

бизнесни бир хил тушунча сифатида талқин қилинмоқда. Фикримизча, тадбиркорлик бизнесдан фарқ қилиб, тадбиркорлик – бу маҳсулот ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатишга ижодкорлик, янгилик яратиш руҳи асосида ёндашиш билан боғлиқ фаолиятдир. Бизнес эса унга нисбатан кенг тушунча бўлиб, умуман фойда олиш нуқтаи-назаридан юритилувчи фаолиятдир.

Тадбиркорлик фаолиятига юқорида келтирилган турли хил фикрлар ва ёндашувларни умумлаштирган ҳолда қисқа қилиб қуйидагича таъриф бериш мумкин: **тадбиркорлик фаолияти** – шакли, тури ва соҳасидан қатъий назар фойда олиш ва уни кўпайтириш мақсадида энг замонавий фан-техника ютуқлари, инновация, янги технологияларни қўллаган ҳолда амалга ошириладиган иқтисодий фаолиятдир.⁴⁴

Турли мамлакатларда давлат корхоналарининг ҳуқуқий мақоми турли-туманлиги билан анча фарқланади. Ҳатто бирон-бир мамлакатда барча давлат корхоналари фаолиятини тартибга солувчи ягона қонуний ҳужжат мавжуд эмас.

Юқорида кўриб ўтилган шароитлар асосида давлат корхоналарини учта гуруҳга бўлиш мумкин:

- бюджет корхоналари;
- давлат ишлаб чиқариш корхоналари;
- аралаш компаниялар.

Корхоналарнинг мулкчилик мавқеидан ташқари хилма-хил ташкилий-ҳуқуқий шакллари ҳам мавжуд бўлади. Корхоналар хўжалик жамиятлари ва ширкатлари, ишлаб чиқариш кооперативлари, жамоа корхоналари, ижара корхоналари, хўжалик бирлашмалари шаклида тузилиши мумкин. **Кооператив тадбиркорлик** – жамоа мулкига асосланиб, кооперