш
- Ташкилотга ном танлаш ва статистика органларида ушбу номни тасдиқлатиб олиш
- Ташкилотни почта манзилини аниқлаш
- Хужжатларни тайёрлаш
- Юстиция органлари ёки хокимликлар ҳузуридаги Тадбиркорлик субъектларини рўйхатга олиш инспекцияга мурожаат қилиш
- Мажбурий тўловларни тўлаш

Рўйхатга олиш қадамлар

Тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатига олиш, тегишли равишда, юстиция органлари ёки туман (шаҳар)лар хокимликлари ҳузуридаги Тадбиркорлик субъектларини рўйхатга олиш инспекциялари томонидан бир вақтнинг ўзида уларни солиқ ва статистика органларида ҳисобга қўйган ҳолда амалга оширилади.

Тадбиркорлик субъектларини юридик шахс сифатида давлат рўйхатидан ўтказиш учун тақдим этиладиган хужжатлар:

1. Тадбиркорлик субъектларини юридик шахс сифатида давлат рўйхатидан ўтказиш учун рўйхатдан ўтказувчи органга ариза берувчи (таъсисчи ёки таъсисчилар томонидан Ўзбекистон Республикаси қонунчилигига мувофиқ ваколатланган шахс) ўзи келган ҳолда ёки почта алоқаси орқали мазкур Низомнинг 1-иловасида

кўрсатилган шаклда ариза-хабарномани тақдим этади. Давлат рўйхатидан ўтказиш ҳақидаги ариза-хабарномага қуйидагилар илова қилинади:

2. Давлат тилидаги таъсис хужжатларининг белгиланган тартибда нотариал тасдиқланган икки асл нусхаси. Бунда давлат корхоналари негизида ташкил этилган акциядорлик жамиятлари учун таъсис хужжатларининг нотариал тасдиқланган бўлиши талаб этилмайди (юридик шахсни давлат рўйхатдан ўтказувчи органга тақдим этиладиган таъсис хужжатлари бўлиб устав ёки таъсис шартномаси ва устав ёки фақат таъсис шартномаси, бунда масъулияти чекланган ҳамда қўшимча масъулиятли жамиятлар учун – таъсис шартномаси ва устав, тўлиқ ва коммандит ширкатлар учун эса – фақат таъсис шартномаси, акциядорлик жамиятлари, хусусий корхоналар, фермер хўжаликлари ҳамда юридик шахс бўлган деҳқон хўжаликлари учун – фақат устав);

3. Давлат божининг ёки рўйхатдан ўтказиш йиғимининг белгиланган миқдори тўланганлиги ҳақидаги банк тўлов ҳужжати (деҳқон хўжаликлари, шунингдек давлат корхоналари негизида ташкил этиладиган акциядорлик жамиятларидан ташқари);

4. Бир хил ёки адаштириш даражасида ўхшаш бўлган фирма номи мавжуд эмаслиги ҳақидаги маълумотнома (интернет тармоғидаги www.stat.uz веб-сайтига кириб, фуқаро тўғридан-тўғри паспорт маълумотларини киргизган ҳолда фирма номини рўйхатдан ўтказиш);

5. Уч нусхада муҳр ва штамп эскизлари.

Давлат рўйхатидан ўтказиш учун мазкур Низомнинг 10-бандида кўрсатилган хужжатларга қўшимча равишда қуйидаги хужжатлар тақдим этилади:

I. Бозорлар учун – бозор ташкил қилишга ер участкаси ажратиб бериш тўғрисидаги Қорақалпоғистон Республикаси Вазирлар Кенгашининг, вилоятлар ва Тошкент шаҳар хокимликларининг қарори ҳамда бозорнинг устав фондига таъсис хужжатларида кўрсатилган миқдорнинг камида 30 фоизи киритилганлигини тасдиқловчи хужжат;

II. Хорижий инвестициялар иштирокидаги корхоналар ва хорижий сармоя иштирокидаги бошқа корхоналар учун:

1. Хорижий муассис туғрисида юридик шахс рўйхатдан ўтказилган жойдаги савдо реестридан олинган, агар Ўзбекистон Республикасининг халқаро шартномаларида бошқача қоида назарда тутилган бўлмаса, Ўзбекистон Республикасининг консуллик муассасаси томонидан белгиланган тартибда легализация қилинган, булар мавжуд бўлмаган тақдирда, муассис рўйхатдан ўтказилган давлат Ташқи ишлар вазирлигида, мазкур мамлакатнинг Ўзбекистон Республикасидаги консуллик муассасасида ёки дипломатик ваколатхонасида легализация қилиниб, кейинчалик Ўзбекистон Республикаси Ташқи ишлар вазирлигининг Консуллик бошқармасида тасдиқланган кўчирма тақдим этилади. Хорижий муассис туғрисида савдо реестридан кўчирмада хорижий юридик шахснинг номи, унинг жойлашган манзили, устав фонди миқдори, ташкилий-ҳуқуқий шакли, рўйхатдан ўтказилган санаси, фаолият кўрсатиш муддати ҳамда хорижий юридик шахс номидан имзо

қўйиш ҳуқуқига эга бўлган шахс ҳақида маълумотлар кўрсатилиши керак. Ушбу кўчирма берилган пайдан бошлаб 1 йил муддат ичида ҳақиқий ҳисобланади. Жисмоний шахс – норезидент ўз паспортининг нусхасини тақдим этади. Ушбу ҳужжатлар давлат тилига таржима қилинган, таржима белгиланган тартибда нотариал тасдиқланган ҳолда тақдим этилиши керак. Агар хорижий муассиснинг корхона (ташкилот) устав фондига улуши интеллектуал мулк бўлса, у ҳолда ариза берувчи қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда баҳоловчи томонидан тузилган баҳолаш тўғрисидаги ҳисоботни тақдим этиши керак;

2. Ҳар бир таъсисчи томонидан корхона устав фондидаги ўз улушининг 30 фоизини киритганлигини тасдиқловчи ҳужжатлар (вақтинчалик сўмлардаги ва валютадаги жамловчи ҳисоб рақамларига пул маблағлари киритилганлигини ҳақида банк маълумотномаси, мол-мулкни Ўзбекистон Республикаси ҳудудига олиб кирилганлигини тасдиқловчи божхона ҳужжати, мол-мулкни топшириш-қабул қилиш далолатномаси, киритилаётган мол-мулкка эгалик ҳуқуқини тасдиқловчи ҳужжат ва бошқалар);

III. Деҳқон хўжаликлари (юримдик шахслар) ҳамда фермер хўжаликлари учун – туман хокимининг ер участкаси ажратиб бериш тўғрисидаги қарори нусхаси;

IV. Юримдик шахсларни қўшиб юбориш, бўлиш, ажратиб чиқариш ёки ўзгартириш йўли билан қайта ташкил этиладиган тадбиркорлик субъектлари учун:

1. Қайта ташкил қилинаётган юримдик шахсга маълум бўлган барча кредиторлар ёзма равишда хабардор этилганлигини ва оммавий ахборот воситаларида қайта ташкил этиш ҳақида ахборот эълон қилинганлигини тасдиқловчи ҳужжат;

2. Қайта ташкил этилаётган юримдик шахсларнинг уларнинг барча кредиторлари ва қарздорларига, шу жумладан томонлар даъволашаётган мажбуриятларга нисбатан барча мажбуриятлари бўйича ҳуқуқий ворислик тўғрисидаги қоидалар кўрсатилган топшириш далолатномаси (қўшиб юборишда ва ўзгартиришда) ёки булиш баланси (булишда ва ажратиб чиқаришда);

3. Қайта ташкил қилинаётган юримдик шахснинг рўйхатдан ўтказиш тўғрисидаги гувоҳномасининг асл нусхаси, муҳри ва штамп (юримдик шахсни қўшиб юбориш, бўлиш ва ўзгартириш йўли билан ташкил этилаётган тадбиркорлик субъектини рўйхатдан ўтказишда тақдим этилади).

4. Таъсисчилар тақдим этилган ҳужжатларнинг ҳаққонийлиги ва таъсис ҳужжатларининг Ўзбекистон Республикаси қонунчилигига мослиги учун жавобгардирлар.

Масъулияти чекланган жамиятни очиш мисолида рўйхатдан ўтиш тартиби (норасмий йўриқнома)⁴

Сиз корхона очишга қарор қилдингиз ва уни ташкилий ҳуқуқий шаклини масъулияти чекланган жамият (бундан буён - МЧЖ) шаклида танладингиз.

I БИРИНЧИ ҚАДАМ:	II. ИККИНЧИ ҚАДАМ:	III. УЧИНЧИ ҚАДАМ:
Давлат рўйхатидан ўтказишга тайёрлаш: 1. МЧЖ номи 2. Асосий фаолият тури 3. МЧЖ устав фонди миқдори 4. Таъсисчилар ва уларнинг улушлари 5. Почта манзили 6. Ижро органи	Давлат рўйхатидан ўтказиш ҳаракатлари: 1. Тақдим этиладиган ҳужжатлар 2. Рўйхатдан ўтказиш 3. Техник шартларни олиш	Давлат ҳисобига қўйиш учун ҳаракатлар: 1. Мухр ва штамп тайёрлаш 2. Мансабдор шахсларнинг имзо намуналарини нотариал тасдиқлаш 3. МЧЖ нинг банкда ҳисоб-рақамларини очиш 4. Туман Давлат солиқ инспекциясида рўйхатга ўтиш 5. Статистика бўлимида электрон ҳисобот топшириш учун руйхатдан ўтиш 6. Ҳалк банкидан рўйхатдан ўтиш



БИРИНЧИ ҚАДАМ:

МЧЖни давлат рўйхатига олиш Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 24 майдаги ПҚ-357-сон қарори билан тасдиқланган “Тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатига олиш ва ҳисобга қўйишнинг хабардор қилиш тартиби тўғрисида”ги низомга мувофиқ амалга оширилади.

МЧЖ номи:

Биринчи навбатда ташкил этишни режалаштирган МЧЖ номини ягоналигини аниқлашингиз ва уни заҳиралашингиз, яъни банд қилишингиз зарур. Бунинг учун Статистика Қўмитаси сайтига кириб, унинг “Фирма номи (Фирменное наименование)” варағида МЧЖ учун танланган номларни ўзингизнинг паспорт реквизитларингиз ҳамда жойлашган ҳудудни кўрсатган ҳолда киритасиз. Жавоб 4 (тўрт) соатда маълум қилинади. Таклиф қилинган номлардан бири ягоналиги тасдиқланса ном 60 кун муддатга заҳирага олиниб, Сизга бу ҳақда 4 соатда маълум қилинади. Хабарни Сиз номни заҳиралашга берган аризангиз қабул қилинганда берилган ягона логин ва паролни киритган ҳолда аниқлайсиз. Агар Сиз белгиланган муддатда МЧЖ ни рўйхатдан ўтказмасангиз, МЧЖ номи бошқа шахсларга берилиши мумкин. Агар рад жавобини олсангиз, Сиз бир кунда бир марта ном заҳиралаш имкониятига эгасиз.

⁴ Ушбу қисмни ёзишда Журабек Султоновнинг «Масъулияти чекланган жамиятни ташкил этиш бўйича норасмий, бироқ қулай йўриқнома» мақоласидан фойдаланилган. <http://www.blanki.uz/> (13.08.2012)

Асосий фаолият тури:

МЧЖ нинг асосий фаолиятини аниқлагач унинг Халқ хўжалиги тармоқларининг умумий таснифлагичи (ХХТУТ-ОКОНХ) даги кодини аниқлаш керак.

МЧЖ устав фонди миқдори:

Амалдаги қонун ҳужжатларига мувофиқ МЧЖ ташкил этиш учун энг кам устав фонди миқдори энг кам иш ҳақининг 40 бараварини ташкил этади. Буни Сиз жуда оддий формула, яъни энг кам иш ҳақи миқдори $\times 40 =$ устав фонди миқдори орқали аниқлашингиз мумкин. 2012 йил 01 августдан бошлаб корхонани давлат рўйхатидан ўтказишда олдиндан устав фондининг бир қисмини шакллантириш талаби бекор қилинди. Бироқ бу Сизни корхона устав фондини бир йил муддатда шакллантириш мажбуриятдан озод қилмайди.

Шу билан бирга халқ хўжалигининг айрим фаолият турлари учун қонун ҳужжатлари билан устав фондининг энг кам миқдорининг бирмунча юқори ставкалари ва шакллантириш шартлари мавжудлигини билишингиз лозим. Чунки туризм фаолияти учун энг кам иш ҳақининг 400 баравари, улгуржи савдо фаолияти 3500 баравари ва шундан 1200 баравари пул маблағлари билан шаклланиши зарурлиги тўғрисида талаблар мавжуд. Агар МЧЖ ни чет эл инвестицияси иштирокида ва адлия органларида рўйхатдан ўтишини истасангиз устав фонди миқдори камида 150 000 АҚШ доллари бўлиши керак. Шу сабабли Сиз амалга оширмақчи бўлган фаолиятингиз тури лицензия, ёки бошқа рухсат талаб қилишини олдиндан ўрганган ҳолда МЧЖ ташкил этишингиз зарурлигини талаб қилади. Бу Сизни вақтингизни ҳамда қўшимча харажатларингизни тежайди.

МЧЖ ҳужжат топширилган кун билан 2 кун муддатда, асосий фаолият лицензия талаб қилса 7 кун муддатда давлат рўйхатидан ўтказилади.Таъсисчилар ва уларнинг улушлари:

МЧЖ таъсисчиси (иштирокчиси) бир ёки бир неча юридик ёки жисмоний шахслар бўлиши мумкин. Фақат уларнинг умумий миқдори 50 нафардан ошмаслиги лозим. Шунингдек, бир таъсисчи билан ташкил этилган юридик шахс яқка ўзи МЧЖ ташкил этиши мумкин эмас.

Таъсисчилар сони аниқлангач, уларнинг киритадиган ҳиссаси миқдори ва унинг устав фондидаги % миқдори аниқланади. Ушбу тақсимот таъсис баённомаси ва жамият тасдиқ ҳужжатларида акс эттирилиши зарур.

Улушни шакллантириш учун ҳисса кўчар ва кўчмас, интеллектуал (моддий ва номоддий) мулк, пул маблағлари, турли ҳуқуқлар кўринишида шаклланиши мумкин. Ҳисса мулк шаклида бўлганда у топшириш қабул қилиш далолатномаси билан, пул шаклида бўлса махсус очилган банк ҳисоб рақамида пул қўйиш йўли билан амалга оширилади. Интеллектуал мулк ва турли ҳуқуқлар ваколатли баҳоловчи орган томонидан тасдиқланиши зарур.

Почта манзили:

МЧЖ нинг унинг асосий реквизитларидан бири ҳисобланиб, у қайси ҳудудда жойлашишини белгилайди. Амалдаги қонун ҳужжатларида юридик шахс манзили нотурар бинода бўлиши зарурлиги белгиланган. Бироқ таъсисчи бўлган жисмоний шахс ўзининг рўйхатдан ўтган яшаш манзилини МЧЖ юридик манзили сифатида кўрсатиши мумкин. Юридик манзил учун шахсий, ижара ва фойдаланишга олинган нотурар жойлар кўрсатилиши мумкин.

Ижро органи:

МЧЖ ни очишингиз билан иш фаолиятини бошлаши учун ижро органини тайинлашингиз зарур. Ижро органи якка ёки коллегиял бўлиши мумкин. Бу Сизнинг танловингиз. Шунга кўра ижро органи тури ва унинг ваколатларини белгилашингиз лозим.



ИККИНЧИ ҚАДАМ:

Сиз фирма номи, иштирокчилар таркиби, устав фонди миқдори, улушлар тақсимоти, юридик манзил, ижро органи ва қайси ташкилотдан давлат рўйхатидан ўтказиш бўйича қарор қилдингиз. Энди навбат МЧЖ ни давлат рўйхатидан ўтказиш учун ҳужжатларни тайёрлашга.

Тақдим этиладиган ҳужжатлар

Юқорида қайд этилган “Тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатига олиш ва ҳисобга қўйишнинг хабардор қилиш тартиби тўғрисида”ги низомга мувофиқ рўйхатга олиш органига қуйидаги ҳужжатлар тақдим этилиши керак:

1. Белгиланган шаклдаги ариза-хабарнома;
2. Давлат тилидаги таъсис ҳужжатлари: устав (якка иштирокчи) ёки таъсис шартномаси ва устав (икки ва ундан ортиқ иштирокчи) 2 асл нусхада. Агар корхона бир дона шахс томонидан очилса, таъсис шартномаси тақдим этилмайди.
Рўйхатга олишда ушбу ҳужжатларнинг нотариал тақдиқлаш шарт эмаслиги учун, инспекция томонидан ҳужжатларни ипда тикиш ва варақлар сонини ёзиш сўралмоқда. Агар МЧЖ иштирокчилари таркибида чет эл жисмоний ёки юридик шахси бўлса таъсис ҳужжатлари нотариал тасдиқланиши зарур;
3. Энг кам ойлик иш ҳақининг 1 баробари миқдорида давлат божи тўланганлиги ҳақидаги банк тўлов ҳужжати (квитанцияси). Агар МЧЖ ни адлия органлари орқали рўйхатдан ўтказиш керак бўлса давлат божи миқдори энг кам иш ҳақининг 5 баравари ва 500 АҚШ доллари миқдорида;
4. МЧЖ номини статистика органлари томонидан ташкил этилган марказлаштирилган маълумотлар базасида захиранланганлигини тасдиқловчи ягона логин ва парол;

5. Мухр ва штамп эскизлари уч нусхада. Шу ўринда 2012 йил 01 августдан эътиборан янги корхоналарга мухр ва штамп олиш учун рухсат бериш талаби бекор қилинганлигини, ҳамда мухр ва штампни ясашиш учун корхонани давлат рўйхатидан ўтганлигини тасдиқловчи гувоҳнома ва таъсис ҳужжатларини мухр ясовчига етарли эканлигини маълум қиламиз;

Агар Сиз чет эл инвестицияси иштирокида корхона очмоқчи ва адлия органида рўйхатда ўтказмоқчи бўлсангиз чет эллик иштирокчининг санаси 1 йилдан ўтмаган:

Юридик шахсинг номи, юридик манзили ҳамда номидан қарор қабул қилишга ваколатли мансабдор шахслар тўғрисидаги маълумотларни ўз ичига олган савдо реестри кўчирмаси. Ушбу кўчирма ўрнатилган тартибда ЛЕГАЛИЗАЦИЯ қилинган ёки 2012 йил апрел ойдан эътиборан АПОСТИЛ билан тасдиқланган бўлиши керак;

Жисмоний шахс паспорти таржимаси нотариал тартибда тасдиқланган бўлиши керак.

Шу ўринда Сизнинг қўлингизда қуйидаги ҳужжатлар бўлиши маъқул ҳисобланади:

- МЧЖ ни таъсис этиш иштирокчи қарори (якка иштирокчи) ёки иштирокчиларнинг таъсис баённомаси (икки ва ундан ортиқ иштирокчи) бир асл нусха;
- Устав фондини 30% шаклланишини тасдиқловчи банк маълумотномаси ёки топшириш қабул қилиш далолатномаси.

Рўйхатдан ўтказиш

Барча ҳужжатлар тўлиқ ва тўғри топширилгач МЧЖ 2 кун муддатда инспекция томонидан рўйхатга олинади ва тадбиркорга қуйидаги ҳужжатлар берилади:

1. Рўйхатга олинганликни тасдиқловчи Гувоҳнома асл нусхаси;
2. Рўйхат олувчи мухри билан «рўйхатдан ўтказилган» белгиси қўйилган таъсис ҳужжатлари бир асл нусхадан;
3. Мухр ва штамп эскизи.

Рўйхатга олишни рад учун асос мавжуд бўлса, инспекция томонидан 3 иш соат ичида ариза берувчига маълум қилинади.

Техник шартларни олиш

Рўйхатга олиш ташкилотлари, хусусан туман ва шаҳар ҳокимликлари ҳузуридаги Тадбиркорларни рўйхатга олиш инспекциясида ягона ойна ташкил этилган.

У ерда Сиз рўйхатга олиш ёки рўйхатдан ўтгандан сўнг амалга оширувчи фаолиятингиз учун зарур ер майдони ажратилиши, зарур миқдордаги электр энергияси, газ, сув ва оқава сув бўйича тегишли ТЕХНИК ШАРТЛАРНИ олиш бўйича ҳамда улар асосида қурилишга рухсат олиш ва МЛТ (АПЗ) 1 ва 2 ларни олиш бўйича мурожаат қилишга ҳам ҳақлисиз. Ягона ойна ушбу ҳужжатларни

ҳам Сизга қонунда белгиланган муддатда ҳал қилиб беришга мажбур. Бунда Сиз фақат қонунда белгиланган тўловларни амалга оширишга мажбурсиз ҳолос. Ягона ойна қўшимча тўлов талаб қилишга ҳақли эмас ва бу Сизнинг анча қимматли вақтингиз тежалишини таъминлайди.



УЧИНЧИ ҚАДАМ:

Мухр ва штамп тайёрлаш:

Мухр ва штамп тайёрлашга корхона гувоҳномаси ва таъсис ҳужжатларини кўрсатган ҳолда энг арзон ёки ўзингизга энг маъқул муҳр ва штамп тайёрловчи корхонага буюртма бериш йўли билан топширингиз керак. Одатда муҳр ва штамп 2 ёки 4 соатда тайёрлаб берилади;

МЧЖ нинг банкда ҳисоб-рақамларини очиш:

Мансабдор шахсларнинг имзоси банкда тасдиқлаш (2012 йил 01 августдан имзо намуналарини нотариал тасдиқлаш бекор қилинди) ва банкда ҳисобварақ очиш:

Бу учун Сиз ўзингизга энг маъқул бўлган банкка депозит ҳисобрақам очиш тўғрисидаги махсус шаклдаги ариза (ариза шаклини банкнинг ўзида ҳам олиш мумкин. Шунингдек, Сиз икки ва уч ҳисоб рақам очиш истагида бўлсангиз ҳар бир валюта тури кўрсатилган АРИЗА ни алоҳида тақдим этасиз) билан мурожаат қилишингиз ва қуйидаги ҳужжатларни тақдим этишингиз шарт ҳолос:

1. Белгиланган тартибдаги юқорида қайд этилган АРИЗА;
2. Давлат рўйхатидан ўтганлик тўғрисидаги МЧЖ гувоҳномаси нусхаси;
3. Имзо ва муҳр намуналари тасдиқланган варақча икки асл нусхада (буни банкнинг ваколатли ходими олдида расмийлаштирасиз);
4. Таъсис ҳужжатлари: таъсис шартномаси ва устав нусхаси (чет эл инвестицияси иштирокидаги МЧЖ таъсис ҳужжатлари нусхаси нотариал тасдиқланиши керак);
5. МЧЖ нинг пул ҳисоб китоб ҳужжатларини имзолашга ваколатли шахснинг шахсини тасдиқловчи ҳужжати, ушбу ҳужжатдани банкнинг ўзи нусха олади.
6. Директор ва бош ҳисобчи (микрофирмаларда директорнинг ўзи. Янги корхоналарнинг ҳақиқатдан ҳам микрофирма бўлиш бўлмаслигига банк ходимидаги шубҳани тарқатиш учун, Сизда корхонангизнинг фаолият бошланишида микрофирма бўлиши, агар микрофирма шартларига мос келмай қолса иккинчи имзони бошқа ходимга юклатишингиз тўғрисида кафолат хати беришингиз мумкин) тайинлаш бўйича қарор ва буйруқнинг асли;
7. Директор ва бош ҳисобчи (микрофирмаларда директорнинг ўзи) нинг паспорти;

ДОИМО ЭСИНГИЗДА БЎЛСИН СИЗ КИЧИК БИЗНЕС СУБЪЕКТИ БЎЛСАНГИЗ, МИЛЛИЙ ВАЛЮТАДА ҲИСОБ ВАРАҚ ОЧИЛГАНДА СИЗДАН БАНК ҲАҚ ОЛМАЙДИ (Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлигида 2009 йил 27 апрелда 1948 рақами билан рўйхатга олинган “Ўзбекистон Республикаси банкларида очиладиган банк ҳисоб варақлари тўғрисида”ги йўриқноманинг 8 банди, 6 хатбошиси).

Туман Давлат солиқ инспекциясида рўйхатга ўтиш:

Банкда ҳисоб рақам очилгандан сўнг МЧЖ реквизитлари тўлиқ шаклланган ҳисобланади ва у энди юридик манзилига мувофиқ тегишли туман Давлат солиқ инспекцияси (бундан буён ДСИ) га рўйхатдан ўтиши зарур. Бу учун МЧЖ га Солиқ кодексининг 80 моддаси 2 қисмига мувофиқ у давлат рўйхатига олингандан сўнг 10 кун муддат берилади. Ушбу муддатда МЧЖ ДСИ га ҳисобга қўйиш тўғрисида АРИЗА (08 шакл) бериши ва унга давлат рўйхатидан ўтган гувоҳномаси нусхасини тақдим этиши керак. Одатда туман ДСИ лари қўшимча равишда Сизнинг МЧЖ га иш жилди очиш учун катта девонхона регистр папкаси ҳам беришни сўрайди. Ушбу папка билан бирга устав, таъсис шартномаси, гувоҳнома, директор ва бош ҳисобчининг паспорт нусхаларини тақдим этишингиз мақсадга мувофиқ.

Шу ўринда кўпгина МЧЖ лар бирмунча қулай бўлган ягона солиқ тўлови тизимига ўтишни истаган ҳолда, у учун ҳам рўйхатдан ўтгандан сўнг 10 кун муддатда ХАБАРНОМА бериш зарурлигини унутадилар. Янги ташкил этилган МЧЖ ни ягона солиқ тўлови тизимига ўтиши учун МЧЖ ни ДСИ га рўйхатга қўйиш билан бирга белгиланган тартибдаги ХАБАРНОМАНИ тақдим ушбу муаммони биратўла ҳал этади.

ДСИ билан ишлашни оперативлигини таъминлаш, ҳисобот даврида ортиқча қоғоз тўлдириш, навбатда турмасликнинг энг тўғри ечими тегишли ДСИ дан электрон калит олишдир. Ушбу калит Сизга ҳисоботларни ишхонангиздан турган ҳолда топшириш имкониятини беради. Кейинчалик ушбу калитдан статистика ҳисоботлари ва халқ банк реестрларини интернет орқали жўнатиш имкониятига эга бўласиз.

Бу учун сиз ушбу АРИЗА ни тўлдиришингиз ва ДСИ берган банк ҳисоб варағига энг кам иш ҳақининг 10% миқдорида ҳақ тўлашингиз лозим. Пул тўланган куннинг ўзида ДСИ вакиллари Сизга ушбу электрон калитни тақдим этади. Ариза, тўлов топшироқномаси нусхасини тақдим этсангиз сизнинг флешкангизга электрон калит ёзиб берилади.

Статистика бўлимида электрон ҳисобот топшириш учун рўйхатдан ўтиш:

Сиз давлат рўйхатидан ўтган вақтда рўйхатга олувчи статистика органларига Сиз ҳақингизда маълумот беради. Сиз статистика ҳисоботини топширишни енгиллаштириш мақсадида электрон ҳисобот топшириш учун мазкур АРИЗА ни тақдим этган ҳолда рўйхатдан ўтишингиз зарур.

Халк банкидан рўйхатдан ўтиш.

Сизда Шахсий жамғариб бориладиган пенсия фондига (ИНПС) тўлов мажбуриятлари бор. Тегишли Халк банкида рўйхатдан ўтиш учун хат, гувоҳнома ва ходимлар рўйхатини, паспорт ва ИНПС китобчаси нусхаларини тақдим этишингиз лозим. Ҳисоботларни Интернет орқали топшириш учун қуйидаги АРИЗА ни топшириб, логин ва парол олиш имкониятига эгасиз. Логин одатда сизнинг СТИР (ИНН) рақамингиз.

Лицензиялаш

Фаолиятнинг айрим турлари билан фақат махсус рухсатнома (лицензия) асосидагина шуғулланиши мумкин. Лицензиялар талаб қилинадиган фаолият турларининг рўйхати Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг 2001 йил 12 майдаги 222-II-сон қарорига 1-иловада белгилаб ўтилган. Ушбу ҳужжатга мувофиқ, қуйидаги фаолият турлари фақат лицензия олиш орқали амалга оширилади:

- Қурул-яроғ ва унинг ўқ-дориларини, Ҳимояланиш воситаларини, ҳарбий техникани, уларнинг эҳтиёт қисмлари, бутловчи қисмлари ва приборларини (агар улардан бошқа тармоқларда фойдаланилмаса), шунингдек уларни ишлаб чиқариш учун махсус материалларни ва махсус асбоб-ускунани яратиш, ишлаб чиқариш, таъмирлаш ва реализация қилиш.
- Портловчи ва захарли моддаларни, уларни қўллаган ҳолда материаллар ва маҳсулотларни, шунингдек портлатиш воситаларини яратиш, ишлаб чиқариш, ташиш, сақлаш ва реализация қилиш.
- Жанговар захарловчи моддалардан Ҳимояланиш воситаларини ишлаб чиқариш ва реализация қилиш.
- Бўшаётган ҳарбий-техника воситаларини тугатиш (йўқ қилиб ташлаш, утилизация қилиш, кўмиб ташлаш) ва қайта ишлаш.
- Ов ва спортга мўлжалланган ўқотар қурулни ҳамда унинг ўқ-дориларини, шунингдек тиғли қурулни (пичоқларнинг миллий турларидан ташқари) ишлаб чиқариш, таъмирлаш ва реализация қилиш.
- Ёнғинга қарши автоматика воситаларини, қўриқлаш сигнализацияларини, ёнғиндан дарак берувчи ва ёнғиндан сақловчи сигнализацияларни лойиҳалаштириш, монтаж қилиш, созлаш, таъмирлаш ва уларга техник хизмат кўрсатиш.
- Ионлаштирувчи нурланиш манбалари билан муомалада бўлинадиган соҳалардаги илмий-тадқиқот ва тажриба-конструкторлик ишлари, ионлаштирувчи нурланиш манбаларини лойиҳалаштириш, барпо этиш ва уларга хизмат кўрсатиш, улар учун технологик асбоб-ускуналар, радиациядан Ҳимояланиш воситаларини ясаш ва тайёрлаш.
- Ионлаштирувчи нурланиш манбаларини қазиб олиш, ишлаб чиқариш, тайёрлаш, қайта тайёрлаш, улардан фойдаланиш, уларни сақлаш, уларга хизмат кўрсатиш, уларни ташиш ҳамда зарарсизлантириш, утилизация қилиш ва кўмиб ташлаш.
- Ахборотнинг криптографик Ҳимоя воситаларини лойиҳалаштириш, тайёрлаш,

ишлаб чиқариш, реализация қилиш, таъмирлаш ва улардан фойдаланиш.

- Магистрал газ қувурлари, нефть қувурлари ва нефть маҳсулотлари қувурларини лойиҳалаштириш, қуриш, улардан фойдаланиш ва уларни таъмирлаш.
- Ягона энергетика тизимига уланадиган стационар электр станцияларида электр энергияси ишлаб чиқариш.
- Гиёҳвандлик воситалари, психотроп моддалар ва прекурсорларни олиб кириш (олиб чиқиш), сақлаш, реализация қилиш (бериш), тақсимлаш, ташиш, ишлаб чиқиш ва ишлаб чиқариш, тайёрлаш, йўқ қилиш, гиёҳвандлик воситалари, психотроп моддалар ва прекурсорлардан илмий ва ўқув мақсадларида, шунингдек ишлаб чиқариш эҳтиёжлари учун, шу жумладан тиббиётда ва ветеринарияда фойдаланиш.
- Таркибида гиёҳванд моддалари бўлган ўсимликларни етиштириш.
- Ветеринария фаолияти.
- Тиббий фаолият.
- Фармацевтика фаолияти.
- Кўприклар ва тоннелларни лойиҳалаштириш, қуриш, улардан фойдаланиш ва уларни таъмирлаш.
- Мудофаа объектларини лойиҳалаштириш, қуриш, улардан фойдаланиш ва уларни таъмирлаш.
- Хавфи юқори бўлган объектларни ҳамда потенциал хавфли ишлаб чиқаришларни лойиҳалаштириш, қуриш ва улардан фойдаланиш.
- Архитектура-шаҳарсозлик ҳужжатларини яратиш.
- Қурилиш лойиҳаларининг экспертизасини ўтказиш.
- Баландликларда саноат альпинизми усулларида таъмирлаш, қурилиш-монтаж ишларини бажариш.
- Маҳаллий ва халқаро йўналишлар бўйича темир йўл транспортида йўловчиларни ҳамда юкларни ташиш.
- Маҳаллий ва халқаро ҳаво йўналишлари бўйича йўловчиларни ҳамда юкларни ташиш.
- Аэропортлардаги ташиш ишларини бажарувчи ҳаво кемаларига хизмат кўрсатиш фаолияти.
- Авиация ишларини бажариш.
- Автомобиль транспортида йўловчиларни ва юкларни шаҳарда, шаҳар атрофида, шаҳарлараро ва халқаро йўналишлар бўйича ташиш.
- Йўловчилар ва юкларни дарё транспортида ташиш.
- Телекоммуникацияларнинг маҳаллий тармоқларини лойиҳалаштириш, қуриш, улардан фойдаланиш ва уларга хизмат кўрсатиш.
- Телекоммуникацияларнинг шаҳарлараро тармоқларини лойиҳалаштириш, қуриш, улардан фойдаланиш ва уларга хизмат кўрсатиш.

- Телекоммуникацияларнинг халқаро тармоқларини лойиҳалаштириш, қуриш, улардан фойдаланиш ва уларга хизмат кўрсатиш.
 - Кўчма радиотелефон алоқаси тармоқларини лойиҳалаштириш, қуриш, улардан фойдаланиш ва уларга хизмат кўрсатиш.
 - Шахсий радиочақирув тармоқларини лойиҳалаштириш, қуриш, улардан фойдаланиш ва уларга хизмат кўрсатиш.
 - Маълумотлар ўзатиш тармоқларини лойиҳалаштириш, қуриш, улардан фойдаланиш ва уларга хизмат кўрсатиш.
 - Телекўрсатувлар ва радиоэшиттиришларни тарқатиш (ўзатиш) тармоқларини лойиҳалаштириш, қуриш, улардан фойдаланиш ва уларга хизмат кўрсатиш.
 - Нефть, газ ҳамда газ конденсатини қазиб чиқариш, қайта ишлаш ва реализация қилиш.
 - Қимматбаҳо ва нодир металллар, қимматбаҳо тошлар қазиб олиш.
 - Нефть маҳсулотларини (автобензин, авиабензин, экстрабензин, дизель ёнилғиси, авиакеросин, мазут, печка қорамойи, нефть битуми, шунингдек техник мой ва мойлаш материалларини) реализация қилиш, заводда идишларга қадоқланганлари бундан мустасно.
 - Этил спирти ва алкоғолли маҳсулот ишлаб чиқариш.
 - Қимматбаҳо металллар ва тошлардан заргарлик буюмлари тайёрлаш.
 - Банк фаолияти.
 - Банклар томонидан, бошқа юридик ва жисмоний шахслар томонидан чет эл валютасида операциялар ўтказиш.
 - Қимматли қоғозлар бланкаларини ишлаб чиқариш Қимматли қоғозлар бозорида профессионал фаолият Баҳолаш фаолияти.
 - Суғурталовчилар ва суғурта брокерларининг суғурта фаолияти.
 - Аудиторлик фаолияти.
 - Гаровхоналар фаолияти.
 - Кредит уюшмалари фаолияти.
 - Лотереялар Адвокатлик фаолияти Божхона омбори таъсис этиш.
 - Божсиз савдо дўконини таъсис этиш.
 - Божхона режимида омборхона таъсис этиш — «эркин омборхона».
 - Ўлчаш воситаларини тайёрлаш, реализация қилиш ва прокатга бериш.
 - Геодезия ва картография фаолияти.
 - Таркибида қимматбаҳо ва рангли металллар, қимматбаҳо тошлар бўлган иккиламчи ресурслар ва чиқитларни тайёрлаш ҳамда қайта ишлаш.
 - Энергетика текширувлари ва экспертизалари ўтказиш.
 - Ноширлик фаолияти.
 - Нодавлат таълим муассасаларининг фаолияти.
 - Диний таълим муассасаларининг фаолияти.
 - Аудиовизуал асарларни тайёрлаш, дубляж қилиш ва экранда намойиш этиш Аудиовизуал асарларни, фонограммалар ва ЭҲМ учун яратилган дастурларни такрорлаш, сотиш, прокатга бериш.
- Фонограммаларни тайёрлаш Ўзбекистон Республикасида ва ундан ташқарида гастроль-концерт фаолиятини амалга ошириш.
- Тўй, юбилей ва бошқа тантаналарда концерт хизмати кўрсатиш.
 - Аудиовизуал асарлар, фонограммалар ва ЭҲМ учун яратилган дастурлар учун моддий жисмларни ишлаб чиқариш Биржа фаолияти.
 - Туризм фаолияти.

- Улгуржи савдо Тамаки хом ашёсини ферментлаш ва тамаки маҳсулотлари ишлаб чиқариш.
- Микрокредит ташкилотлари фаолияти Пиротехника буюмларини (ҳарбий мақсаддаги маҳсулотлардан ташқари) яратиш, ишлаб чиқариш, ташиш, сақлаш, реализация қилиш, улардан фойдаланиш, уларни йўқ қилиш ва утилизация қилиш.
- Риэлторлик фаолияти

Лицензиялаш жараёни - мисол: Улгуржи савдо

Улгуржи савдо бу пул кўчириш йўли билан тижорат мақсадида ёки шахсий ишлаб чиқариш, хўжалик эҳтиёжлари учун маҳсулотни сотиб олиш тушунилади.

Аввало ушбу фаолият учун лицензия олиш зарур. Улгуржи савдо билан фақат юридик шахс мақомига эга корхоналар шуғулланиши мумкин.

Юридик шахс мақомига эга шахслар:

- Ўзбекистон Республикаси улгуржи савдо тўғрисидаги қонунлари риоя қилса;
- Низом фонди шаклланганда энг кам ойлик иш ҳақини 3500 дан кам бўлмаган, шундан 1200 пул кўринишида;

Сертификат олиш шарт бўлган маҳсулотларни сертификатлари бор бўлганда улгуржи савдо учун лицензия ўзи яшаб турган ҳудуд хоқимияти томонидан берилади. Лицензия чекланмаган муддатга берилади.

Лицензия олиш учун қуйидаги ҳужжатлар тақдим этиш керак бўлади:

- ўрнатилган тартибда ёзилган ариза;
- гувоҳномани нотариал тасдиқланган нусхаси;
- низом фонди шаклланганлиги ҳақидаги ҳужжатлар нусхаси;
- лицензия учун тўланган тўловлар ҳужжати.

Муддат 2 иш кунда қарор чиқарилади ва бир кунда талабгорга хабар берилади.

Рўйхатга олиш қарорлари ва қонунлари

- 26.11.2002 йилдаги Юридик ва жисмоний шахсларни рўйхатдан ўтказишни ҳамда улар томонидан савдо фаолияти амалга оширилишини тартибга солиш чоратadbирлари тўғрисидаги Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг № 407 қарори
- 02.09.2004 йилдаги Тижорат фаолияти учун мўлжалланган товарларни олиб келувчи юридик шахс бўлмаган якка тартибдаги тадбиркорларни давлат рўйхатидан ўтказиш, ҳисобга қўйиш ва импорт операциялари субъектларининг ҳисобга олиш карталарини бериш тартиби
- 20.08.2003 йилдаги Тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш учун рўйхатдан ўтказиш тартиботлари тизимини тубдан такомиллаштириш тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг № 357 қарори
- 22.03.1994 йилдаги Юридик шахслар бирлашмаларини давлат рўйхатидан ўтказиш ҳақидаги низомни тасдиқлаш тўғрисидаги Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг № 153 қарори.



БИЗНЕС-РЕЖАНИНГ ТАРКИБИЙ ҚИСМЛАРИ

Бизнес – режани таркибий қисмлари бизнеснинг соҳаси, режанинг мақсадлари, инвестор талаблари ва бошқа омилларга боғлиқ. Масалан банклар, айрим халқаро ташкилотлар, масалан Бирлашган Миллатлар Ташкилоти Саноатни ривожлантириш дастури (UNID), Европа тараққиёт ва тикланиш банки (EBRD), Ривожланиш ва савдо бўйича БМТнинг Конференцияси⁵ бизнес-режанинг таркибий қисмлари бўйича ўзларинг тавсияномаларини ишлаб чиқишган. Лекин умумий қилиб айтганда бизнес-режа ишлаб чиқиш жараёни, қуйидаги муаммоларни ҳал этади:

- Ташкилотни келажагда барқарорлигини ва ҳаётийлик даражасини аниқлаб беради, тадбиркорлик фаолиятининг хавф-хатарларини камайтиради;
- миқдорли ва сифатли кўрсаткичлар системаси кўринишида бизнес истиқболини аниқлайди;
- инвесторларни диққатини қаратади ва қўллаб қуватлашини тامينлайди;
- Режалаштириш тажрибасини олишга кўмаклашади, ташкилотга истиқболли қарашни ривожлантиради.

Бизнес – режа бўлимлари

Амалиётда қўллаб келинадиган бизнес –режанинг бўлимлари қуйидагилардан иборат:

- Титул варағи
- Маҳфийлигини таъминлаш меморандуми
- Мундарижа
- Бизнес тавсифи (Резюме)
- Ташкилот мақсади (Миссия)
- Маҳсулот/хизмат таърифи
- Ишлаб чиқариш доирасининг/циклнинг тавсифи
- Маркетинг режа
- Молия режаси
- Менеджмент
 - *ходимлар*
 - *касал бўлиб қолганингизда ўрнингизни ким алмаштира олади?*
 - *Иш графиги/жадвали*
- Якуний хулоса.

⁵ Бизнес режа бўйича қўлланмани ушбу манзилдан юклаб олишингиз мумкин http://unctad.org/en/docs/iteia5_en.pdf (енглиз тилида)

Бўлимларни тўлиқ тавсифлаш

Титул варағи:

- Режа сарлавҳаси;
- Тайёрлаш муддати;
- Ким тамондан тайёрлаган, фирманинг тўлиқ номи ва манзили, тадбиркорнинг исми, фамилияси, унинг манзили, телефон рақами;
- Режа ким учун тайёрланган;
- Гоҳида титул варағига авторлик ҳуқуқи тўғрисида маълумот берилади.

Махфийлигини таъминлаш меморандуми

Ушбу қисмда махфийлигини таъминлаш бўйича маълумот киритилади.

Мундарижа

Титул варағи ва резюмедан кейин асосий ўқиладиган қисм. Бизнес-режанинг мазмуни ҳақида тўлиқ ва аниқ маълумот бериши керак. Мундарижада майда–чуйда тавсилотлар берилмаслиги керак, лекин кичик сарлавҳалар ажралиб туриши ва албатта бет рақамлари берилиши керак.

Қисқа хулоса ёки Резюме

Бизнес-режа хужжатларнинг бош қисмида келтирилади, лекин тайёрлаш жараёнида у охирида ёзилади. Унда тадбиркор ўйлаган асосий ҳолатлар, бизнес ғоя, хулосалар қисқа келтирилади.

Резюменинг таркиби 3 қисмдан иборат бўлиши керак :

- *Кириши:* лойиҳанинг мазмуни қисқача акс эттирувчи режа мақсадларини ўз ичига олади;
- *Асосий мазмун:* бизнес-режанинг муҳим элементлари ва унинг асосий қисмлари: фаолият тури, сўров даражаси, молиялаштириш манбалари ва жамланмаси .
- *Хулоса:* тадбиркорнинг келажақдаги ютуқлари омилларини жамлайди, тадбиркорнинг асосий ҳаракат усулларини ёритиб бериши мумкин,

Резюме қисқа бўлиб , бир бетга жойлашса яхши. Резюме хужжатини инвесторга “сотувчи”, очкич қисми бўлиб, у шундай тузилиши керак-ки, у ўқувчида бизнес-режани ўқиш истагини ҳосил қилиши керак. Яъни резюме, потенциал инвесторлар талаби ва уларнинг фаолияти ўзига хос хусусиятларини инобатга олган ҳолда, сони билан эмас, сифати билан ўзига жалб этиши керак.

Бизнес-режада фирма мақсадларини аниқлаш

Бизнес-режа тузилишдаги биринчи қадам фирма фаолиятининг мақсадларини аниқлашдан иборат. Агар фирма ўсишга йўналтирилган бўлса, унинг асосий мақсадлари қуйидагича бўлади:

- *савдо умумий хажмини гача ёки.....марта кўпайтириш;*
- *фирма улушини мавжуд бозорларда гача ёки..... марта ошириш;*

Агар фирма ишлаб чиқариш хажмининг ўсиш суратларини инобатга олмаса, унинг асосий мақсадлари қуйидагилар билан боғлиқ бўлиши мумкин:

- соф даромаднинг ўсиши билан;
- маҳсулот сифатини ошиши билан;
- ёрдамчи ва сервис хизматлар улушининг ўсиши билан.

Хизматлар / маҳсулотлар таърифиди

Тадбиркор ҳам, унинг инвесторлари ҳам бозорга қандай хизматлар ва маҳсулотлар таклиф этиш режалаштираётганини аниқ билиши керак. Яъни бизнес-режа бўлажак тадбиркорнинг тўлиқ таърифини ўз ичига олиши керак. Товарга (маҳсулот, хизматга) таъриф беришда қуйидаги маълумот бўлиши керак:

- маҳсулотнинг аниқ таърифиди ва уни қўллаш усуллари. Бунда товар хусусиятлари потенциал харидорлар талаблари билан боғлиқ бўлиши керак.
- танланган товарни қўллаш тенденцияси (вақт ўтиши билан унинг истеъмоли ошиб борадими ёки камаядими, уни қўллашни янги имкониятлари мавжудми?) Ўз маҳсулотининг ҳаётий циклини фирма қай кўринишда кўради?
- рақобатчилар томонидан таклиф этилаётган шундай маҳсулотлар, хизматлар диапозони қандай? Танланган товар рақобатчилар модели билан қиёслаганда ноёбликка эгами, бозор (истеъмолчи) ноёблик устиворлигини талаб этадими, маҳсулот ўзига хослигини?
- товарнинг ҳимоя даражаси қандай, яъни тадбиркор патентга, муаллифлик ҳуқуқига, рўйхатга олинган товар маркасига эгами?

Агар товар сотилиш хусусиятларига кўра – даврий ёки мавсумий бўлса - буни алоҳида кўрсатиб ўтиш керак (автомобил – даврий товар, болалар чанаси – мавсумий).

Ишлаб чиқариш жараёнининг таърифиди

Бу бўлимни ёзишнинг асосий қондаси шундан иборат: баён имкон қадар содда бўлиши керак ва техник жаргондан иложи борича камроқ фойдаланиш керак, чунки бу бўлимни асосан махсус муҳандислик маълумоти йўқ кишилар ўқийди. Шу билан биргаликда кредит берувчи ташкилот ходимларини қизиқтирмайди деб бўлмади – бизнес-режада ишлаб чиқаришнинг асосий компонентлари баён этилган бўлиши керак. Ишлаб чиқаришнинг режаси техник таърифдан ташқари ишлаб чиқаришнинг иқтисодий ҳаражатлари ҳисобини ҳам ўз ичига олиши керак. Бундан ташқари қуйидаги саволларга жавоб берилиши керак:

- Ишлаб чиқариш ва технологияларнинг асосий методлари қандай?
- Ишлаб чиқариш процессининг умумий таркиби, товар ишлаб чиқариш бўйича операциялар жараёни қандай? Операцияларда устиворликка эришиш мумкинми? Ишлаб чиқариш жараён тизимини ишлаб чиқариш оқими схемалари ёрдамида кўрсатиш яхшироқ.
- Қандай хом ашё ва материаллар зарур? Фирманинг асосий ташкилотчилари ким? Уларнинг номи манзилни кўрсатиш лозим.
- Салбий омиллар (заиф жойлар) аниқланганми? Улар, у ёки бу операцияларга сарфланадиган вақт ёки таъминотчилар бўлиши мумкин.
- Ишлаб чиқаришни ташкил этиш учун қандай кучлар зарур? Корхонада ушбу кучлар мавжудми? Уларни кенгайтириш, малакасини ошириш режаси борми. ва улар бизнес режа босқичлари билан боғлиқми?

- *Корхона ишлаб чиқариш кўлами самарасига умид боғлаши мумкинми? Кўзда тутиладиган чиқимлар таркиби қандай?*
- *Ишлаб чиқариш операцияларини амалга ошираётганда кўзда тутилмаган вазиятлар ва уларни такрорланиши қанчалар тез-тез учрайди?*
- *Сифат назорати қандай амалга оширилади?*
- *Мавжуд ва зарур ускуналар рўйхати, уни танлаш қандай амалга оширилади?*
- *Ишлаб чиқариш қаерда жойлашади? Географик шароитлар ва жойлашган ўрнига кўра ишлаб чиқаришга бўлган талаблар қандай?*
- *Ишлаб чиқаришни юритиш учун бугун ва эртага зарур бўлган иш кучи қандай? Ишчилар малакаси ускуналар имконияти ва хусусиятларига мос келадими?*

Маркетинг режаси

Муваффақият қозониш учун фирма ўз товарига самарали бозор яратиш керак. Бундай бозор яратишнинг асосий қадамларини бизнес-режанинг маркетинг бўлими ёритиб беради.

Шунчаки яхши маҳсулот яратиш, ёрқин техник иновацияни таклиф этиш камлик қилади. Ўз маҳсулотига тўлов қобилияти талабини яратиш, тўлай оладиган кишиларни жалб этиш ва маҳсулотга харидорларини забт этиш керак бўлади. Ўзбекистон тадбиркорларида маркетинга бўлган муносабат ҳозирча яхши шакилланмаган. Маркетинг фаолиятининг муҳим анъанавий элементлари орасида реклама устиворлик қилади. Бинобарин маркетинг режасини тузиш жуда зарур.

Бизнес-режанинг маркетинг бўлими қуйидагилар учун керак:

- *Тадбиркор фирма маркетинг фаолияти стратегиясини, асосий мақсад ва вазифаларини тушуниши керак*
- *Фирма маркетинг бўлими ходимлари маҳсулотларининг ўз бозорини яратиш ва ўрганишда режадан йўриқнома сифатида фойдаланиш мумкин бўлсин;*
- *Инвесторлар бозорнинг етарлича истиқболига ва хажмлигига ишонч қозонсинлар;*

Маркетинг режаси маркетингнинг барча элементларини қамраб олиш ва қуйидаги саволларга жавоб бериши лозим:

- *Корхона мўлжаллаган бозор тармоғидаги харидорларнинг асосий талабларини қандай? Ушбу бозорнинг асосий сегментлари қандай, яъни даромад даражаси, демографик белгилари, ўзини тутиш ҳолати бўйича харидорлар гуруҳи қандай? Корхона маркетингнинг элементларидан қай бирини назарда тутиб иш олиб бормоғи керак?*
- *Корхона мавжуд бозорнинг сегментида қандай ўринга даъвогар бўлиши мумкин? Бозорда ўз ўрнини аниқлагач, фирма рақибларини сиқиб чиқаришни кўзлайдими? Ўхшаш товарлар таклиф этадими ёки ўз ўрнини топишга ҳаракат қилади-ми?*
- *Фирма маҳсулотларига нарх ўрнатишда асосий методика қандай бўлади? Танланган нарх фирма учун қандай соф фойда келтиради?*
- *Фирма маҳсулот тарқатишнинг қандай каналларини қўллайдими? Улгуржи ёки чакана савдогарлар хизматидан фойдаланиладими, ёки воситачиларсиз тўғридан-тўғри истеъмолчига маҳсулот таклиф этадими? (масалан, фирма магазин-салонлари орқали сотиш). У ёки бу воситачиларни танлаш нима билан асосланган?*

- *Ўз маҳсулотини сотувини рағбатлаштириш учун фирма қандай чоралар қўллайди? Рағбатлаштириш усулларининг қай бирини қўллашини назарда тутуди? Маҳсулотларни савдосини кенгайтиришни кўтарилишини молиялаштириш учун бюджет қандай аниқланади? Жамоатчилик билан алоқа бўлими ташкил этиладими?*
- *Фирма ўз маҳсулотига техник кафолат тузилишини қўллайдими? Савдодан кейинги сервисни ташкил этишни қандай режалаштиради?*

“Молиявий режа” нинг мақсади

Ташкилот ва лойиҳа фаолиятини молиявий натижаларини, бирлаштириб акс эттирувчи бизнес режанинг қисми.

Молиявий режада олдинги йилларнинг молиявий маълумотларини кўрсатиш мақсадга мувофиқдир. Тақдим этилаётган лойиҳалар учун асос бўлган барча тахминларни лўнда ва аниқ шаклда баён этиш зарур. Молиявий режада компания ривожланишининг мумкин бўлган оптимистик ва пессимистик сценарийларини кўрсатиб ўтиш мумкин.

Бизнес режанинг “Молиявий режа” қисмида ишни бажариш жадвали ва уни амалга ошириш учун талаб қилинадиган молиявий ресурсларни (режалаштирилган манбалар ва молиялаштириш схемаси, заёмчилар жавобгарлиги ва кафолат тизими, кредитларни тўлаш жадвали) ва сарф-ҳаражатларнинг тўлиқ схемасини кўрсатиб ўтиш керак. Молиявий режага пул манбаларининг ҳаракати ҳақидаги ҳисобот, фойда ва камомад ҳақидаги ҳисобот, лойиҳанинг самарадорлиги кўрсаткичи (ички фойда нормаси, ўзини қоплаш муддати, рентабиллик меъёри, зарарсизлик нуқтаси) киритилади.

Молиявий режа қисмининг тузилишида қуйидаги маълумотлар бўлиши лозим:

Тайёрлов босқичи

- *Асосий давр*
- *Киримлар ҳисоби*
- *Кредит билан боғлиқ хизматлар*
- *Солиқ тўловлари*
- *Бошқа киримлар ва тўловлар*
- *Реализация ҳажмларининг прогнози*
- *Даромад ва харажатлар ҳақидаги ҳисобот*
- *пул маблағлари ҳаракатининг режаси*
- *Тахмин қилинаётган баланс*

Бошқарув

Лойиҳанинг самарадорлиги компаниянинг топ-менежментига боғлиқ. Бу бўлимга асосий мутахассислар ва раҳбарий таркибини ташкиллаш, корхонанинг ташкилий тузилиши ва лойиҳани амалга ошириш муддати, раҳбарият таркибини асослаш усуллари ёритилади.

Бу бўлимда корхонанинг асосий қатнашчиларини қисқача танитиш (тадбиркор, унинг ҳамкорлари, инвесторлар, директорлар кенгаши аъзолари, асосий вазифаларни бажарувчи ходимлар ва х.к) ички алоқаларни кўрсатувчи корхонанинг ташкилий схемасини келтириш, корхона доирасида жавобгарлик ва маъсулиятларни кўрсатиш керак.

Безаги ва адабий услуби

Бизнес-режанинг ютиғи мазмунигагина эмас, балки унинг безаги ва адабий услубига ҳам боғлиқ. Дидсиз безалган, саводсизларча тузилган, жуда мақтаб юборилган, ёки аксинча, жуда қисқа бизнес-режа кутилган натижани бермаслиги мумкин.

Бизнес-режалаштириш бўйича мутахасислар бизнес-режани тузиш ва безаш бўйича қуйидаги қоидаларга амал қилишни маслаҳат берадилар:

- *Таклифлар қисқа*, лўнда, равон бўлиши керак. Сўзларни бехуда сарфлаб “чиройли” ёзишга хожат йўқ, матинга хаддан ташқари кўп ҳис-туйғуларни қўшиш керак эмас. Кўп маъноли, ёйиқ фикрлардан фойдаланмасликка маслаҳат берилади. Ўқувчи академик илмий иншо тарзда ёзилган бизнес режани унча яхши қабул қилмайди.
- *Техник жаргондан* фойдаланишга ружу қўймаслик керак. Ўқувчи, муаллиф ёзаётган предметини яхши ўзлаштирмаган деган хулосага келиши мумкин. Аниқ ва тушунарли иборалар муаллифнинг ишини чуқур англашини билдиради.
- *Бизнес-режа* фақат ишга тааллуқли маълумотни ўз ичига олиши керак.
- *Мазкур бизнес* билан боғлиқ бўлмаган соҳалар ёки соф назарияга, экскурсларга киришиб кетмаслик лозим. Масалан, ўз маҳсулотининг даврий сотилиши ҳарактерини кўриб чиқаётиб ишчи даврий назарияни тўлалигича баён этиши шарт эмас.
- *Бизнес-режада* келтирилган ғоялар хаддан ташқари амбициозли бўлмаслиги керак. Бўлажак ютуқлар чегарасини, реклама мақсадида бўлса ҳам, реал бизнес имкониятларини ҳисобга олмасдан туриб, ошириб бўлмайди. Потенциал инвестор банклар, давлат, венчур компаниялар кўпинча ишнинг ҳақиқий аҳволи билан яхши таниш бўладилар. Айниқса фирманинг бозорда режалаштирилган улиши, ўсиш келажаги ва бозор ҳақидаги маълумотлар аниқ ва яхши асосланган бўлиши керак.
- *Режа* ҳолатини аниқлашда фотосуратлар, диаграмма, жадваллар жуда яхши ёрдам беради. Бу манбалардан тўғри фойдаланиш бизнес-режа ҳақидаги таасуротни кучайтиради.
- *Режанинг* аниқ таркибига ҳам эътибор қаратиш лозим. Материал қисқа, яхши ажратилган параграфларга бўлинган бўлиши керак. Бизнес режанинг ҳар хил қисмларини ифодалаш учун турли ранглар, шрифт намуналарини қўллаш мумкин. Яхши тузилган ва безатилган материал осон ўқилади ва диққат марказига тез тушади. Сизнинг бизнес-режангиз умумий фонда ажралиб туриши лозим.
- *Бизнес-режанинг* муҳим фикрлар ва асосий хулосаларни алоҳида ажратиш керак.
- *Бизнес-режанинг* асосий бўлимларини турли хажимли маълумотлар билан оғирлатиши керак эмас. Агар қўшимча маълумот дарҳақиқат зарур бўлса, ишнинг моҳиятини очиб берса, уни бизнес-режадан чиқариб ташлаш шарт эмас. Бундай маълумотни яхшиси “Илова” қисмига киритиш керак, токи қўшимча маълумот олишни истовчи ўқувчилар топиб ўқисинлар.

- *Бизнес-режа* устида ишлаш учун вақтни тўғри танлай билиши лозим, бу машғулот катта эътиборни талаб этади.
- *Бизнес–режани* барча ишлар бир текис кетаётганда, жиддий муаммолар йўқлигида ёзиш керак.
- *Бизнес режани тузишда корхона фаолиятини режалаштиришнинг турли усуллари мавжудлигини унутмаслик керак. Бизнес режанинг асосий бўлимларини белгилашда корхона ёки фирма фаолиятида ҳар хил ўзгаришлар юз бериши ва уларга фирма мослашиши лозимлиги ҳисобга олиниши керак.*
- *Агар умумий хажми 100 бетдан ошмаса, бизнес-режани мақбул деб аташ мумкин.*
- *Агар бизнес-режа мавжуд корхонанинг диверсификацияси ва ривожланиш мақсадига тузилаётган бўлса, у асосий операциялар режалаштирилаётган ўзгаришлар натижасида зиён кўрмайдими деган саволга жавоб бериши керак.*



БИЗНЕС РЕЖАНИНГ МАРКЕТИНГ ҚИСМИ. МАРКЕТИНГНИНГ ТАРКИБИЙ ҚИСМИ

Маркетинг — бу алмашинув орқали одам эҳтиёжи ва талабларини қондиришга қаратилган ҳаракатлардан бири.

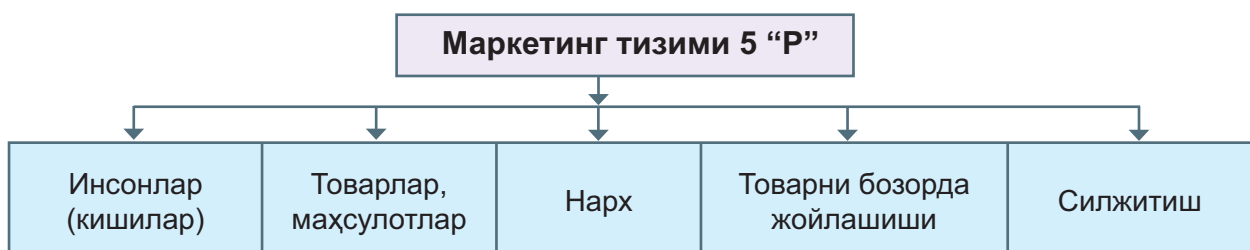
Ф.Котлер

Маркетинг тушунчаси

Маркетинг бу маълум кишилар ёки корхоналар мақсадларини қондириш ва айрбошлаш учун ғоя/маҳсулот/хизматларга нарх қўйиш, уларни ўтказиш ва тақсимлаш жараёнини режалаштириш ва амалга оширишни ўз ичига олган жараёндир.

Маркетинг тизимида қўйилган мақсадга эришиш учун ҳаридорлар ва бошқа субъектларга таъсир этиш учун маркетинг воситалари, яъни маркетинг усуллари йиғиндиси ва услубларини қўллаш зарурдир. Шундай воситалардан бири бу маркетинг-микс ёки маркетинг комплекси. Буларни маркетинг назариясига 1964 йилда биринчи бўлиб Гарвард бизнес мактаби профессори Борден киритган. Маркетологлар тайёрлаш тизимида маркетинг комплекси 4 “P” деб номланиб, у Маккарти томонидан 1960 йилда таклиф этилган. Ушбу моделда маркетингнинг тўртта асосий элементлари ажратиб кўрсатилган: товар (product), нарх (price), сотиш (place), реклама-рағбатлантириш (promotion).

Маркетинг фаолиятида эҳтиёж ва муҳтожликни айирбошлаш орқали қондириш жараёнида албатта инсон иштирок этади. Шунинг учун юқорида кўрсатиб ўтилган маркетинг элементлари таркибига 5 “P” ҳам киритилиб, у кишилар (people) эканлиги алоҳида таъкидлаб ўтилади. Маркетинг-микс элементлари қуйидаги чизмада кўрсатилган.



5“Р” модели маркетинг назариясини шаклланиши ва амалиётини ривожланишида илғор роль ўйнайди.

Ишлаб чиқарадиган маҳсулот тури

Бизнес ғоя аниқ ишлаб чиқариладиган маҳсулот тури ёки кўрсатиладиган хизматни белгилаб бериши керак. Унда

- *Унинг сатҳи, ҳаётийлиги;*
- *Бозор ҳолати;*
- *Тараққиёт тенденцияси;*
- *Шу соҳага оид бўлиши мумкин бўлган муаммолар –(ҳуқуқий, сиёсий);*
- *Рақобатчилар таҳлили;*
- *Бозордаги улуш ва бозор сиғимини ўрганиб чиқиш керак.*

Янги товарни яратиш жараёни ўз ичига 8 босқични олади: ғоялар шаклланиши, ғоя ишлаб чиқиш ва текшириш, маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш, ишлаб чиқариш ва сотиш имкониятларини таҳлил қилиш, товарни яратиш, бозор шароитида синовдан ўтказиш ва тижорат ишлаб чиқаришини жадаллаштириш. Ҳар бир босқичнинг мақсади ғоя устидан ишлашни давом эттириш мақсадга мувофиқ ёки мувофиқ эмаслиги ҳақида қарор қабул қилишдан иборат. Фирма ўз ғоясини танлашда имкон қадар реал ҳаётга тадбиқ этилиши мумкин бўлган ғояни илгари суришга ҳаракат қилади

Янги товарни яратиш янгилик ғоясини излаш билан бошланади. Бундай изланишлар мунтазам равишда олиб борилиши керак. Акс ҳолда фирма ўнлаб ғоялар топиши мумкин, лекин уларнинг кўпчилиги фирма фаолияти йўналиши нуқтаи назаридан амалга ошмай қолиши мумкин.

Ғояларни шакллантириш фаолиятининг мақсади иложи бориша кўпроқ ғоя яратишдан иборат бўлади. Кейинги босқичларнинг мақсади – бу ғояларни камайитиришдир. Бу борадаги биринчи қадам –бу ғояларни саралаб олиш. Саралаб олиш мақсади – яроқсиз ғояларни эртароқ аниқлаб олиб, уларни бартараф этиш. Танлаб олинган ғояларни эса рўёбга чиқариш лозим.

Товарнинг типик ҳаётийлик даври/цикли

Товарнинг типик ҳаётийлик даври/цикли куйидагидан иборат:

- **Бозорга кириш босқичи** – товарнинг бозорга чиқиши жараёнида сотувнинг секинлик билан ўсиш даври. Босқич товарнинг тарқатилиши ва унинг савдога чиқарилиши билан бошланади. Товарнинг бозорга чиқарилиш тадбири ўзоқ муддатни талаб қилади ва бу даврда сотиш одатда жуда секин ўсади.
- **Ўсиш босқичи** – товарнинг бозорда тез қабул қилиниши ва даромадларнинг тез ўсиши. Агар янгилик бозор қизиқишини қондирса, сотиш сезиларли даражада ўсишни бошлайди. Дастлабки харидорлар товар сотиб олишни давом эттирадилар. Оддий истеъмолчилар, айниқса товар ҳақида илиқ фикрлар эшитишганда, дастлабки харидорларга эргашадилар. Очилаётган имкониятлар жалб қилиниши оқибатида бозорда янги рақобатчилар пайдо бўлади. Уларнинг бозорга сифатли товарлар таклиф этишлари бозорни кенгайтишига олиб келади.

- **Етуклик босқичи** – аксарият потенциал харидорларнинг товарни қабул қилишига эришиши билан сотиш суръатларининг сустлашиш даври. Маълум бир пайтда товар сотилишининг ўсиш суръатлари пасаяди – яъни, етуклик даври бошланади. Давомийлик нуқтаи назаридан бу босқич олдинги босқичлардан узоқроқ давом этиб, маркетингни бошқариш соҳасида мураккаб вазифалар қўяди. Бозордаги кўпчилик товарлар етуклик босқичида бўлади ва ўз навбатида, маркетингни бошқариш асосан «етук» товарлар билан иш қўради.
- **Тушкунлик босқичи** – сотишнинг кескин тушиши ва даромадларнинг камайиши билан тавсифланувчи давр. Товарни сотиш охир-оқибат пастга кетади. Сотиш ноль нуқтага тушиши мумкин ёки паст даражага тушиб, шу даражада ўзоқ вақт давомида қолиши мумкин. Сотишнинг тушиши қатор сабаблар билан ифодаланади, хусусан, технологик ютуқлар, истеъмолчилар дидининг ўзгариши ва чет эллик ва ички рақобатчилар томонидан рақобатнинг кучайиши.

Товарнинг ўзига хос хусусиятлари

Бунда сиз дастлаб маҳсулот/хизматни ўзига хос хусусиятлари, жумладан, сифати, чегирма, қўшимча хизмат, арзонлиги, янгича қадоқлаш услубига эга эканлигига эътибор беришингиз лозим.

Харидорларингиз кимлар

Ҳар қандай товар бирданига ҳамма харидорларга ёқиши қийин. Шунинг учун харидорларни бир нечта гуруҳларга (сегментларга) бўлиб уларга мос равишда алоҳида товарлар ва маркетинг комплексларини ишлаб чиқилади..

Бозорни сегментлашнинг қандайдир ягона методи мавжуд эмас. Бозор структурасини кўриб чиқишга фойдалирок ёндашувни қидириб топиш уринишларида турли ўзгарувчи параметрлар асосида бозорни сегментлаш вариантларини, бир ёки бир нечтасини бирдан синаб кўриш лозим.

Бозорни сегментлашда фойдаланиладиган асосий мезонлар:

- *Географик принципда: регион, шаҳар, аҳоли зичлиги, иқлим.*
- *Психографик принципда: ижтимоий синф, турмуш тарзи, шахс тури.*
- *Ҳулқ-атвор принципида: харидни амалга ошириш сабаби, кўзланаётган манфаат, фойдаланувчи мақоми, истеъмол интензивлиги, боғланганлик даражаси, товарга муносабат.*
- *Демографик принципида: ёши, жинси, оила хажми, даромадлар даражаси, машғулот типни, маълумоти, ирқи, миллати.*

Маркетинг сегментацияси сотувчи чиқиши лозим бўлган турли бозор сегментларини имкониятларини очиб беради. Бунда қуйидагиларни ҳал қилиш лозим:

- *Нечта сегментни қамраб олиш лозим.*
- *Қандай қилиб ўзи учун манфаатли сегментни аниқлаш.*

Бозорни сегментлаш - бу асосий услуб бўлиб, унинг ёрдамида корхона (фирма) бўлажак мижозлар (ёки бозорни) гуруҳларга ёки бозор сегментларига бўлади, бу бозорни барқарор сегментини ажратиш, товарни шу сегментнинг ўзига хос

хусусиятларини мўлжалга олиб етказиб беришни ташкил қилишга имкон беради. Бундан ташқари, бозорни сегментлаш стратегияси сотиш услубларини белгилашни, унинг кучли ва кучсиз томонларини ҳисобга олиш ва шунинг билан корхона энг катта афзалликларини олиши мумкин бўлган ресурсларни жамлашни таъминлайди.

Бу стратегиянинг икки йўли мавжуд

- *бозор товарлари* (хизматлар, ишларни) ишлаб чиқарувчи бозор позициясини тадқиқ қилиш ва янги товарлар ва хизматларнинг ҳақиқий ва бўлажак харидорларини аниқлаш;
- *харидорларнинг у ёки бу сегментини* таърифловчи ўзгаришлар ҳақида дастлабки тушунчани ишлаб чиқиш, масалан, ижтимоий ҳолат, соҳа ва х.к.о.

SWOT таҳлил

SWOT таҳлил – бу ташкилот ресурслари ҳолатини таҳлил қилиш ва баҳолаш воситаси. Бу каби таҳлилни ташкилот бўйича умумий тарзда ёки алоҳида муаммо ёки лойиҳа бўйича ҳам амалга ошириш мумкин.

Бу таҳлил тизимли мушоҳада қилиш, таққослаш, солиштириш, таҳлил ва синтезни амалга ошириш кўникмаларини ривожлантиради.

SWOT – таҳлил номланиши инглизча бош ҳарфлардан олинган:

- **Strengths** – кучли томони, корхонада ички ресурслар мавжудлиги назарда тутилади;
- **Weakness** – кучсиз (заиф) томони ёки ички муаммолар мавжудлиги;
- **Opportunities** – корхона ривожланиши учун ташқаридаги мавжуд имкониятлар;
- **Threats** – хавфлар, ташқи муҳитдаги мавжуд хавф-хатарлар.

S кучли томони	W Кучсиз (заиф) томони
O имкониятлар	T хавфлар

Рақобатчилар таҳлили

Компания истеъмолчилар талабларини қондиришда рақибларни ушбу йўналишдаги фаолиятини ҳисобга олиши ва улардан бир қадам олдинроқ юриши керак, агар буни урдасидан чиқмасалар муваффақиятга эришиш ҳақидаги ўйлари бефойдадир.

Шунинг учун компаниялар рақобат устунлигини, яъни уларни рақиблардан ажратиб турувчи ва нархларни истеъмолчилар учун жозибадорроқ қилиб, ниманидир қўлга киритишга интиладилар. Рақобат устунлигини иккита усул билан яратиш мумкин. Булар:

- *Товарни аввалгисига қараганда анча арзон нархда таклиф қилиш.*
- *Истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини яхшироқ қондиришга қодир товарни таклиф этиш.*

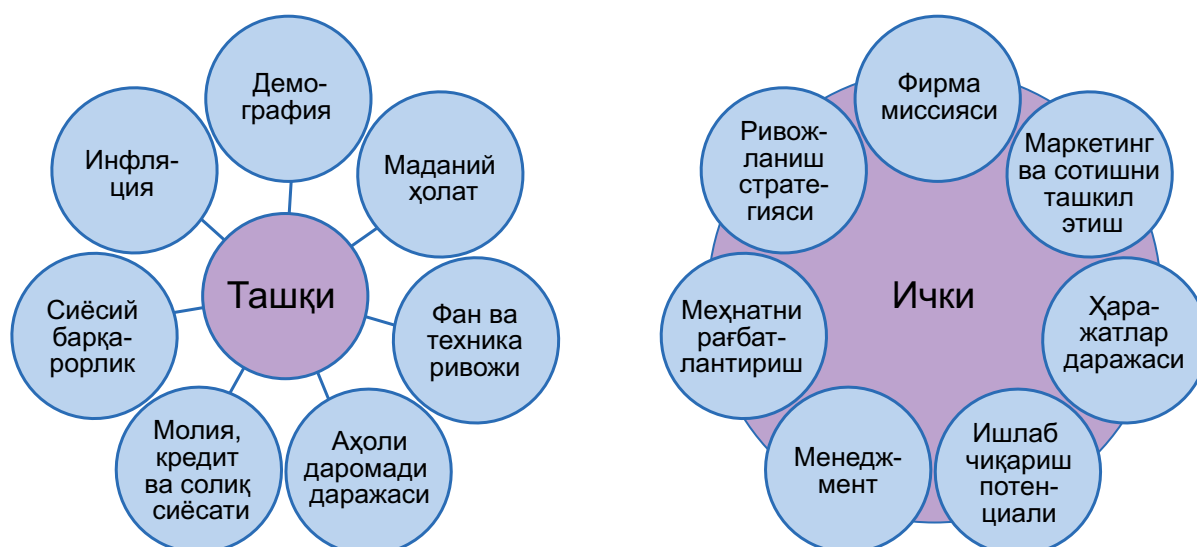
Биринчи ёндашувда муваффақиятнинг калити ҳаражатларни камайтиришдир. Бу товарни ишлаб чиқариш ва сотиш компанияга унинг рақибларига қараганда арзонроққа тушади деганидир.

Иккинчи ёндашувни қўллаган компания ҳозирнинг ўзида мавжуд бўлган потенциал истеъмолчиларнинг талабларини таҳлил қилиб чиқиши ва улар учун етказиб бериш, хизмат кўрсатиш, услуб, ташки кўриниш (имидж), ишончлилиқ каби омиллардан қайси бири катта аҳамиятга эга эканлигини аниқлаши керак. Бундай ёндашув товарларни дифференциациялаш ёки бир компаниянинг товарига уни бошқа компаниянинг ҳудди шундай товаридан ажратиш турувчи хусусиятларини бериш дейилади.

Шарт - шароитларни ўзгариб туриши: рақобатчиларнинг ишлаб чиқариши ва маркетингнитакмиллашаётганлиги, истеъмолчилар талабларининг ўзгараётганлиги (трансформациялашаётгани) туфайли рақобат устунлигини яратиш қийин. Компания ўзининг етакчилиқ мавқеини сақлаш учун бозордан ва рақобатчилардан олдинда юриши, яъни бозорда вужудга келадиган талабни ҳамда рақиблар чиқара оладиган маҳсулотни олдиндан ҳисоб-китоб қила олиши керак бўлади.

Маҳсулот Рақобатчилар	Истеъмол хусусияти	Сифати	Нархи	Қадоқ	Кафолат	Бошқалар
Сизнинг маҳсулотингиз						
1. Рақобатчи маҳсулоти						
2. Рақобатчи маҳсулоти						

Макро муҳит таҳлили



Бозордаги улушингиз қандай

Сотиш канали

Сотиш канали сотувчи ҳамда истеъмолчи ўртасидаги ўзаро алоқа. Бу бевосита ҳамда билвосита амалга оширилади. Бевосита амалга оширилган сотиш жараёнида маҳсулот-хизматларнинг нархи пастроқ, вақт кўп сарфланади. Билвосита амалга ошириладиган сотиш жараёнида эса воситачилар эвазига нарх ўсади, вақт эса тежалади.

Ишлаб чиқарувчи ва якуний истеъмолчилар ўртасидаги физик ва психологик масофа бўлиши мумкин ёки ишлаб чиқарувчи тўғридан-тўғри истеъмолчига товар сотиш имконияти бўлмаслиги мумкин. Шундай ҳолатларда талаб ва таклифнинг бирлаштиришда воситачиларнинг ўрни катта. Савдо тармоғи - товар ва хизматларни айирбошлаш жараёнида ҳамкорлар тамонидан индивидуал истеъмолчиларга товарни истеъмолга топшириш мақсадида шакллантирилган тизимдир.

Бундай ҳамкорларга ишлаб чиқарувчилар ва товарни якуний истеъмолчилари киради. Товар сотишнинг ҳар бир йўли айирбошлаш жараёнини амалга оширишда маълум бир вазифалар йиғиндисини бажаради.

Аниқроғи, сотиш функциялари олти хил кўринишдаги фаолиятни бажарилишини ифодалайди:

- етказиб бериш (транспортировка)
- ажратиш (сортировка)
- тақсимлаш
- боғланиш (коммуникация)
- сақлаш
- ахборот бериш.

Ушбу таянчли функцияларни бажариш давомида, воситачилар ўзларининг харидорларга яқинликлари, қулай иш жадваллари, етказиб бериш тезлиги ва кафолат беришлари туфайли қўшимча хизмат кўрсатадилар.

Белгиланган функцияларнинг бажарилиши айирбошлаш жараёни қатнашчилари ўртасида ўзаро қарама қарши йўналишда ҳаракатланувчи тижорат оқимларини юзага келтиради. Сотиш каналида бешта турли кўринишдаги оқимларни ажратиш мумкин:

- Эгалик ҳуқуқи оқими: товарга эгалик ҳуқуқининг бир шахсдан (ташкilotдан) бошқасига ўтиши
- Жисмоний оқим: ўз навбатида товарларнинг ишлаб чиқарувчидан воситачилар орқали якуний истеъмолчиларга жисмоний кўчиши
- Буюртмалар оқими: харидорлар ва воситачилардан тушувчи ва ишлаб чиқарувчиларга йўналтирувчи буюртмалар
- Молиявий оқим: якуний истеъмолчилардан ишлаб чиқарувчи ва воситачилар томон турли тўловлар ҳаракати

▪ Ахборотлар оқими: ушбу оқим икки йўналишда тарқатилади: бозор ҳақидаги маълумотлар ишлаб чиқарувчилар томон ҳаракат килса, ишлаб чиқарувчи ташаббуси билан таклиф қилинувчи товарлар ҳақидаги маълумотлар бозор томон ҳаракатланади.

Шундай қилиб, сотиш каналининг мавжудлиги айирбошлаш қатнашчилари ўртасида функциялар ва оқимларни тақсимлашни кўзда тутати. Тармоқни ташкил этишда асосий масала ушбу оқимлар ва функциялар мавжуд бўлиши кераклигида эмас, балки қатнашчилардан қайси бири уларни бажаришидадир.

Функциялар тақсимланишида кўпроқ хилма-хилликни турли бозорлар учун эмас, балки бир бозор доирасида ҳам кузатиш мумкин.

Нарх қўйиш тизимлари

Соф рақобат бозорида фаолиятдан ташқари ҳоларда, фирмаларга яхши йўлга қўйилган ўз товарларига бошланғич нарх белгилаш методикасига эга бўлиш зарурдир.

Авваломбор фирма, товар ёрдамида у айнан қандай мақсадларга эришишга интилаётганлигини ҳал этиши лозим. Агар мақсадли бозорни танлаш ва бозордаги ўрни пухта ўйланган бўлса, унда нарх муаммосини ҳам қўшган ҳолда маркетинг комплексини шакллантиришга ёндашуви аниқдир. Чунки нархни шакллантириш стратегияси асосан бозордаги ўрнини белгилашга тегишли дастлабки қабул қилинган қарорлар билан аниқланади.

Ҳудди шундай фирма бошқа мақсадларни ҳам кўзда тутиши мумкин. Қанчалик улар ҳақида тасаввур аниқ бўлса, шунчалик нарх белгилаш осон бўлади. Амалиётда кўп учровчи бундай мақсадларга мисол бўлиши мумкин: яшаб қолишни таъминлаш, жорий фойдани максималлаштириш, бозор ҳиссасини кўрсаткичлари бўйича етакчиликка эришиш, товар сифати кўрсаткичлари бўйича етакчиликни эгаллаш.

Яшаб қолишни таъминлаш бозорда ишлаб чиқарувчилар ҳаддан ташқари кўп бўлган ва кучли рақобат ҳукмрон бўлган ҳолларда ёки истеъмолчилар эҳтиёжлари кескин ўзгарган ҳолларда фирманинг асосий мақсади бўлиб қолади.

Кўплаб фирмалар жорий фойдани максималлаштиришга ҳаракат қилади. Улар нархни турли даражаларига мувофиқ талаб ва ҳаражатларни баҳолашни амалга оширадилар ва шундай нархни танлашадикки, бу нарх жорий фойда ва нақд пулни максимал тушумини ва ҳаражатларнинг максимал қопланишини таъминлайди.

Фирма ўзига унинг товари бозорда таклиф қилинаётган барча товарлардан энг юқори сифатлиси бўлишига эришишни мақсад қилиб қўйган бўлиши мумкин. Одатда бу юқори сифатга эришишга ва қимматга тушувчи ИТТКИ ни ўтказишга ҳаражатларни қоплаш учун товарга юқори нарх белгилашни талаб қилади.

Фирма томонидан белгиланган ҳар қандай нарх, у ёки бундай товарга бўлган талаб даражаси ўртасидаги боғлиқлик турлича бўлади. Одатдаги ҳолларда талаб нарх билан тескари пропорционал боғлиқликда бўлади. Яъни қанчалик нарх юқори бўлса шунчалик талаб кам бўлади. Нуфузли товарларда эса аксинча бўлади. Нархни оширилиши талабни ошишига олиб келади.

Талабни ўлчаш учун уни турли нархларда баҳолашни амалга ошириш зарур. Шу йўл билан максимал даражадаги талабга эришиш мумкин бўлган нархни аниқлаш мумкин. Чизмадан кўриниб турганидек, нархни пасайтириб борилиши ўз навбатида талабни ошиб боришини таъминлайди. Лекин, нарх маълум бир даражага етганда талаб ўсиши тўхтаб, аксинча талаб камайиши бошлангани кузатилади. Бу товар нархнинг ҳаддан ташқари пастлиги унинг сифатига шубҳа уйғотиши билан ифодаланади. Чунки кўплаб истеъмолчилар нархга сифат кўрсаткичидек қарайдилар. Сотувчи нарх белгилашда нархнинг фақат иқтисодий омилларини эмас, балки психологик омилларини ҳам ҳисобга олиши лозим.

Мисол учун, оддий бир омил — фирма нархни яхлит белгиламаслигини ўзиёқ (мас. 2 минг 145 сўм) фирмага ва унинг товарларига ижобий муносабат пайдо қилиши мумкин. Чунки, биринчидан, харидорлар қайтим олишни хуш кўрадилар. Иккинчидан, бундай нарх харидорда «фирма нарх белгилашга жиддий ёндашади, харидорлар манфаатини ўйлайди» деган тасаввурлар пайдо қилади.

Мутахассисларнинг аниқлашича, нархга боғлиқ бўлмаган факторлар таъсири остида талаб эгрисининг шакли ўзгариши эмас, балки сурилиши юз беради. Яъни нарх ўзгармаган ҳолда талаб хажми ўзгаради.

Мутахассис талабни нарх ўзгаришига қай даражада сезгирлигини билиши зарур. Агар нархдаги унчалик катта бўлмаган ўзгариш остида талабда сезиларли даражада ўзгариш кузатилса у ҳолда талаб эластик талабдир. Ва аксинча нархдаги ўзгариш остида талаб деярли ўзгармаса демак талаб ноэластик талабдир. Талаб турини аниқлаш нарх белгилашда адашмасликни гаровидир. Рақобат даражаси юқори бўлган шароитда эса бу ўта муҳимдир.

Нарх белгилаш стратегиялари

Фирма бошланғич нарх белгилайди, кейинчалик уни атроф муҳитдаги мавжуд турли факторлар ҳисобига ўзгартиради. Фирманинг нарх белгилаш муаммосига стратегик ёндашуви қисман товар ҳаётий цикли этапларидан боғлиқ бўлади. Айниқса бозорга кириш босқичида катта талаблар қўйилади. Бозорга патент билан ҳимояланган янги товарни чиқараётган фирма унга нарх ўрнатишда «бозор қаймоғини олиш» стратегиясини ёки «бозорга мустаҳкам ўрнашиш» стратегиясини танлаши мумкин.

▪ Янги, патент билан ҳимояланган товар яратган кўплаб фирмалар, даставвал уларга «бозор қаймоғини олиш» учун юқори нарх белгилайдилар. Фирма шундай нарх белгилайдики, ушбу нархда янги товарни бозорни айрим сегментларигина қабул қила олади. Сотишнинг бошланғич тўлқини секинлашгач, янги нарх қониқтирувчи сегментга кириб бориш мақсадида, фирма нархни пасайтиради. Шу йўсинда ҳаракат қилиб, фирма бозорнинг турли сегментларидан максимал мумкин бўлган молиявий «қаймоқ» ларини олади.

▪ Бошқа фирмалар, аксинча, катта миқдордаги харидорларни жалб қилиш ва бозорнинг катта ҳиссасини эгаллаш ниятида ўз янги товарларига нисбатан паст нарх ўрнатадилар. Фирма товарга минимал мумкин бўлган нарх ўрнатади, бозорнинг катта ҳиссасини эгаллайди, ишлаб чиқариш ҳаражатларини қисқартиради ва уларни қисқартириши ҳисобига тобора нархни пасайтиришни давом эттиради.

Нарх ҳисоблаш – осон машғулот эмас, қачонки турли товарлар талаб ва ҳаражатлар нуқтаи назаридан бир бири билан боғлиқ ва рақобатли қаршилиқнинг турли даражаси билан дуч келадилар.

Фирма одатда алоҳида товар эмас, балки бутун товар ассортименти яратади. Ассортиментнинг ҳар бир кейинги товари қандайдир қўшимча хусусиятларга эга бўлади. Раҳбарият турли товарларга нархни поғонали табақалаштириш ҳақида қарор қабул қилиши лозим. Ҳар бир даражадаги нархий поғонани ўрнатишда таннархдаги фарқланишларни, уларни хусусиятларини истеъмолчилар томонидан баҳоланиши фарқларини, шунингдек рақобатчилар нархларини ҳисобга олиш зарур. Ассортиментни икки товари нархлари ўртасидаги фарқ сезилмас бўлганда истеъмолчилар мукамалроғини, қулайроғини харид қиладилар, нархлардаги фарқ сезиларли бўлганда эса – унчалик мукамал эмасини харид қиладилар.

Кўплаб савдо соҳаларида сотувчилар ўз ассортименти товарларига нарх белгилашда аниқ ўрнатилган нархий мўлжаллардан фойдаланадилар.

Масалан: эркаклар кийими дўконида уч хил нарх даражасидаги костюмларни сотишлари мумкин – 15, 32 ва 41 минг сўмлик. Ушбу уч нархли мўлжал харидорлар онгида юқори, ўрта ва паст сифатдаги маҳсулот каби тасвирланади. Ҳатто учала нарх бир хил мутаносибликда оширилганда ҳам одамлар қоида бўйича костюмларни ўзларига маъқул бўлган нарх даражаси бўйича харид қилишни давом эттирадилар. Сотувчининг вазифаси – истеъмолчи томонидан ҳис қилинувчи, нархлардаги фарқни оқловчи товарларни сифат жиҳатидан фарқланишларини аниқлаш.

Кўплаб фирмалар асосий товар билан бир қаторда қатор тўлдирувчи ёки ёрдамчи маҳсулотларни таклиф қиладилар.

Масалан: автомобил харидори электрон ойна кўтаргичлар, ойналарни терлашини олдини олувчи мосламаларни буюртма қилиши мумкин. Бироқ ушбу тўлдирувчи товарларга нарх белгилаш – қийин масаладир.

Автомобил компанияларига нимани стандарт жиҳоз сифатида автомобилнинг бошланғич нархига киритиш, нимани тўлдирувчи буюм каби таклиф қилишни ҳал қилиш зарур.

Қатор саноат тармоқларида асосий товар билан бирга фойдаланилувчи мажбурий тегишли жиҳозлар деб аталувчиларни ишлаб чиқарадилар. Бундай мажбурий жиҳозларга мисол қилиб устара лезвияси ёки фотоплёнкани келтириш мумкин. Асосий товарларни (устаралар ва фотоплёнкалар) ишлаб чиқарувчилар кўпинча уларга паст нархлар белгилашади, мажбурий буюмларга эса юқори нарх ўрнатишади.

Гўшти қайта ишлаш, нефть маҳсулотлари ва бошқа кимёвий моддаларни ишлаб чиқариш, кўпинча турли хил қўшимча маҳсулотларни пайдо бўлиши билан боғлиқ. Агар бу қўшимча маҳсулотлар қимматли аҳамиятга эга бўлмаса, улардан қутулиш эса қимматга тушса, буларнинг барчаси асосий товарнинг нарх даражасида ўз ифодасини топади. Ишлаб чиқарувчи ушбу қўшимча маҳсулотларни сотиш учун бозор топишга ҳаракат қилади ва кўпинча ҳар қандай нархни қабул қилишга рози бўлади, агар у маҳсулотларни сақлаш ва етказиб бериш бўйича ҳаражатларни қоплайдиган бўлса. Бу унга асосий товарни нархини янада рақобатбардош қилиб пасайтиришга имкон беради.

Рекламадан фойдаланиш

Коммуникатор олдида мавжуд коммуникация каналларини танлаш вазифаси туради. Яхлит ҳолда коммуникация каналлари икки кўринишда бўлади: шахсий коммуникация каналлари ва шахсий бўлмаган коммуникация каналлари.

Шахсий коммуникация каналларида бевосита бир бири билан муомалада бўлувчи икки ёки ундан ортиқ шахслар иштирок этишади. Шахсий коммуникация каналлари иштирокчилар учун шахсий мурожаат қилиш ва тескари алоқалар ўрнатиш имконини бериши билан самаралидир.

Шахсий коммуникация каналларини қўшимча тарзда ташвиқот-тарғибот, эксперт баҳолаш ва ижтимоий маиший каналларга бўлиш мумкин.

Ташвиқот-тарғибот каналида мақсадли бозорда ҳаридорлар билан алоқада бўлувчи фирманинг савдо персонали ходимлари иштирок этадилар.

Эксперт баҳолаш каналини зарурий билим ва кўникмаларга эга бўлган мустақил шахслар ташкил этадилар.

Ижтимоий-маиший каналнинг бош ҳаракатлантирувчи шахслари бўлиб, мақсадли харидорлар билан суҳбатда бўлувчи қўшнилари, ўртоқлар, оила аъзолари ва ҳамкасблар ҳисобланишади. Бу канал сифатида маълум бўлиб, кўпчилик товар соҳаларида бир мунча фаолроқ ҳисобланади.

Қиймати юқори бўлган ва юқори таваккалчиликка эга бўлган товар категориялари бўйича харидларни амалга оширишда шахсий таъсир катта аҳамият касб этади. Автомобил ва йирик маиший электр асбобларини сотиб олувчилар оммавий ахборот воситалари манбаларига мурожаат қилиш билан чекланиб қолмасдан, балки шу соҳани билувчи шахсларнинг фикрларини билишга ҳам интиладилар. Биринчи навбатда, кўпчиликнинг назарига тушадиган товарларга нисбатан, шахсий таъсир муҳим ўрин тутди.

Шахсий бўлмаган коммуникация каналлари – бу шахсий контакт (ўзаро алоқа) ва қайта алоқа мавжуд бўлмаган шароитда мурожаатни узатувчи (йўлловчи) ахборотларни тарқатиш воситасидир.

Реклама – маълум ҳақ эвазига ғоя, товар ёки хизматларни маълум хомий номидан илгари суриш, оммавий ахборот воситасида тақдим этиш шаклидир.

Реклама АҚШ индустрияси энг катта тармоқларидан биридир. Америка фирмалари ўз маҳсулотларини реклама қилишга млрд. долларлаб маблағ сарфлашади. Реклама истеъмолчига қаратилган ва уларнинг истеъмол бозоридаги хатти-ҳаракатлари ҳақида бир қарорга келишларига таъсир қилишга даъват этилганлиги сабабли реклама тақдим қиладиган хизматлар билан ва унинг ташкил этилиши билан танишиш фойдали бўлади.

Рекламанинг афзалликлари. Реклама истеъмолчилар ва иқтисодчилар манфаатларига хизмат қилади, чунки :

- У истеъмолчиларни товар бозоридаги нархлар, сўнги янгиликлардан хабардор қилади.
- Реклама кўпинча нархлар пасайишига олиб келади. Реклама оммавий бозорни вужудга келтириб, маҳсулот таннархини пасайтириш имконини беради, бу эса ишлаб чиқарувчиларга ҳаражатларни камайитиришда кўмаклашади. Бу тежамдан истеъмолчи фойдаланади.
- Реклама рақобатни рағбатлантиради, бундан истеъмолчилар ва бутун жамият ютади. Бир фирма рекламаси орқали тармоқдаги бошқа барча корхоналар камида сифатнинг шу даражасига интиладилар.
- Рекламадан тушадиган даромад журналлар ва газеталар ҳаражатларнинг катта қисмини, тижорат радиоси ва ТВнинг бутун қийматини қоплайди.
- Реклама истеъмол талабини рағбатлантириб, умуман иқтисодиётга фойда келтиради.
- Рекламанинг жамиятга кетирадиган зарари. Кўп кишилар реклама жамиятга фақат фойда келтиради, деган фикрда эмаслар; Рекламанинг камчиликларидан қуйидагиларни кўрсатиб ўтиш мумкин :
- Реклама кўпинча нотўғри ахборот бериб, харидорларни чалкаштиради.
- Реклама катта молиявий ҳаражатларни талаб қилади, бу эса товарлар нархини оширади.
- Истеъмолчиларда уларга унча зарур бўлмаган товарларга пул сарфлаш мойиллигини келтириб чиқаради.
- Оммавий ахборот воситалари реклама берувчиларга қарам бўлиб қолади, бу эса уларнинг эркинлигини чеклайди.

Реклама стратегияси. Реклама стратегиясининг кенг тарқалган турлари қуйидагилардир: *чақириқлар (даъватлар), ақл-идроққа мурожаат ва ҳис-туйғуга мурожаат.*

Даъватлар. Бу реклама кўпинча маъноси кам ёки тамомила беъмано дабдабали гаплардан фойдаланади: «Агар сиз бирор босма маҳсулот чиқармоқчи бўлсангиз, «Шарқ»га мурожаат қилинг. «Шарқ»-матбаачилар сардори!» Бу гап ҳеч кимни алдай олмайди, «Шарқ» ҳеч қандай сардор эмас. Лекин бундай даъватлар ҳадеб такрорланаверса, харидорларга таъсир қилмай қолмайди, деган мўлжалга асосланади.

Харидор ақл-идрокига мурожаат. Истеъмолчини муайян маҳсулотни сотиб олишга ишонтириш учун реклама истеъмолчининг ақл-идрокига мурожаат қилади.

«Бизнинг печенье таркибида бошқа фирмаларникига қараганда калорияси 25% кам!» Бу-истеъмолчи ақл-идрокига мурожаат намунаси. Соғлом овқат, оғриқ қолдирувчи ва бошқа кенг тарқалган дори-дармонлар рекламасида кўпинча ана шу усулдан фойдаланилади.

Ҳис-туйғуга мурожаат. Реклама истеъмолчи руҳиятига таъсир ўтказишга асосланган. Бу бир неча хил усул билан қилиниши мумкин :

Қасамли тасдиқ. Спорт товарлари ёки упа-эликни реклама қилувчи кино, рок ва спорт юлдузларидан фойдаланиш ана шу тоифага киради.

Кўпчилик қаторидан қолмасликка даъват. Реклама аксарият фуқаролар айна шу маҳсулотдан фойдаланилаётганига ишонтиради, ва инсон қатордан қолса, ўзини камситилгандек ҳис қилади. Ичимликлар ва автомобиллар рекламасида шу усулдан фойдаланилади.

Омадбахшлик. Рекламанинг бу тоифаси фақат шу ашёлар ёрдамидагини ҳаётда ютуққа эришиш ва севикли одамни топиш мумкин деган фикрни сингдиради. Бахтиёр ошиқ-мошиқларнинг тиш пастасини реклама қилиши бунинг яққол мисолидир.

Сиз истеъмолчи сифатида ҳар куни эътиборингизни жалб қилиш иштиёқида бўлган чет эл компанияларининг рекламага зўр бераётганликларига дуч келасиз. Телевидение, радио ва газеталардаги реклама – товарлар жилвасини қалбингизга сингдириш йўллариининг айримлари ҳолос. Сиз бошқа усулларни ўйлаб топа оласизми? Кўп ҳолларда бу – маркетинг мутахассисларининг жиҳатлари, ҳис-туйғуларидан ажрата билиш ва шу асосида мазкур маҳсулотни сотиб олиш-олмасликни ҳал этиш керак.

Рекламадан фойдаланиш усул ва шакллари шунчалик серқирраки, унинг хусусий сифат жиҳатлари тўғрисида ягона хулосага келиш қийин.

Бироқ, имкон қадар унинг қуйидаги жиҳатларини ажратиб кўрсатиш мумкин :

- Ижтимоий тавсиф. Реклама коммуникацияларнинг ижтимоий шаклидир. Унинг ижтимоий табиати, товар қонуний ва умум эътироф этилишини тақозо этади. Товари харид қилиш жараёнида харидор ижтимоий фикр мотиви асосида ҳаракат қилади ва бу ҳолатда ижтимоий фикрга дуч келади.
- Моддийлаштиришга лаёқатлилик. Реклама – бу сотувчига бир неча маротаба ўз мурожаатини такрорлаш имконини берувчи тасаввур ҳосил қилиш воситасидир.
- Бир вақтнинг ўзида у харидорга бир неча рақобатчиларнинг мурожаатларини ўзаро таққослаш имкониятини беради. Сотувчи томонидан амалга оширилувчи кенг кўламли реклама унинг кўлами, оммавийлиги тўғрисида ўзига хос ижобий тарзда гувоҳлик беради.
- Шиддатлилик (тезкорлик). Шрифт (ёзув), овоз ва рангдан дид билан фойдаланиш туфайли реклама фирма ва унинг товарларини самарали тақдим этиш имконини беради.

- Шахссизлик. Реклама фирма сотувчиси билан муносабат каби шахсиятли бўлиши мумкин эмас. Реклама фақатгина монологга мойилдир.

Рекламадан товарнинг узоқ муддатли қатъий қиёфасини яратиш учун ҳам фойдаланиш мумкин.

Реклама – географик жиҳатдан турли ҳудудлардаги кўплаб харидорларни битта реклама контактига унчалик катта бўлмаган ҳаражатлар ҳисобига самарали тарзда қамраб олиш усулидир.

Реклама дастурини ишлаб чиқиш жараёнида биринчи қадам бўлиб, реклама вазифаларининг қўйилиши ҳисобланади.

Бу вазифалар мақсадли бозорни танлаш, маркетингда қулай ўрин танлаш ва маркетинг мажмуи ҳақида илгари қабул қилинган қарорлардан келиб чиқиши мумкин.

Реклама олдида коммуникация ва сотиш соҳасида ҳал этилиши лозим бўлган кўплаб аниқ вазифаларни қўйишимиз мумкин. Уларни рекламанинг хабардор этишга, тасаввур ҳосил қилишга, эслатишга мўлжалланганлигидан келиб чиқиб таснифлаш мумкин.

- Реклама товарни бозорга олиб киришда, бирламчи талабни вужудга келтириш вазифасини ҳал этиш босқичида устун мавқега эга бўлади.
- Моддийлаштириш (тасаввур ҳосил қилиш) рекламаси ўсиш босқичида, фирма олдида танланма талабни шаклантириш вазифаси турган шароитда алоҳида аҳамият касб этади. Кўпинча бу турдаги рекламалар таққосланма реклама категориясига айланиб боради. Бу ҳолда товар бошқа ҳудди шу турдаги товарлар билан солиштирилади ва унинг бошқа товарлардан устунлиги кўрсатиб берилади.
- Эслатма тавсифидаги реклама товар бозорининг етилганлик босқичида товар ҳақида истеъмолчига эслатиб ўтиш муҳимдир.

Бу ўринда баъзан мустақамловчи рекламадан истеъмолчилар тўғри қарор қабул қилганликларини исботлаш учун ҳам фойдаланилади.

Фирма, ўз рекламаси вазифаларини аниқлаштириб, ҳар бир алоҳида товар учун реклама бюджетини ишлаб чиқишга киришиши мумкин.

Раҳбарият реклама вазифалари ва реклама бюджетини аниқлаштириб бориб, рекламага умумий ижодий ёндашув, унинг ижодий стратегиясини ишлаб чиқиши лозим.

Ижодий ходимлар мурожаатнинг услуби, оҳанги, сўзларини излаб топишлари лозим.

Услубий ёндашувда ҳар қандай мурожат турли хил вариантларда ижро этилиши лозим.

- Табиий ҳолатдан нусха олиш. Оддий ҳолатларда товардан фойдаланувчи бир ёки бир неча персонажларни тақдим этиш.

- Турмуш тарзига урғу бериш. Маълум турмуш тарзида товар қай тарзда фойдаланишига урғу берилади.
- Ҳаёлий ҳолатни яратиш. Товар атрофида ёки ундан фойдаланиш жараёнида ҳаёлот дунёси яратилади.
- Кайфият ёки қиёфа яратиш. Товар атрофида чирой (гўзаллик), нозиклик каби кайфият ёки қиёфа яратилади.
- Мюзикл товар ҳақида кутилаётган бир ёки бир неча шахсларни ёки чизилган персоналларни кўрсатиш.
- Рамзий персонажлар (тасвирлар) дан фойдаланиш, товарни олқишловчи персонажларни яратиш.
- Техник ва касб тажрибасига урғу бериш. Фирманинг ушбу товарни ишлаб чиқаришдаги тажрибасини намойиш этиш.
- Илмий тавсифдаги маълумотлардан фойдаланиш. Товарнинг юқори самарадорликка эга эканлигини кўрсатувчи илмий маълумотлар киритилади.
- Товар фойдасига хизмат қилувчи маълумотлардан фойдаланиш.

Айни пайтда, коммуникатор ўз рекламаси учун мос келувчи оҳангни ҳам танлаши лозим. Эълон оҳанги – товарнинг юқори аънавий сифатга эга эканлиги ҳақидаги қайноқ ҳиссиётларга йўғрилган янгиликларни хабар қилишдир.

Рекламадан ташқари маҳсулотни сотишни рағбатлантирувчилар:

- Шахсий сотиш – сотишни тугаллаш мақсадида, бир ёки бир неча салоҳиятли харидорлар билан суҳбат жараёнида товарни оғзаки таништириш.
- Тарғибот – оммавий ахборот воситалари ёки сахна орқали товарга талабни рағбатлантириш мақсадида товар ҳақидаги муҳим тижорат ахборотларини бевосита тарқатиш.

Кенг истеъмол товарлари ишлаб чиқарувчи фирмалар қоидага кўра, маблағлар асосан рекламага ва фақат кейингина – сотишни рағбатлантиришга, шахсий сотувчи ташкил қилишга ва энг охири ўринда тарғиботга сарфлайдилар. Саноат аҳамиятидаги товарлар ишлаб чиқарувчи фирмалар маблағларнинг асосий қисмини шахсий сотувчи ташкил этишга ва шундан сўнг маблағларнинг қолган қисми сотиш, реклама ва ташвиқотни рағбатлантиришга ажратилади.

Рағбатлантириш воситаларини эффективлиги истеъмол бозорларида ва саноат аҳамиятидаги товарлар бозорида турличадир. Бу фарқлар расмда кўрсатилган.

Мижозларга қандай қўшимча хизмат кўрсатиш турларини аниқлаш ёндашувлари

Бирламчи маълумотлар тадбиркор томонидан махсус тўпланадиган маълумотлар бўлиб, улар анкета ўтказиш, сўров, кузатиш, тажриба ўтказиш, интервью орқали амалга оширилади.

Иккиламчи маълумотлар оммавий ахборот воситалари, статистик маълумотлар, каталогларда мавжуд бўлган ва махсус тадбиркор учун тўпланмаган маълумотлардир.



МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИНИ АСОСИЙ ТУРЛАРИ

Маркетинг стратегияси – дароҳт пояси ҳисобланса, реклама бу дароҳт шохчаларидир.

Ф.Котлер

Фирма ўсиш стратегиясини уч босқичда олиб борган таҳлили асосида ишлаб чиқиши мумкин. *Биринчи босқичда* фирмада бўлган имкониятлар (интенсив ўсиш имкониятлари) аниқлаб олинади. *Иккинчи босқичда* маркетинг тизимининг бошқа элементлари билан интеграциялашув имконияти (интеграцион ўсиш имконияти) аниқланади. *Учинчи босқичда* соҳадан ташқарида очиладиган (диверсификацион ўсиш имкониятлари) имкониятлар аниқланади.

I. ИНТЕНСИВ ЎСИШ. Фирма ишлаб чиқарган ҳозирги товар ва эгаллаб турган ҳозирги бозорлари имкониятлари тўлиғича ишлатмаган ҳолларда интенсив ўсиш ўзини оқлайди. Имкониятларни аниқлаш учун И.Ансофф бир қанча услубларни ишлаб чиқиб, уни «товар ва бозор ривожланиш сеткаси» деб атаган. Бу сетка қуйидаги уч асосий интенсив ўсиш имкониятларини ажратиб кўрсатади:

▪ Бозорга чуқурроқ кириб бориш. Ушбу услубнинг ўзига хос томони шундаки, агрессив маркетинг орқали мавжуд бозорларда ўз товарларининг сотилишини кўпайтириш.

Мисол: Бунинг учун «Пресстиж» компанияси (журнал):

- ўзининг мавжуд обуначиларини уларнинг дўстларига ҳам совға тариқасида обунга варағини тақдим этиб рағбатлантириш;
- обуналарга рақобатчиларига нисбатан паст баҳоли обунга таклиф этиб ёки ўз журналининг турмуш тарзини тарғиб этувчи энг яхши нашр сифатида эътироф этиш йўли билан обуначиларни жалб қилишга ҳаракат қилиши лозим бўлади.

▪ Бозор чегараларини кенгайтириш. Ушбу услубнинг ўзига хослиги фирма ўз сотиш ҳажмининг мавжуд товарларининг янги бозорга киритиш ҳисобига амалга оширади.

Бунинг учун «Пресстиж»:

- ўз журналининг янги географик бозорларда тарқатишни бошлаши;
- журналга мос равишдаги хусусиятларни бериб, уни обуначилар бозорининг янги сегментлари учун ҳам жозибадор қилиши;
- журнални шифохонанинг врач қабулхонаси ва саломатлик маркази каби ташкилот ва муассасаларга сотиш йўли билан бозорнинг янги сегментларини яратишга ҳаракат қилиши мумкин.

▪ Маҳсулотни такомиллаштириш – мавжуд бозорлар учун янги такомиллаштирилган товарлар яратиш.

Бунинг учун «Пресстиж» :

- сиҳат-саломатлик муаммоларининг кўтарилиши билан ўқувчилар сотиб олувчи янги, олдингиларидан фарқланиб турадиган журналлар яратиш;
- ўз журналининг минтақавий саломатлик муаммолари билан шуғулланадиган минтақа нашрини жорий этиш;
- ўқишдан кўра эшитишни афзал биладиган аудитория учун ойлик журналининг кассета варианты яратиш мумкин.

II.ИНТЕГРАЦИОН ЎСИШ. Интеграцион ўсиш фирма учун қўшимча манфаат келтириши мумкин бўлган соҳа ичидаги олдинги ёки горизонтал ҳаракатланиш имконияти бўлган пайтда асқотиши мумкин.

- Регрессив интеграция фирма ўз таъминотчиларини ўзига қўшиб олиш ёки улар устидан қаттиқ назорат қилиш имкониятларини қўлга киритиш ҳаракатида намоён бўлади.
- Прогрессив интеграция фирманинг тақсимлаш тизимида бошқарувни ёки қаттиқ назорат қилишни қўлга киритиш ҳаракатларида намоён бўлади
- Горизонтал интеграция фирманинг бир қатор рақобатчи корхоналар устидан назоратни қўлга киритиш ёки кучайтириш ҳаракатида намоён бўлувчи услубдир.

III.ДИВЕРСИФИКАЦИОН ЎСИШ. Диверсификацион ўсиш фирма фаолият кўрсатаётган соҳада унчалик имкониятлар бўлмаганда ва ушбу соҳадан ташқари соҳаларда ўсиш имкониятлари мавжуд бўлганда муҳим ҳисобланади. Диверсификация деганда фирма учун тўғри дуч келган имкониятга ёпишиб олиш дегани эмас албатта.

Диверсификациянинг уч хил кўриниши мавжуд :

- Йўналтирилган диверсификация, яъни ўз номенклатурасини мавжуд товарларига ўхшаш товарлар билан тўлдириш. Бу мижозларнинг янги синфи диққатини ўзига жалб қилади.
- Горизонтал диверсификация, яъни ўз ассортиментини ҳозир ишлаб чиқарилаётган буюмлар билан умуман боғланмаган, лекин мавжуд мижозларни қизиқтира оладиган товар ишлаб чиқариш.
- Конгломератив диверсификация, яъни фирма ассортиментини мавжуд ишлаб чиқариш технологияларга ҳам, мавжуд товар ва бозорларга ҳам ҳеч қандай алоқаси йўқ бўлган товарлар билан тўлдириш.



КРЕДИТНИНГ МОЛИЯ МАНБАЛАРИ. КРЕДИТЛАР. ЛИЗИНГ

Молия манбалари

Молия манбалари қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин:

- Хусусий капитал
- Лизинг
- Кредит
- Грант

Хусусий капитал – жисмоний ва юридик шахсларнинг фаолияти давомида олган ёки йиғган даромади.

Кредит – банклар ва кредит муассасалари томонидан маълум муддатга қайтариб бериш шarti билан фойиз тўлаш ёки фойизсиз тартибда гаров эвазига бериладиган пул маблағларидир.

Грант – ижтимоий лойиҳаларга ёки тижорат мақсадида бизнесни ривожлантириш учун, қайтариб бермаслик шarti билан берилидиган маблағ.

Лизинг – узоқ муддатга техника-технологияларни ижарага олиш учун бериладиган пул маблағлари.

Кредит

Кредит қуйидаги турларда бўлиши мумкин:

- Тижорат
- Истъемол
- Ипотека кредити
- Имтиёзли
- Муддатига кўра
- Йўналишига кўра

Имтиёзли кредит – марказий банк томонидан белгиланган қайта молиялаш ставкасидан паст (12%) бўлган тижорат банклари томонидан бериладиган кредит.

Тижорат кредити – қайта молиялаш ставкасидан юқори бўлган, тижорат мақсадида бериладиган кредитлардир.

Йўналишига кўра –асосий воситалар учун ёки айланма маблағларни тўлдириш учун бериладиган кредитлар мавжуд.

Фойдаланиш йўналишларига кўра микрокредитлар берилади:

- Бошланғич (старт) сармоясини шакллантириш учун берилади;
- Бизнесни ривожлантиришга (кенгайтиришга) ва айланма маблағларни тўлдиришга берилади.

Бошланғич (старт) сармоясини шакллантириш учун микрокредит йилига 3 фоиз ставка бўйича 18 ой муддатгача: (ЎзР ВМ 17.12.2008 й. 273-сон Қарори)

Микрокредитлар ва микролизинг берилмайди:

- Илгари олинган кредитларни ёки бошқа ҳар қандай қарзларни тўлашга берилмайди;
- Тамакичиликни ва алкогольли ичимликларни ишлаб чиқаришни ташкил этишга; лотереялар ташкил этишга берилмайди

Кредитнинг таъминот турлари:

- мол-мулкни ёки қимматли қоғозни гаров сифатида қўйиш;
- банк ёки суғурта ташкилоти кафолатномаси;
- учинчи шахсларнинг кафиллиги;
- суғурта компаниясининг қарз олувчи кредитни қайтармаслиги хавфини суғурта қилиш тўғрисидаги суғурта полиси.
- кредит ҳисобига сотиб олинган қийматнинг 80 фоизи миқдоридаги мол-мулк ҳам ушбу кредит бўйича гаров предмети бўлиб хизмат қилиши мумкин.
- техника ва технологиялар

Кредит олишда тақдим этиладиган ҳужжатлар тўплами:

- Ариза-буюртманома
- Таъминот турларидан бири
- Бизнес режа нақд пул оқими кўрсатилган ҳолда
- Шартнома
- Бухгалтерия баланси нусхаси
- Таъсис ҳужжатлар нусхаси
- Жой ордери ёки ижара шартномаси ва бошқалар

Ўзбекистон Республикасида кредит хизматини кўрсатувчи банклар:

1. Ташқи иқтисодий фаолият Миллий банки	7. Қишлоқ қурилиш банки (Фаллабанк)	15. Капитал банк	24. Royal Bank of Scotland O`zbekiston MB
2. Халк банки	8. Турон банк	16. Туркистон банк	25. Содерот Иран
3. Асака банки	9. Микрокредитбанк	17. Самарқанд банк	26. Invest Finance Bank
4. Ипотека банки	10. Ўзбек-Герман. «Савдогар» банки	18. Универсал банк	27. Amirbank
5. Ўзбекистон саноат-қурилиш банки	11. Алоқа банк	19. Равнақ-банк	28. Asia Alliance Bank
6. Агробанк (Пахтабанк)	12. Траст банк	20. Давр-банк	29. Hi-Tech Bank
	13. Ипак Йули банки	21. Кредит-Стандарт	30. Orient finans
	14. Хамкор банк	22. ЎзҚДБ Банк	
		23. ЎТ-Банки	

Микрокредит банк:

Микрокредит банк томонидан имтиёзли микрокредитлар берилади ва микролизинг хизматлари кўрсатилади:

- тадбиркорлик фаолиятини бошлаш учун касб-ҳунар коллеж битирувчиларига ота-оналар кафилиги остида 18 ойгача энг кам иш ҳақининг 50 бараваригача, жисмоний шахсларга энг кам иш ҳақининг 50 бараваригача, юридик шахс мақомига эга бўлмаган кичик корхоналарга энг кам иш ҳақининг 50 бараваригача, юридик шахс мақомига эга бўлган кичик корхоналарга энг кам иш ҳақининг 100 бараваригача, фермер хўжаликларига энг кам иш ҳақининг 200 баробаригача йиллик 3 фоиз даражасида имтиёзли микрокредитлар;
- кичик бизнес субъектлари фаолиятини кенгайтириш ва айланма маблағларини тўлдириш учун энг кам иш ҳақининг 500 бараваригача 24 ойга йиллик 6 фоиз даражасида имтиёзли микрокредитлар;
- кичик бизнес субъектлари учун энг кам иш ҳақининг 2000 бараваригача 3 йил йиллик 5 фоиз даражасида имтиёзли микролизинг хизматлари.

Қарз олувчилар микрокредит олиш учун банкка қуйидаги ҳужжатларни тақдим этадилар:

- микрокредит олиш учун буюртманома;
- бизнес-режа, пул оқимлари прогнозини албатта кўрсатган ҳолда;
- микрокредитнинг қайтарилиши таъминланиши билан боғлиқ ҳужжатлар, шу жумладан қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда тўлдирилган бухгалтерия ва молиявий ҳисоботлар маълумотлари.

Тақдим этиладиган бизнес-режа микрокредит олиш учун буюртманома берилган санадан кўпи билан 60 кун олдин тузилган бўлиши керак. Кредит берувчи банк ходими кредит ҳужжатларини олгач ва уларнинг тўлиқлигини текширгач буюртманомани махсус дафтарда рўйхатдан ўтказди, дафтарга тартиб рақами қўйилади, ип ўтказиб тикилади, банк муассасасининг раҳбари ва бош бухгалтернинг имзоси ҳамда думалоқ муҳр билан тасдиқланади.

Дафтарда буюртманома берган мижознинг номи, буюртманома берилган сана, сўралаётган микрокредит миқдори, микрокредит олишнинг мақсади, уни таъминлаш тури кўрсатилиши керак.

Буюртманома рўйхатдан ўтказилгандан кейин кредит берувчи банк ходими кейинги кундан кечикмай ҳужжатлар пакетини кўриб чиқиш учун банк муассасасининг кредит кўмитасига беради.

Кредит кўмитаси, шу жумладан жойига борган ҳолда, қарз олувчининг кредит буюртманомасини ва тўловга қодирлигини, шунингдек микрокредит мақсадларининг фаолият ҳарактерига мувофиқлигини ўрганади. Кредит пакетини таҳлил қилиш шунингдек қарз олувчининг кредит тарихини ва унинг раҳбари обрўсини баҳолашга асосланади.

Кредит тарихини баҳолаш банк томонидан Марказий банкнинг Кредит ахбороти миллий институтидаги қарз олувчи тўғрисидаги мавжуд маълумотлар асосида амалга оширилади.

Кредит кўмитаси буюртманомани кўриб чиққандан кейин тегишли қарор чиқаради, қарор кредит кўмитаси раҳбари томонидан тасдиқланади. Микрокредит бериш тўғрисидаги ижобий қарор кредит кўмитаси аъзоларининг камида учдан икки қисми томонидан маъқулланиши керак. Кредит кўмитасининг ижобий қарори асосида қарз олувчи билан кредит шартномаси тузилади.

Айни бир вақтда кредит тўғрисидаги маълумотлар банкнинг берилган кредитлар тўғрисидаги ўз маълумотлар базасига ва Кредит ахбороти миллий институтига тушади

Асака банк:

Мамлакатимизда 2012 йил — «Мустаҳкам ойла йили» деб эълон қилинганлиги муносабати билан «Асака» банк қуйидаги кредит хизмати турларини таклиф этади:

- Оилавий тадбиркорликни ривожлантириш учун кредитлар;
- Айланма маблағларни тўлдириш учун кредитлар;
- Тадбиркорлик субъектларига хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш учун кредитлар;
- Бошланғич сармояни шакллантириш учун кредитлар;
- Банкнинг имтиёзли кредитлаш махсус жамғармаси маблағлари ҳисобидан кичик бизнес субъектларини кредитлаш;
- Микрокредитлар;
- Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларини Осиё Тараққиёт банки кредит линиялари ҳисобидан микромолиялаштириш;
- Олий ва ўрта махсус касб-хунар таълими муассасалари битирувчиларига ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш ҳамда бошланғич сармояни шакллантириш учун кредитлар ажратиш;
- Таълим кредитлари;
- Ипотека кредитлари;
- Истъеъмолчи кредитлари.

Микрокредитлаш тартиблари соддалаштирилиши:

- Юридик шахс мақомига эга бўлмаган кичик бизнес субъектлари банкка атиги 3 та ҳужжат (ариза, бизнес режа, таъминот турларидан бири), юридик шахс мақомига эга бўлган кичик бизнес субъектлари 4 та ҳужжат (ариза, бизнес режа, таъминот турларидан бири, ДСИ томонидан тасдиқланган бухгалтерия баланси) тақдим этади.
- Юридик шахс мақомига эга бўлмаган тадбиркорларнинг мурожаатлари 5 банк иш кунида, юридик шахс мақомига эга бўлган тадбиркорларники эса 10 банк иш кунида кўриб чиқилади ва тегишли хулоса берилади.



БАЛАНС ТУШУНЧАСИ

Молиявий ҳисоботнинг якуний ҳужжати бу баланс ҳисоботидир. Қуйида баланснинг кўриниши берилган

Актив

1. Ҳисоб рақамдаги пуллар
2. Қимматбаҳо қоғозлар
3. Ҳисоблар бўйича тўловлар
4. Ишлаб чиқариш ва товар заҳиралари
5. Муомаладаги маблағлар

Активлар айланмаси

6. Иморат, иншоотлар ва қурилмалар
7. Ер
8. Бошқа капитал маблағлар

Асосий активлар

Активлар абсолют миқдори

Пассив

1. Тўлов зарур бўлган ҳисоблар
2. Солиқ ва иш ҳақидаги тўланмаган қарзлар
3. Бошқа тўланмаган қарзлар

Пассивлар айланмаси

4. Узоқ муддатли ёлланма маблағлар
5. Қисқа муддатли ёлланма маблағлар
6. Облигация маблағлари
7. Ҳиссадорлар умумий капитали
 - Ҳиссадорлар шахсий капитали
 - Тақсимланмаган фойда

Асосий пассивлар

Пассивлар абсолют миқдори

Молиявий ҳисоботда активлар ва пассивлар таркиби ёритилади. Бу ҳужжатлар ёрдамида фирманинг ликвидлик ҳолатини ҳам билиб олиш мумкин. Инвесторлар одатда қоида бўйича баланс ҳисоботини сўрайди. Баланс ҳисоботи солиқ декларациялари учун ҳам зарурдир.



СОЛИҚ СТАВКАЛАРИ

Солиқ тушунчаси

Солиқ деганда Солиқ Кодексида белгиланган, муайян миқдорларда ундириладиган, мунтазам, қайтариб берилмайдиган ва беғараз ҳусусиятга эга бўлган, бюджетга йўналтириладиган мажбурий пул тўлови тушунилади.

Солиқ турлари:

Солиқ турлари жуда кўп, лекин:

- Тўғри солиқ - тадбиркор ёки бизнесмен томонидан қилган иш\ хизмати хажмидан тўланадиган солиқ.
- Эгри солиқ - маҳсулотнинг нархида ўтириб, акциз ёки бошқа тўловлар сифатида ундирилади.
- Соддалаштирилган солиқлар - ягона солиқ ва қатъий белгиланган солиқларга бўлинади.

Ўзбекистонда умумий ва соддалаштирилган солиқлар тизими жорий этилган. Умумий солиқларни катта корхона вакиллари тўлашса, соддалаштирилган солиқ тизимидаги солиқларни кичик бизнес вакиллари ва хусусий тадбиркорлар тўлашади.

Хусусий тадбиркорликнинг фаолият турлари:

Аввал хусусий тадбиркорликнинг фаолият турлари бир нечта эди, ҳозирда эса уларнинг сафи кенгайган ва 67 тага етди. 2011 йилнинг 1 апрелидан бошлаб хусусий тадбиркорлар юридик шахс ташкил этмасдан шуғулланиши мумкин бўлган фаолият турлари қўйидагилардир:

РЎЙХАТИ⁶

т/р	Фаолият турининг номи
I. Чакана савдо:	
1	Озиқ-овқат товарлари билан чакана савдо қилиш (ўсимлик мойи, алкогольли ичимликлар ва тамаки маҳсулотларини сотишдан ташқари)

⁶ Вазирлар Маҳкамасининг 2011 йил 7 январдаги 6-сон қарорига 1-илова

2	Дехқон бозорларида қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини чакана сотиш
3	Ноозиқ-овқат товарларини чакана сотиш (нефть маҳсулотларининг барча турларини, қимматбаҳо металллар ва қимматбаҳо тошлардан ясалган буюмлар ёхуд бундай материаллар қўлланилган буюмларни, аудиовизуал асарлар, фонограммалар ва ЭҲМ учун яратилган дастурларни, янги импорт автомобиллар ва фармацевтика товарларини сотиш бундан мустасно)
3-1	Газеталар, журналлар ва китоб маҳсулотлари билан чакана савдо қилиш
4	Озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат товарларини чакана сотиш (турғун шохобчаларда аралаш савдо қилиш)
5	Товарларни импорт қилиш ва чакана сотиш*
II. Қонун ҳужжатларида белгиланган рўйхат бўйича ҳунармандчилик фаолияти.	
III. Маиший хизматлар, II бўлимда назарда тутилганларидан ташқари:	
6	Сартарошлик хизматлари, маникюр, педикюр, косметолог хизматлари ва шунга ўхшаш бошқа хизматлар
7	Кир ювиш, қуруқ ва кимёвий тозалашни ташкил этиш, шунингдек дазмоллаш хизматлари
8	Гилам ва гилам буюмларини таъмирлаш ва тозалаш
9	Тикув, мўйна, чарм ва трикотаж буюмларни, бош кийимларни, тўқимачилик галантереясидан тикилган буюмларни таъмирлаш ва тикиш, шу жумладан дераза ва эшик пардалари тикиш, трикотаж буюмларни тўқиш.
10	Ҳайвонлар терилари, мўйна, тўқимачилик, чарм буюмлар ва бошқа буюмларни ошлаш ва бўяш
11	Якка буюртмалар бўйича пойабзал тайёрлаш ва тикиш, пойабзални таъмирлаш, бўяш ва тозалаш
12	Атторлик буюмларини тайёрлаш ва таъмирлаш
13	Бижутерия ва жевакларни тайёрлаш ва таъмирлаш
14	Калитлар тайёрлаш
15	Металл ва тунока буюмлар тайёрлаш ва таъмирлаш
16	Мотам гулчамбарлари, сунъий ранглар, гирлянд тайёрлаш
17	Тўсиқлар, ҳайкаллар, металлдан ясалган гулчамбарларни тайёрлаш ва таъмирлаш
18	Ёғочдан (мебелдан ташқари) ва алюминий (пластик) профилдан эшик, дераза ва бошқа буюмлар тайёрлаш.
19	Инвентарни (хўжалик, спорт, балиқчилик ва ҳоказо инвентарь) таъмирлаш ва тайёрлаш
20	Кесувчи буюмлар ва асбобларни чархлаш
21	Мебелни йиғиш ва таъмирлаш
22	Муסיқа асбобларини таъмирлаш ва созлаш

23	Якка буюртма бўйича қимматбаҳо металллардан ва тошлардан заргарлик буюмларини яшаш, шунингдек заргарлик буюмларини таъмирлаш
24	Оптика, соатларни таъмирлаш ва ўймакорлик ишлари
25	Радиоэлектрон аппаратлар, маиший машиналар, маиший приборлар, офис машиналари ва ҳисоблаш техникасини таъмирлаш, ўрнатиш ва уларга техник хизмат кўрсатиш
26	Транспорт воситаларини таъмирлаш ва уларга техник хизмат кўрсатиш, шу жумладан транспорт воситаларига техник хизмат кўрсатиш хизматларининг бошқа турлари (акустик тизимлар ва қўриқлаш сигналларини таъмирлаш ва ўрнатиш, ювиш, текислаш, кузовга ҳимоя ва безак қопламалари қоплаш, салонни тозалаш ва шунга ўхшаш бошқа хизматлар)
27	Санитария-техника хизматлари ва пайвандлаш ишлари
28	Шиша ва ойналарни қирқиш, шишага бадий ишлов бериш
29	Биноларга ойна ўрнатиш хизматлари
30	Жамоат ҳожатхоналари хизматлари
31	Ҳаммом ва сауна хизматлари
32	Турар жойларни йиғиштириш хизматлари
33	Ҳовлилар ва боғларга қараш хизматлари, шунингдек кўкаламзорлаштириш ишлари
34	Боғлар, полизлар ва дов-дарахтларни зараркунандалар ва касалликлардан ҳимоя қилиш
35	Видеога олиш ва фотосуратга олиш хизматлари
35-1	Хўжалик моллари ва уй-рўзғор буюмларини (мебель, идиш-товоқлар, хўжалик, спорт, балиқчилик анжомлари, маиший техника, приборлар ва бошқаларни) ижарага бериш.
IV. Фаолиятнинг бошқа турлари:	
36	Миллий ширинликлар, нон-булка ва қандолатчилик маҳсулотлари, поп-корн, фрезерда музқаймоқ, салатлар ва тузламалар тайёрлаш ва сотиш, шунингдек уй шароитларида ёки маҳаллий давлат ҳокимияти органларининг қарори билан ажратилган махсус жойларда ўтириш жойлари ташкил этмасдан доналаб сотиладиган таомларнинг айрим турларини тайёрлаш.
37	Ўлчов воситалари тайёрлаш ва уларни прокатга бериш
38	Қурилиш, таъмирлаш ва безаш бўйича алоҳида ишларни бажариш (капитал қурилиш, қурилиш-монтаж ишлари бўйича юридик шахсларга хизмат кўрсатишдан ташқари)
39	Репетиторлик хизматлари
40	Таржима хизматлари, таҳрир хизматлари
41	Болаларнинг ўйинчоқ автоматлари билан боғлиқ хизматлар
42	Ахборотнинг криптографик ҳимояси воситаларини лойиҳалаш, яратиш, ишлаб чиқариш, сотиш, таъмирлаш ва улардан фойдаланиш

43	Дизайн бўйича хизматлар (график, интерьер, мебель ва ҳоказолар), шунингдек чизмачилик-графика ишлари шунингдек рассомлик санъати
44	Компьютер дастурларини ишлаб чиқиш хизматлари, компьютер ўйинларини ташкил этиш, шунингдек компьютер ёрдамида матнларни териш ва босиб чиқариш хизматлари, матндан нусха олиш ва кўпайтириш билан боғлиқ хизматлар
45	Ташриф қоғозлари ва таклифнома билетларини тайёрлаш ва босиш
46	Муқовалаш ишлари
47	Рекламани ишлаб чиқиш ва жойлаштириш
48	Суғурта агентлари томонидан кўрсатиладиган хизматлар
49	Тўйлар, юбилейлар ва бошқа тантаналарда концерт хизмати кўрсатиш
50	Ўзбекистон Республикасида ва унинг ташқарисида гастрол-концерт фаолиятини амалга ошириш
51	Тантанали маросимларни ташкил этиш хизматлари (тўй, юбилей, туғилган кун ва ҳоказолар)
52	Кўйлак ва костюмларни, шунингдек уларга аксессуарларни прокатга бериш
53	Ижтимоий хизматлар (болалар, беморлар ва кекса кишиларга қараш хизматлари)
54	Жисмоний тарбия-соғломлаштириш фаолияти (шейпинг, аэробика, спорт секциялари, саломатлик гуруҳлари), тренерлик хизматлари
55	Тўгараклар ташкил этиш ва юритиш
56	Тулумни шишириш хизматлари (таксидермик ишлар)
57	Тегирмонларда донни майдалаш (тозалаш) хизматлари
58	Мол сўйиш хизматлари
59	Уй ҳайвонларига қараш хизматлари
60	Ветеринария фаолияти
61	Юкларни автомобиль транспортида ташиш
62	Йўловчилар ва юкларни дарё транспортида ташиш
63	Ўсимлик, ҳайвонлар ва минераллардан тайёрланган доривор хом ашёни етиштириш, йиғиштириш, тайёрлаш, қадоқлаш ва улгуржи сотиш
64	Гуллар ва декоратив дарахтлар етиштириш ва сотиш
65	Аквариум балиқлари, декоратив қушлар ва бошқа ҳайвонларни кўпайтириш ва сотиш
66	Шиша идишлар ва иккиламчи хом ашёни қабул қилиш хизматлари (металл чиқиндиларидан ташқари)
67	Риэлторлик фаолияти.
68	Жисмоний ва юридик шахсларга махсус техникадан (тракторлар, автокранлар, бульдозерлар, экскаваторлар ва бошқалардан) фойдаланган ҳолда хизматлар кўрсатиш.
69	Илмий-тадқиқот, тажриба-конструкторлик ва технологик ишлар учун пудрат шартномаси бўйича ишларни бажариш.

70	Матрицали принтерлар ва алфавит-рақам ёзадиган қурилмалар учун бўёвчи тасмаларни тайёрлаш ва қайта ишлаш.
71	Қоғозлар ва скоросшивателлар учун конвертлар, папкалар тайёрлаш.
72	Телекоммуникациялар операторларига, провайдерларига воситачилик хизматлари кўрсатиш (салоҳиятли абонентларни излаш, абонентлар ёки хизматлар кўрсатувчилар билан абонентлик шартномалари тузиш ва уларга маълумот-ахборот хизмати кўрсатиш, хизмат кўрсатувчиларнинг хизмати учун тўловларни қабул қилиш).
73	Ташкилотлар учун қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари (хом сут, сабзавотлар, мевалар, асал, тери ва мўйна) тайёрлаш бўйича хизматлар.
74	Пахта (илгари истеъмолда бўлган) ва жун то

*Товарларнинг турлари туманлар (шаҳарлар) ҳокимликлари ҳузуридаги тадбиркорлик субъектларини рўйхатдан ўтказиш инспекциялари томонидан бериладиган чакана савдони амалга ошириш ҳуқуқи учун берилган рухсатномада, шунингдек давлат солиқ хизмати органлари томонидан берилган тижорат фаолияти учун мўлжалланган товарларни олиб келувчи юридик шахс бўлмасдан ташкил этилган яқка тадбиркорнинг рўйхатдан ўтказиш (рухсат бериш) тартиботлари варақасида кўрсатилади. Изоҳ. Агар яқка тадбиркор фаолиятнинг асосий турига нисбатан ёрдамчи ҳисобланган фаолиятни амалга оширсан, қатъий белгиланган солиқ фаолиятнинг бир тури учун тўланади.

Ушбу Рўйхатга киритилган фаолият турлари юридик шахс шаклидаги тадбиркорлик субъектлари томонидан ҳам амалга оширилиши мумкин.

Ушбу Рўйхат доирасида ўз фаолиятини амалга оширадиган хусусий тадбиркорлар қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда ташқи иқтисодий фаолият билан шуғулланишлари мумкин.

(Рўйхат Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2012 йил 15 мартдаги 72-сонли қарори таҳририда — ЎР ҚХТ, 2012 й., 12-сон, 130-модда)

2012 йил солиқ ставкалари⁷

Микрофирмалар ва кичик корхоналар учун (савдо ва умумий овқатланиш корхоналаридан ташқари) ягона солиқ тўлови

СТАВКАЛАРИ⁸

N	Тўловчилар	Солиқ ставкалари %да
1.	Иқтисодиётнинг барча тармоқлари корхоналари, 2-6-бандларда кўрсатиб ўтилганларидан ташқари	5*

⁷ Янги солиқ ставкалари билан Ўзбекистон Республикаси Давлат солиқ қўмитаси расмий веб саҳифасида танишишингиз мумкин – www.soliq.uz

⁸ ЎзР Президентининг ПК-1245-сон қарорига 9-1 илова

БИЗНЕС РЕЖА ТУЗИШ БЎЙИЧА ҚўЛЛАНМА

2.	Компьютер дастурий маҳсулотларини ишлаб чиқиш ва жорий этиш товарлар (ишлар, хизматлар) реализацияси умумий хажмининг камида 80 фоизини ташкил этадиган корхоналар	5
3.	Қишлоқ хўжалиги корхоналари асосий фаолияти бўйича, ягона ер солиғи тўловчилари ҳисобланадиган қишлоқ хўжалиги товар ишлаб чиқарувчилари бундан мустасно	6
4.	Гастроль-концерт фаолияти билан шуғулланиш учун лицензияга эга бўлган юридик ва жисмоний шахсларни (шу жумладан норезидентларни) жалб этиш йўли билан оммавий томоша тадбирларини ташкил этишдан даромад оладиган корхоналар	30
5.	Тайёрлов ва таъминот-сотиш ташкилотлари, брокерлик идоралари (6-бандда кўрсатилганларидан ташқари), шунингдек воситачилик, топшириқ ва бошқа шартномалар бўйича воситачилик хизматлари кўрсатадиган корхоналар	33**
6.	Қимматли қоғозлар бозорида брокерлик фаолиятини амалга оширадиган корхоналар	13**
7.	Ўзи ишлаб чиқарган товарлар, ишлар, хизматлар экспортининг (ишларни бажариш, хизматларни кўрсатиш жойидан қатъи назар) эркин алмаштириладиган валютадаги улуши қуйидаги миқдорларни ташкил этадиган корхоналар учун, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1997 йил 10 октябрдаги ПФ-1871-сон Фармони билан тасдиқланган рўйхатда келтирилган хом ашё маҳсулотлари бундан мустасно:	
	сотишнинг умумий хажмида 15 фоиздан 30 фоизгача	белгиланган ставка 30%га пасайтирилади
	сотишнинг умумий хажмида 30 фоиз ва ундан ортиқ фоиз	белгиланган ставка 50%га пасайтирилади
9.	Хизматлар кўрсатиш соҳаси корхоналари учун пластик карталар қўлланиб ҳақ тўланган ҳолда кўрсатилган хизматлар хажми бўйича	белгиланган ставка 10%га пасайтирилади

* Мол-мулкни молиявий ижара (лизинг)га бераётган корхоналар учун - молиявий ижара (лизинг) бўйича фоизли даромад суммаси.

**Ҳақ суммасига (ялпи даромадга) нисбатан фоизларда.

2012 йилда савдо ва умумий овқатланиш муассасаси (уларнинг ичида микрофирма ва кичик корхоналар киради) учун ягона солиқ тўлови

СТАВКАЛАРИ⁹

N	Тўловчилар	Солиқ ставкалари %да
1	Умумий овқатланиш муассасалари	10
	Улардан: Мактаб, интернат-мактаб, Олий ўқув юртларидаги махсус умумий овқатланиш муассасалари	8
2	Чакана савдо билан шуғулланадиган корхоналар (4 пунктда кўрсатилганидан ташқари) қуйидагича:	
	100 минг ва ундан ортиқ аҳолиси мавжуд бўлган шаҳарлар:	4
	Бошқа аҳоли зич бўлган жойларда:	2
	Узоқ ва тоғли районларда:	1
3	Улгуржи савдо (4 пунктда кўрсатилганидан ташқари)	5
4	Улгуржи ва чакана дори-дармон сотадиган ташкилотлар, қуйидагича:	
	100 минг ва ундан ортиқ аҳолиси мавжуд бўлган шаҳарлар:	3
	Бошқа аҳоли зич бўлган жойларда:	2
	Узоқ ва тоғли районларда:	1
5	1,2 ва 4 пунктда кўрсатилган ташкилотлар учун, (улгуржи дори-дармон ташкилотларидан ташқари), товарларнинг реализация хажми (кўрсатилган хизматлар), пластик карточкалар орқали амалга оширилган тўловлар	белгиланган ставка 10%га пасайтирилади

⁹ ЎзР Президентининг ПК-1245-сон қарорига 9-2 илова

ИЛОВА 1

“Бизнес-Режа ”нинг тахминий намунаси

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ФАРҒОНА ВИЛОЯТИ ҚУВАСОЙ ШАҲАР

“Бизнес-Режа”

“ҚУВАСОЙ БИЗНЕС – ЛЕДИ”

ХУСУСИЙ КОРХОНАСИ



Қувасой- 2006 йил

“ТАШКИЛОТ ТЎҒРИСИДА МАЪЛУМОТ”

- “Қувасой Бизнес-Леди” хусусий корхонаси.
- Юридик манзили: Ўзбекистон Республикаси, Фарғона вилояти, Қувасой шаҳри, А. Азизов кўчаси- 158а
- Қувасой шаҳар хокимининг рўйхатдан ўтказиш бўлимида 28.07.2005 да №60 билан рўйхатдан ўтган.
- Директор: Салайдинов Ф.М.
- Х/ рақами: 20208000804035243001
- “Халк банки” Қувасой шаҳар филиали
- Код 00802 ИНН:173062
- Асосий фаолият тури: ишлаб чиқариш

“МАҚСАД”

“Бизнес-Режа” лойиҳасининг мақсади – Ўрикзор қишлоғидаги “Кокилон” маҳалласида (Қувасой шаҳар) миллий истеъмол молларидан тўшак, кўрпа ва ёстиқ ишлаб чиқарувчи, 20 (йигирма)та иш ўринли тикув цехи барпо этишдир ва шу билан биргаликда 20та ишсиз аёлларни доимий иш билан тайинлашдир. 20та аёлдан 10 нафари уйда ўтириб ишловчилар ҳисобланади

ИШЛАБ ЧИҚАРИЛАДИГАН МАҲСУЛОТГА БЎЛГАН ТАЛАБ

Қувасой шаҳри кўшни Қирғизистон Республикаси билан чегарадош жойлашган бўлиб, бу шаҳар ўтган асрларнинг 50- йилларида Мўён жамоа хўжалиги негизида ташкил етилган.

Шаҳар 10 та катта ишлаб чиқариш корхоналар, 300 дан ортиқ ташкилотлар, муассаса ва ферма хўжаликлари мавжуддир. Зеро, шу ташкилотларнинг ҳар бири истеъмол молларига (шу жумладан, махсус ишчи кийимлари, қўл-қоплар, миллий ашёлардан кўрпача, тўшак ва ёстиқларга) эҳтиёж сезади.

Бизнинг ҳисоб-китоблар миллий истеъмол – тўшак, кўрпа, турли хил ёпинчиқлар ва ёстиқларга бўлган талабдан келиб чиққан ҳолда режалаштирилган.

Харидорлар сонинг ошиши ва бошқарувнинг мукамаллаштирилиши лойиҳадан тушадиган фойданинг тез суратларда ўсишни ва сўзсиз, қўшимча ишчи ўринларининг, айниқса аёллар учун ортишини таъминлайди.

“Қувасой Бизнес – леди” хусусий корхонаси (таъсисчи Д.Д. Мехмонова), “Кокилон” номли маҳаллада (Кокилон ж/х , Қувасой шаҳри) мавжуд камчиликларни ўрганди ва маҳалладаги ишсиз аёллар муаммосини ечими биргаликда топилди. Шу боис, Ўрикзор қишлоғи “Кокилон” маҳалласида (Ўрикзор Қувасойда энг ўзуқ жойлашган қишлоқ ҳисобланади) миллий матолардан тўшак, кўрпа ва ёстиқ тикувчи кичик цех барпо этишга келишилди.

Рақобат

“Қувасой бизнес – леди” хусусий корхонасининг асосий фаолияти ишлаб чиқаришга йўналтирилган айниқса, миллий истеъмол моллари шу жумладан тўшак, кўрпа ва ёстиқ ишлаб чиқариш ушбу корхонанинг асосий фаолияти ҳисобланади.

“Қувасой Бизнес- леди” хусусий корхонасининг мавжуд рақобатда фаол иштирок этади ва Қувасой шаҳридаги энг муваффақиятли хусусий корхоналаридан бири деб тан олинган.

Рақобатчилар чиқараётган маҳсулот тахлили:

Рақобатчилар маҳсулоти	сифат	хусусияти	самарадорлиги	қўлайлиги	савдо шартлари
А..... маҳсулоти						
В.... маҳсулоти						
С.....маҳсулоти						
Бизнинг маҳсулот						

МОЛИЯЛАШ

Режага кўра, 5 миллион сўмдан иборат бўлган грант хом – ашё, материаллари ва керакли ускуналар сотиб олиш учун асосий капитал бўлиб хизмат қилади.

1. Тикув машиналар: 6 дона x 250,000 = **1,500,000**

2. Хом – ашё ва материаллар: **3,000,000**

- мато
- ип
- игна
- тугма

3. Ташкилий масалалар: = 6000,000

- Ижара ҳақи, тамирлаш ишлари ва бошқалар

Жами ишлаб чиқарувчи моллари – тўшак , кўрпа ва ёстиқ: = 5,100,000 (беш миллион юз минг)

БОЗОР (МАРКЕТИНГ)

Қувасой шаҳридаги миллий истеъмол моллари ишлаб чиқаришнинг йиллик умумий ҳажми 38,9 миллион сўмдан ортиқдир.

Ишлаб чиқарилган маҳсулотлар ўзимизнинг ички бозорларда сотилади.

(Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳисоб – китоби қуйида кўрсатилган)

**№ 1.1 жадвал: миллий чорси (белбоғ)нинг тан нархи
Ҳисобланиши учун материал харажатлари**

	1 дона маҳсулот учун		
	Меъёр	Нархи	Сумма
Атлас	0,80 м	1 200,00	1 200,00
Ип	0,100 м	250,00	250,00
Жами			1 450,00
Транспорт харажатлари -2%			29,00
Умумий сумма			1 479,00

**№ 1.2 жадвал: миллий чорси (белбоғ)нинг тан нархи
Ҳисобланиши учун ишчи кучи харажатлари мазмуни**

	1 киши учун иш ҳақи нормаси		
	Меъёр	Нархи, сўм	Сумма
Иш ҳақи	1 та	300,00	300,00
Иш ҳақи, бичиш	1 та	50,00	50,00
Умумий сумма			350,00

№ 1.3: Миллий белбоғ таннархининг ҳисоб-китоби

Харажатлар		Тахминий таннарх, сўм	Келишилган нархи
1	Хом-ашё ва материаллар, жами моддий харажатлар	1 479,00	
2	Иш-ҳақи 1 киши учун	350,00	
3	Ижтимоий суғурта. 40%	140,00	
4	Техникани ўрганиш ва эксплуатация қилиш харажатлари, 10%	35,00	
5	Цех харажатлари 10%(газ, сув, иссиқлик энергия)	35,00	
6	Электроэнергия	250,00	
7	Жами харажатлар	2 289,00	

8	Умумий таннархи	2 289,00	
9	Фойда + 20%	458,00	
10	Товар – маҳсулот	2 747,00	
11	ҚҚС – 20 %	550,00	
12	Цех нархи	3 297,00	
13	Ягона солиқ- 10%	330,00	
14	Келишилган нарх	3 627,00	

**№ 2.1: Миллий кўрпа (240x215) нинг
Таннархи ҳисобланиши учун материал ҳаражатлари
МАЗМУНИ**

	1 дона маҳсулот учун		
	Меъёр	Нархи, Сўм	Сумма
Мато	7,5 м	950,00	7 125,00
Подкладка	7,5 м	650,00	4 875,00
Пахта	6 кг	600,00	3 600,00
Ип	0,93 м	150,00	140,00
Жами			15 740,00
Транспорт ҳаражатлари -2%			315,00
Умумий сумма			16 055,00

**№ 2.2: Миллий кўрпа (240x215) нинг
Таннархи ҳисобланиши учун ишчи куч ҳаражатлари
МАЗМУНИ**

	1 киши учун иш ҳақининг меъёри		
	Меъёр	Нархи, сўм	Сумма
Иш ҳақи	1 та	1 600,00	1 600,00
Иш ҳақи, бичиш	1 та	160,00	160,00
Умумий сумма			1 760,00

**№ 2.1: Миллий кўрпа (240x215) учун таннархи
МАЗМУНИ**

Харажатлар		Нарх ҳисоб-китоби учун таннарх башорати, сўм	Келишилган нархи
1	Хом-ашё ва материаллар, жами моддий харажатлар	16 055,00	
2	Иш-ҳақи 1 киши учун	1 760,00	
3	Ижтимоий суғурта. 40%	704,00	
4	Техникани ўрганиш ва эксплуатация қилиш харажатлари, 10%	176,00	
5	Цех харажатлари 10% (газ, сув, иссиқлик энергия)	176,00	
6	Электроэнергия	250,00	
7	Жами харажатлар	19 121,00	
8	Умумий таннархи	19 121,00	
9	Фойда + 20%	3 824,00	
10	Товар – маҳсулот	26 769,00	
11	ККС – 20 %	5 354,00	
12	Цех. Нархи	32 123,00	
13	Ягона солиқ- 10%	3 212,00	
14	Келишилган нарх	35 335,00	

№ 1 жадвал . маҳсулот сотиш РЕЖАСИ (ЧОРСИ)

№	КЎРСАТКИЧЛАР	Янв.	Фев.	Март.	Апр.	Май.	Июнь	Июль	Авг.	Сен.	Окт.	Нояб.	Дек.	Итого
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
	Ишлаб чиқарилган маҳсулот хажми													
	Миллий чорси дона	100	100	100	100	100	100	100	100	50	50	50	50	1 000
	1 дона = 3 672													
	Сумма	362 700	362 700	362 700	362 700	362 700	362 700	362 700	362 700	181 350	181 350	181 350	181 350	3 627 000
1	Хом-ашё/материал	147 900	147 900	147 900	147 900	147 900	147 900	147 900	147 900	73 950	73 950	73 950	73 950	1 479 000
2	Иш ҳақи	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	35 000	17 500	17 500	17 500	17 500	350 000
3	40% ушлаб қол.	14 000	14 000	14 000	14 000	14 000	14 000	14 000	14 000	7 000	7 000	7 000	7 000	1 40 000
4	Электрэнергия	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	12 500	12 500	12 500	12 500	250 000
5	Амортизация 10%	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	1 750	1 750	1 750	1 750	35 000
6	Цех. харажат 10%	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	1 750	1 750	1 750	1 750	35 000
7	Умумий харажат/	228 900	228 900	228 900	228 900	228 900	228 900	228 900	228 900	114 450	114 450	114 450	114 450	2 289 000
8	Фойда 20%	45 800	45 800	45 800	45 800	45 800	45 800	45 800	45 800	22 900	22 900	22 900	22 900	458 000
9	Ягона солиқ 10%	3 300	3 300	3 300	3 300	3 300	3 300	3 300	3 300	1 650	1 650	1 650	1 650	33 000
10	Соф фойда	176 300	176 300	176 300	176 300	176 300	176 300	176 300	176 300	88 150	88 150	88 150	88 150	1 763 000

1. Жами, йиллик ишлаб чиқ, маҳсулот, миллий кўрпа: 1000 та x 3 627.00 = 3 млн. 627 минг сўм
2. Умумий харажатлар: 2 289 000 сўм
3. Ягона солиқ: 33 000 сўм
4. Соф фойда: 1763 000 сўм (3 627 000-2 289 000-33 000+458 000)=1 763 000с

№ 2 жадвал . маҳсулот сотиш РЕЖАСИ (Кўрпа)

№	КЎРСАТКИЧЛАР	Янв.	Фев.	Март.	Апр.	Май.	Июнь.	Июль.	Авг.	Сен.	Окт.	Нояб.	Дек.	Жами
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
	Ишлаб чиқарилган маҳсулот хажми													
	Миллий кўрпа дона	100	50	50	50	50	100	100	100	50	50	50	50	1 000
	1 дона = 35 533с													
	Сумма	3 533 500	1 766 750	1 766 750	1 766 750	1 766 750	3 533 500	3 533 500	3 533 500	3 533 500	3 533 500	3 533 500	3 533 500	35 335 000
1	Хом-ашё/материал	1 605 500	802 750	802 750	802 750	802 750	1 605 500	1 605 500	1 605 500	1 605 500	1 605 500	1 605 500	1 605 500	16 055 000
2	Иш ҳақи	176 000	88 000	88 000	88 000	88 000	176 000	176 000	176 000	176 000	176 000	176 000	176 000	1 760 000
3	40% ушлаб қол.	70 400	35 200	35 200	35 200	35 200	70 400	70 400	70 400	70 400	70 400	70 400	70 400	704 000
4	Электрэнергия	25 000	12 500	12 500	12 500	12 500	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	250 000
5	Амортизация 10%	17 600	8 800	8 800	8 800	8 800	17 600	17 600	17 600	17 600	17 600	17 600	17 600	176 000
6	Цех. Харажат 10%	17 600	8 800	8 800	8 800	8 800	17 600	17 600	17 600	17 600	17 600	17 600	17 600	176 000
7	Умумий харажат/	1 9121 00	956 050	956 050	956 050	956 050	1 9121 00	1 9121 00	1 9121 00	1 9121 00	1 9121 00	1 9121 00	1 9121 00	19 121 000
8	Фойда 20%	382 400	191 200	191 200	191 200	191 200	382 400	382 400	382 400	382 400	382 400	382 400	382 400	3 824 000

ИЛОВА 2

Интернет саҳифасидаги фойдали манбалар

Ўзбекистон Республикасини ҳукумат портали:
www.gov.uz

Наманган вилояти ҳокимлиги
www.namangan.uz

Ўзбекистон Республикаси ташқи иқтисодий алоқалар, инвестициялар ва савдо вазирлиги
www.mfer.uz

Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитаси
www.antimon.uz

Ўзбекистон Республикаси Давлат солиқ қўмитаси
www.soliq.uz

Ўзбекистон Республикаси Давлат божхона қўмитаси
www.customs.uz

Ўзбекистон стандартлаштириш, метрология ва сертификатлаштириш агентлиги
www.standart.uz

Ўзбекистон Савдо-саноат палатаси
www.chamber.uz

Ягона ахборот -маълумот портали
www.bfuportal.tk

ИЛОВА 3

Глоссарий

Баланс ҳисоботи: Айни дамдаги молиявий ҳолатни акс эттирувчи, корxonанинг шахсий капитали, актив ва пассивларнинг барчаси келтирилган аниқ ҳисобот.

Жамгарма депозит дафтарча: банкда ҳисоб рақамингиз бўлса ишлатилади; унга қараб олинган ва тўланган пул ўтказмалари/ фирма ҳисоб рақамларинини назорат қилиш мумкин.

Рентабеллик меъёри: Ялпи даромаднинг ҳаражатлар умумий миқдорига мослигидаги кўрсаткичи.

Рентабеллик меъёрининг формуласи қуйидаги кўринишга эга:

$$P = \Phi : X \times 100\%,$$

бу ерда:

P - рентабеллик меъёри;

Φ - фойда;

X - харажат.

Капиталлашув талаблари: бизнесни бошлаш ва кенгайтириш учун керак буладиган фондлар. Бизнесда асосий қўйилмалар активлар, ишлаб чиқариш ускуналари сифатида ёки бошқа йуллар билан киритилади, улар қисқа вақт ичида қоплана олмаслиги, қоплана олса ҳам фақатгина бизнесни бутунлай сотиш йўли билан амалга оширилиши билан фарқланади.

Асосий ускуналар: Маҳсулот ишлаб чиқариш ёки ҳизмат кўрсатишда ёки товарларни сотиш, оморда сақлаш ва механик элтиб бериш жараёнида иштирок этадиган ускуналар. Бундай ускуналар бизнеснинг нормал ривожланиши ҳолатида сотилмайди, лекин ишлаб чиқариш жараёнида ишлатилади, эскиради ёки сарфланади.

Нақд пуллар оқими: бизнесда пулларнинг реал ҳаракати – пуллар тушуми минус уларнинг сарфи. Ушбу тахлилдан корxonанинг рентабеллигини аниқлашда ишлатилади.

Гаров: ссудани таъминлаш учун кредиторга гаровга берилган мулк. Агар қарздор ссудани вақтида тулай олмаса, кредитор мулкка эгалик қилиш ҳуқуқидан фойдаланиши ёки маблағини қоплаш учун сотиб юбориши мумкин.

Ялпи даромад: тўғри ҳаражатларни тўлаш учун маблағ мавжудлигида корхона оладиган даромад билан турли ишлаб чиқариш ҳаражатлари ўртасидаги фарқ, бу

ҳаражатларни тўлашдан кейин қолгани фойда дейилади.

Корпорация: бир қанча муассислардан иборат фирма, уларнинг ҳар бирини ҳуқуқи фирмага тикилган пул миқдори билан аниқланади.

Сотилган маҳсулотнинг таннархи: харидорга сотиладиган маҳсулот учун кетган тўғридан–тўғри ҳаражатлар. Маҳсулот нархи коммунал тўловлар, аренда каби бошқа сарфларни ўз ичига олмайди.

Кредит: қарз сўзининг синоними. Сиз ўз харидорингизга қарзга товар олишга рухсат бериб, кредит тавсия этишингиз мумкин.

Айланма маблағлар: фирма эгалик қиладиган ва бир йил давомида нақд пулга айлантирилиши мумкин ёки шу вақт оралиғида фирма операцияларига ишлатилиши мумкин бўлган қимматбаҳо ресурслар ёки мулк,. Одатда улар нақд пуллар, дебитор қарздорлик, олдиндан тўланган моддий- ишлаб чиқариш заҳира ва ҳаражатларидан иборат бўлади.

Қисқа муддатли мажбуриятлар: фирма томонидан бир йил давомида тўланадиган мавжуд маблағ. Одатда тўлов ҳисоблари, узоқ муддатли қарзлар, ссуда фоизлари ва дивидендлари киритилади.

Қарз: қарз, алоҳида шахслар, банклар, ташкилотлардан маълум вақтга қайтариб бериш шarti эвазига олинадиган маблағлар.

Амортизация: асосий ускуналарнинг эскиришини қопловчи ҳаражатлар. Амортизация – ҳисобчилик ёзуви бўлиб, нақд ҳаражатларни кўзда тутмайди.

Тўғри ҳаражатлар: барча ишлаб чиқариш ҳаражатлари. Унга хом ашё ва ишчи кучи киритилиши мумкин (агар иш ҳақи ишбай бўлса).

Жонли меҳнат: Товар ишлаб чиқаришга жалб этилган барча корхона ишчиларининг меҳнат қиймати.

Иқтисодий яроқлилик: Корхонанинг товар ёки хизматларни рақобатбардош нархда сотиш ва ҳаражат ҳамда қарз операцияларини ўсишини қоплаш, унинг эгаларини қўллаш мақсадида етарлича фойда ола билиш қобилияти.

Акция: акция бизнесга сарфланган маблағ. Акция ҳар кимнинг бизнес иштирокидаги улуши, фойдадаги улуши ва уни бошқарувидаги вазифасини кўрсатади. Қўйилмалар қиймати фойдадан тўланганлиги сабабли, фирманинг ҳолатига қараб дастлабки қўйилма баҳоси жиддий ўсиши, тез камайиши ёки йўқотилиши мумкин. Акция суммаси ҳар қандай вақтда пасивлардан активларни айриш билан ҳисобланиши мумкин.

Иқтисодий мувофиқлик таҳлили: бизнес-гоянинг молиявий ва одам салоҳиятини ўрганиш жараёни;

Доимий ҳаражатлар: доимий ҳаражатлар бу- ишлаб чиқарилган маҳсулот миқдоридан қатъий назар, ўзгармайдиган ҳаражатлар. Бунга маош, аренда, лицензия, коммунал тўловлар ва сизнинг шахсий маошингиз киради.

Брутто-фойда (кирим): товарнинг сотиш нархи, сотилган товарнинг қиймати ва савдо айланмасининг соф қиймати ўртасидаги фарқ.

Тўғри бўлмаган ҳаражатлар: ишлаб чиқариш билан ўзвий боғлиқ бўлмаган ҳаражатлар. Бу ҳаражатларнинг кўпи доимий ҳаражатларга киритилган.

Моддий – иқтисодий заҳира: Ички фойдаланиш ёки сотиш учун ишлатиладиган корxonанинг шахсий мулки. Моддий- иқтисодий заҳирага янги материаллар, оралиқ маҳсулот ва товарларнинг сотувга тайёри ҳамда тайёрланиш жараёнидагилари киради.

Ҳисоб-фактура – сотувга жўнатилаётган товарларнинг номма-ном рўйхатини ўз ичига олувчи қўшимча ҳужжат. Одатда, унда товарнинг чиқиб кетиш нархи курсатилади.

Мансаб мажбуриятлари: Ҳар бир мансаб таърифи ва у билан боғлиқ ҳуқуқ ва мажбуриятлар. У ерда аниқ иш учун керак бўладиган техник билим ва қобилиятлар, тажрибага оид асосий талаблар санаб ўтилади.

Персоналга оид асосий талаблар: мазкур бизнеснинг фаолияти учун зарур ходимлар миқдори ва типи.

Ишлаб чиқаришнинг асосий омиллари: бизнес фаолияти учун зарур инсоний(ходимлар), жисмоний (хом ашё, етказиб бериш ва майдон) ва технологик (ускуналар) омиллар.

Узоқ муддатли қарзлар: кейинги йил давомида қопланмайдиган қарздорлик. Бу қайтарилмаган қарзлар. М-н, кўпгина банк ссудалари ўзоқ муддатли қарзлардир.

Бошқарув қобилияти: эгалик қилувчи шахснинг молия, маркетинг, ходимлар ривожига ва бухгалтерлик ҳисоби соҳасидаги билимларини қўшиб, режалаштириш, ташкилотчилик, корхона маъмурий функцияларини назорат қилиш ва йўналтира олиш қобилияти.

Бозор қўйи қатлами: сиз таклиф этаётган товарга нисбатан қизиққан харидорлар гуруҳи.

Бозор имконияти: Янги бизнес учун янги ёки мукамал товар ва истеъмолчи талабларини қондириш учун бозорга кириш имконияти.

Бозор тадбиғи: бир хил сифатли, лекин нисбатан паст нархли товарни таклиф этиш ҳисобига юқори хажмли товарлашувга эришишга қаратилган нарх ҳосил қилиш стратегияси.

Товар киритиш (савдони ташкил этиш) Дўконнинг умумий режасида товар қандай таҳланган, ўралган ва таклиф этилгани.

Шахсий капитал: Капитал қийматининг охириги молиявий ифодаси . Шахсий капитал пассивлар(сизнинг қарзларингиз) ва пассивлар (сиз нимага эга эканлигиз) ўртасидаги фарқлар билан ўлчанади. У корхона учун ҳам, алоҳида шахс учун ҳам ҳисоб чиқилиши мумкин.

Жорий ҳаражатлар: сотиладиган товар ёки хизматлар қийматига қўшилмайдиган, материал ва хизматлар ҳаражатларининг умумий тушунчаси.

Ташкилий тузилма (ички тартиб қоидалар): хизматчиларнинг ички иш тартибларини тартибга солувчи низом.

Дастлабки тўлов: олинмаган товарга олдиндан тўланган ҳаражатлар. М-н, суғурта олдиндан, бир неча ой аввал тўланади.

Қарз миқдори: Қарздорлик битимида қайд этилган пуллар миқдори. Фоиз ҳисобланган қарз миқдори; Келишилган шартларга кўра қайтарилиши лозим.

Фойда ҳақидги дастлабки ҳисобот: Келажакда қўлга киритиш мумкин бўлган натижадарни башорати ёки дастлабки ҳисоб – китоби.

Даромад: Савдода ҳаражатлардан сотув нархининг ошиғ бўлиши зарур. Бу тадбир тадбиркор учун корхонани ташкил этиш ва бошқаришдаги қилинган хавф – хатари учун мукофот.

Хўжалик фаолиятидаги натижаларни қайд этиш: маълум вақт оралиғидаги фойда ва ҳаражатларингизни кўрсатиб берувчи фойдали ишлаб чиқариш шакли.

Квитанциялар журнали: иш операцияларни қайд этиш учун ҳисоб- фактуралар китоби билан уйғунлашган ҳолда бўлиши мумкин бўлган молиявий ёзув. У камида икки нусхада: бири- сиз учун бўлиб, уларни ғазна китобига, кредитлар китоби ва дебитор қарздорлик китобига кўчириш учун.

Фойдалар: маълум давр учун якуний товар айланмаси.

Индивидуал хусусий корхона: раҳбари битта бўлган корхона тури. Корхона эгаси юридик жиҳатдан шахсий мулкани қарздорлик хавфи остига қўяди.

Товарлар: моддий ишлаб чиқариш заҳиралари ва хом ашё.

Дўкон тўзилиши: товарларни бошқа моддий ишлаб чиқариш заҳираларига нисбатан дўкондаги жойлашуви.

Мақсадли бозор: ижтимоий-иқтисодий, демографик ва бошқа тавсифлар билан фарқ қилувчи маълум кишилар гуруҳлари. Сизнинг товар ва хизматларингизни

потенциал харидори.

Техник асос: Корхонанинг товар ва хизматларни ишлаб чиқаришда манба ва технологиялардан инсон ва атроф муҳитга зарар етказмасдан фойдалана олиш қобилияти. Маҳсулотнинг ноёб хусусияти: Сизнинг товарингизни рақиблар тасаввуридаги товардан фарқловчи товар тавсифлари.

Ўзгарувчан ҳаражатлар: ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар миқдорига боғлиқ бўлган ҳаражатлар (хом ашё, яъни чевар учун мато, паррандабоқар учун дон, ресторан учун маҳсулотлар, маош). Кўпгина корхоналарда улар жорий ҳаражатларга киритилади.

Айланма капитал: Ишлаб чиқаришни қўллаб қўвватлаш учун зарур бўлган нақд пул маблағлари. Ўз фондлардан фойдаланишда нисбатан барқарор бўлган асосий капиталдан фарқ қилади. Айланма капитал моддий ишлаб чиқариш заҳираларини сотиб олиш, ҳисоб китоблар ва тўловларини амалга оширишда ишлатилади. У жорий пассив ва активлар ўртасидаги фарқдан келиб чиқиб ҳисобланади.

ИЛОВА 4

Наманган вилояти бўйича фойдали маълумотлар

Ташқи иқтисодий фаолият

Ўзбекистон Республикаси ташқи иқтисодий алоқалар, инвестициялар ва савдо вазирлиги
100029, Тошкент ш., Т. Шевченко кўчаси, 1 уй
Тел.: +998 (71) 238-51-00, 238-52-00
Эл. манзил: secretary@mfer.uz
Веб саҳифа: www.mfer.uz

“Ўздаббиркорэкспорт” иқтисослаштирилган ташқи савдо компанияси
100077, Тошкент ш., Мустақиллик шох кўчаси, 107 уй
Тел.: +998 (71) 238-54-80, 238-53-94
Факс: +998 (71) 140-05-03, 140-04-50
Эл. манзил: tashkent@uzte.uz
Веб саҳифа: www.uzte.uz

“Ўзинфоинвест” хорижий инвестицияларни ахборот билан таъминлаш ва кўмаклашиш агентлиги
100029, Тошкент ш., Т. Шевченко кўчаси, 1 уй
Тел.: +998 (71) 238-91-00
Факс: +998 (71) 238-92-00
Эл. манзил: uzinfoinvest@mfer.uz
Веб саҳифа: www.investuzbekistan.uz, www.uzinfoinvest.uz

Ўзбекистон Республикаси ташқи иқтисодий алоқалар, инвестициялар ва савдо вазирлигининг Наманган вилоят бошқармаси
160100: Наманган ш., А. Навоий кўчаси, 9 уй
Тел.: +998 (69) 226-29-04, 226-82-04
Эл. манзил: ngmfer@mail.ru

“Ўздаббиркорэкспорт” иқтисослаштирилган ташқи савдо компанияси, Наманган бўйича вакил
100077, Тошкент ш., Мустақиллик шох кўчаси, 107 уй
Тел.: +998 (93) 771-01-11
Эл. манзил: namangan@uzte.uz
Веб саҳифа: www.uzte.uz

Ўзбекистон Савдо-саноат палатаси

Ўзбекистон Савдо-саноат палатаси
100047, Тошкент ш., Бухоро кўчаси, 6 уй
Тел.: +998 (71) 150-60-06,
Факс: +998 (71) 232-09-03
Эл. манзил: callcenter@chamber.uz
Веб саҳифа: www.chamber.uz

Ўзбекистон савдо-саноат палатаси Наманган вилоят бўлими
160136, Наманган ш., У. Носир кўчаси, 7 уй
Тел.: +998 (69) 223-11-01,02,03
Факс: +998 (69) 223-11-06
Эл. манзил: na@chamber.uz
Веб саҳифа: www.chamber.uz

**Наманган вилояти савдо-саноат
палатаси ҳузуридаги Ҳакамлик суди**

160136, Наманган ш.,
У. Носир кўчаси, 7 уй
Тел.: +998 (69) 223-11-01,02,03
Факс: +998 (69) 223-11-06
Веб саҳифа: na@chamber.uz

**Ўзбекистон Савдо-саноат палатаси Наманган вилоят ҳудудий
бошқармасининг туман (шаҳар) ахборот-маслаҳат маркази
ва бизнес марказлари**

Наманган шаҳар Бизнес Маркази

116000, Наманган ш.,
А. Рахимов кўчаси, 66 уй
Тел.: +998 (69) 226-59-35
Факс: +998 (69) 226-59-45

Мингбулоқ тумани

Ахборот-маслаҳат Маркази
Мингбулоқ туман, Жамашуй шаҳарчаси
Бўстон кўчаси, 13 уй
Тел.: +998 (94) 302-17-77

Косонсой тумани

Ахборот-маслаҳат Маркази
Косонсой туман, Косонсой ш.,
Гул Обод кўчаси, 2 уй
Тел.: +998 (69) 65-21-851

Наманган тумани

Ахборот-маслаҳат Маркази
Наманган туман, Тошбулоқ шаҳарчаси,
Мустақиллик кўчаси, 5 уй
Тел.: +998 (93) 925-88-11
Факс: +998 (69) 47-21-101

Норин тумани

Ахборот-маслаҳат Маркази
Норин туман, Хақуллобод шаҳарчаси,
Ўзбекистон кўчаси, 10 уй
Тел.: +998 (69) 223-11-03

Поп тумани

Ахборот-маслаҳат Маркази
Поп туман, Н. Ниёзий кўчаси, 5 уй
Тел.: +998 (69) 706-83-38

Турақургон тумани

Ахборот-маслаҳат Маркази
160200, Тўрақўрғон туман, Тўрақўрғон
шаҳарчаси Тўрақўрғон кўчаси, 7 уй
Тел.: +998 (69) 44-23-297 (093)

Учқургон туман

Бизнес Маркази
Учқўрғон туман, Учқўрғон шаҳарчаси,
Дўстлик кўчаси, 1 уй
Тел.: +998 (69) 46-22-340

Уйчи тумани

Ахборот-маслаҳат Маркази
Уйчи туман, Уйчи шаҳарчаси,
А. Темур кўчаси, 1 уй
Тел.: +998 (69) 48-22-498

Чортоқ тумани

Ахборот-маслаҳат Маркази
Чортоқ туман, Чортоқ шаҳарчаси,
Мустақиллик кўчаси, 12 уй
Тел.: +998 (69) 223-11-02

Чуст тумани

Ахборот-маслаҳат Маркази
Чуст туман, Чуст ш.,
М. Фаёзов кўчаси, 24 уй
Тел.: +998 (69) 42-31-191

Янгиқургон тумани

Ахборот-маслаҳат Маркази
Янгиқўрғон туман, Янгиқўрғон шаҳарчаси,
Мустақиллик кўчаси, 1 уй
Тел.: +998 (69) 63-23-547

Банклар

Ўзбекистон Республикаси Марказий банки Наманган вилоят бошқармаси

160136, Наманган ш.,
Б. Машраб кўчаси, 2 уй
Тел.: +998 (69) 226-50-12
Факс: +998 (69) 226-67-30

АТБ Микрокредитбанк

Наманган филиали

116003, Наманган ш.,
Кукумбой Шох кўчаси, 7а уй
Тел.: +998 (69) 223-06-19
Факс: +998 (69) 223-06-22

АТБ Ипак йўли банк

Наманган филиали

160130, Наманган ш.,
Ғалаба кўчаси, 2 уй
Тел.: +998 (69) 232-39-26, 232-36-95
Факс: +998 (69) 232-48-81

Траст банк

Наманган филиали

160130, Наманган ш., Хотира кўчаси, 1 уй
Тел.: +998 (69) 232-36-88, 232-07-33
Факс: +998 (69) 232-07-33

АКБ Савдогарбанк

Наманган филиали

116036, Наманган ш.,
Ибрат кўчаси, 26А уй
Тел.: +998 (69) 223-07-02
Факс: +998 (69) 223-07-03

АКБ Алокабанк

Наманган филиали

160103, Наманган ш.,
Тўрақўрғон кўчаси, 75 уй
Тел.: +998 (69) 233-29-68
Факс: +998 (69) 233-29-68

ТИФ Миллий банк

Наманган филиали

160127, Наманган ш.,
Дўстлик кўчаси, 2 уй
Тел.: +998 (69) 232-93-59, 223-18-00
Факс: +998 (69) 223-18-00

АКБ Асакабанк

Наманган филиали

116008, Наманган ш.,
Навоий кўчаси, 27 уй
Тел.: +998 (69) 226-91-56, 226-91-45
Факс: +998 (69) 226-91-48

АКБ Қишлоққурилишбанк

Наманган филиали

160103, Наманган ш.,
Навоий кўчаси, 70А уй
Тел.: +998 (69) 223-04-35
Факс: +998 (69) 223-04-35

Халк банки

Наманган филиали

160100 Наманган ш.,
Лутфий кўчаси, 5 уй
Тел.: +998 (69) 226-11-43, 226-50-26
Факс: +998 (69) 223-02-87

АКБ Ўзсаноатқурилишбанк

Наманган филиали

160103, Наманган ш.,
Дўстлик Шох кўчаси, 19 уй
Тел.: +998 (69) 234-32-90
Факс: +998 (69) 234-13-85

Сертификациялаштириш ташкилотлари

**Ўзбекистон стандартлаштириш,
метрология ва
сертификатлаштириш агентлиги
(«Ўзстандарт» агентлиги)**
100049, Тошкент ш.,
Форобий кўчаси, 333 «А»
Тел.: +998 (71) 242-94-93
Факс: +998 (71) 246-17-63, 246-18-20
Эл. манзил: uzst@standart.uz
Веб саҳифа: www.standart.uz

**Наманган вилояти ҳудудий
стандартлаш ва метрология
бошқармаси**
160108 Наманган ш.,
Нодира кўчаси, 9А уй
Тел.: +998 (69) 226-83-27
Факс: +998 (69) 226-33-96

**“Наманган Экспертиза”
шўъба корхонаси**
160100, Наманган ш.,
Юнус Ражабий, 1 уй
Тел.: +998 (69) 226-62-19
Факс: +998 (69) 226-62-19

Наманган вилоятидаги тадбиркорлик фаолияти билан боғлиқ ташкилотлар

**Наманган вилоят иқтисодиёт
бошқармаси**
160136, Наманган ш.,
А. Хўжаев кўчаси, 59 уй
Тел.: +998 (69) 226-21-38, 226-51-30

**Наманган вилоят статистика
бошқармаси**
160133, Наманган ш.,
Н. Номонгоний кўчаси, 14 уй
Тел.: +998 (69) 226-40-33
Факс: +998 (69) 226-52-03

**Наманган вилоят молия
бошқармаси**
160103, Наманган ш.,
Дўстлик шох кўчаси, 37 уй
Тел.: +998 (69) 226-28-41
Факс: +998 (69) 226-46-61

**Наманган вилоят
солиқ бошқармаси**
108106, Наманган ш.,
Марғилон кўчаси, 14 уй
Тел.: +998 (69) 226-81-86

**Наманган шаҳар Давлат
2солик инспекцияси**
108106, Наманган ш.,
Навоий кўчаси, 32 уй
Тел.: +998 (69) 226-54-21, 226-34-05
Факс: +998 (69) 226-55-27

**Наманган вилоят меҳнат ва аҳолини
ижтимоий муҳофаза қилиш бош
бошқармаси**
116008: Наманган ш.,
Нодира кўчаси, 3 уй
Тел.: +998 (69) 226-59-21
Факс: +998 (69) 226-91-57

**Наманган вилоят монополиядан
чиқариш ва рақобатни
ривожлантириш бошқармаси**
160103, Наманган ш.,
А. Навоий кўчаси, 72 уй
Тел.: +998 (69) 226-14-42
Факс: +998 (69) 226-14-42

**Вилоят архитектура ва қурилиш
бош бошқармаси**
116000, Наманган ш.,
Н. Номонгоний кўчаси, 18 уй
Тел.: +998 (69) 226-21-91
Факс: +998 (69) 226-21-91

Наманган вилоят филиали
160100, Наманган ш.,
Марғилон кўчаси, 10 уй
Тел.: +998 (69) 226-28-94,
(8 595) 300-69-56
Факс: +998 (69) 226-28-94
Эл. манзил: nam@ishonch-iic.uz
Веб саҳифа: www.ishonch-iic.uz

**Alskom суғурта компанияси очик
акиядорлик жамиятининг
Наманган вилоят филиали**
160036, Наманган ш.,
Б. Машраб кўчаси, 8 уй
Тел.: +998 (69) 226-13-10
Факс: +998 (69) 226-13-10
Эл. манзил: Namangan.F@alskom.uz
Веб саҳифа: www.alskom.uz

ДАСК «Кафолат» (ОАЖ)
Наманган вилоят филиали
160136, Наманган ш., Хуррият, 22
Тел.: +998 (69) 226-54-95
Факс: +998 (369) 226-44-35
Веб саҳифа: www.kafolat.uz

**«ALFA INVEST» Наманган ҳудудий
департамент бўлими**
160100, Наманган ш.,
А. Навои кўчаси, 22 уй 6 хонадон
Тел.: +998 (69) 233-03-43, 233 -01-10
Факс: (+998 69) 233-03-43

**«ASIA INSHURANS»
МЧЖ суғурта компанияси**
160100, Наманган ш.,
Б. Машраб кўчаси, 7 уй
Тел.: +998 (69) 271-74-54, 254-36-00
Факс: +998 (69) 226-35-86

**“Universal Sugurta” ЁАЖ
Наманган вилоят филиали**
160136, Наманган ш.,
А. Хўжаев кўчаси, 29 уй
Тел.: +998 (69) 226-50-86
Факс: +998 (69) 226-50-86

БИРЖАЛАР

**Республика кўчмас мулк биржаси
Наманган вилоят бўлими
маъсулияти чекланган жамияти**
116003, Наманган ш.,
Нодира кўчаси, 3 уй
Тел.: +998 (69) 226-54-47
Факс: +998 (69) 226-54-47

**Тошкент фонд биржаси
Наманган бўлими**
160136, Наманган ш.,
Банк кўчаси, 9 уй
Тел.: +998 (69) 226-65-20
Факс: +998 (69) 226-65-20

Мол, хом ашё биржаси Наманган вилоят филиали
160116, Наманган ш.,
Тўқимачилар кўчаси, 3 уй
Тел.: +998 (69) 232-79-05

Республика кўп тармоқли Агросаноат биржаси Наманган филиали
160103, Наманган ш.,
Дўстлик кўчаси, 18 уй
Тел.: +998 (69) 234-36-98
Эл. манзил: namangan@exchange.uz

ЛИЗИНГ КОМПАНИЯЛАРИ

Ўзбеклизинг Интернейшнл А.О. Намангандаги ваколатхонаси
160136, Наманган ш.,
У. Носир кўчаси, 7 уй
Тел.: +998 (69) 223-04-00
Эл. манзил:
namangan@uzbek-leasing.com
Веб саҳифа: www.uzbekleasing.com

«Ўзқишлоқхўжаликмашлизинг» Акциядорлик Лизинг Компаниясининг Наманган вилоят филиали
160103, Наманган ш.,
Дўстлик шох кўчаси, 18 уй
Тел.: +998 (69) 234 29-83
Факс : +998 (69) 234 29-83
Эл. манзил: info@agroleasing.uz
Веб саҳифа: www.agroleasing.uz

СУҒУРТА КОМПАНИЯЛАРИ

«Ўзбекинвест» Миллий Экспорт-Импорт Суғурта Компанияси
100017, Тошкент ш.,
Кодирий кўчаси, 2 уй
Тел.: +998 (71) 235-78-01, 235-78-07
Факс: +998 (71) 235-94-09
Эл. манзил: office@uzbekinvest.uz
Веб саҳифа: www.uzbekinvest.uz

«Ўзбекинвест» Миллий Экспорт-Импорт Суғурта Компаниясининг Наманган вилояти ваколатхонаси
160136, Наманган ш.,
Б. Машраб кўчаси, 3 уй
Тел.: +998 (69) 226-16-41, 226-76-15
Факс: +998 (69) 226-76-15, 226-31-63
Эл. манзил: nam@uzbekinvest.uz
Веб саҳифа: www.uzbekinvest.uz

“Ўзагросуғурта” Давлат-акциядорлик суғурта компанияси (ОАЖ)
100017, Тошкент ш.,
Мустақиллик майдони, 5 уй
Тел.: +998 (71) 239-10-65
Факс: +998 (71) 239-10-66
Эл. манзил: info@agros.uz
Веб саҳифа: www.agros.uz

Ўзагросуғурта ДАСК Наманган вилоят дирекцияси
160100, Наманган ш.,
А. Навоий кўчаси, 9 уй
Тел.: +998 (69) 226-10-32
Факс: +998 (69) 226-10-32
Эл. манзил: namangan@agros.uz

ИНГО - Ўзбекистон СЎАЖ Наманган вилояти филиали
160100, Наманган ш., А. Темур кўчаси,
Темир Йўл Шох Бекати ҳудуди
тел.: +998 (90) 977 1166
факс: +998 (69) 233-38-95
Эл. манзил: namangan@ingo.uz

“Ишонч” банклараро суғурта компанияси Наманган вилоят филиали
160100, Наманган ш.,
Марғилон кўчаси, 10 уй
Тел.: +998 (69) 226-28-94,
(8 595) 300-69-56
Факс: +998 (69) 226-28-94
Эл. манзил: nam@ishonch-iic.uz
Веб саҳифа: www.ishonch-iic.uz

**Alskom суғурта компанияси очиқ
акциядорлик жамиятининг Наманган
вилоят филиали**

160036, Наманган ш.,
Б. Машраб кўчаси, 8 уй
Тел.: +998 (69) 226-13-10
Факс: +998 (69) 226-13-10
Эл. манзил: Namangan.F@alskom.uz
Веб саҳифа: www.alskom.uz

**ДАСК «Кафолат» (ОАЖ)
Наманган вилоят филиали**

160136, Наманган ш.,
Хуррият, 22
Тел.: +998 (69) 226-54-95
Факс: +998 (69) 226-44-35
Веб саҳифа: www.kafolat.uz

**«ALFA INVEST» Наманган ҳудудий
департамент бўлими**

160100, Наманган ш.,
А. Навои кўчаси, 22 уй 6 хонадон
Тел.: +998 (69) 233-03-43, 233 -01-10
Факс: +998 (69) 233-03-43

**«ASIA INSHURANS»
МЧЖ суғурта компанияси**

160100, Наманган ш.,
Б. Машраб кўчаси, 7 уй
Тел.: +998 (69) 271-74-54, 254-36-00
Факс: +998 (69) 226-35-86

**“Universal Sugurta” ЁАЖ
Наманган вилоят филиали**

160136, Наманган ш.,
А. Хўжаев кўчаси, 29 уй
Тел.: +998 (69) 226-50-86
Факс: +998 (69) 226-50-86



БМТ Тараққиёт Дастури (БМТТД) БМТнинг ривожланиш соҳасидаги глобал тармоғи бўлиб, ўз олдида аъзо давлатларга билим, тажриба ва маблағ манбаларидан фойдаланиш имкониятини яратиш орқали инсонлар ҳаётида ижобий ўзгаришлар ясаш мақсадини қўйган. Биз 166 мамлакатда фаолият юритамиз; ушбу мамлакатларга ривожланишга оид глобал ва миллий муаммоларнинг ечимини топишларида кўмаклашамиз. Мамлакатлар ўзларининг салоҳиятларини ривожлантириш жараёнида БМТТД ходимлари ва кенг доирадаги ҳамкорларининг тажриба ҳамда билимларидан фойдаланадилар.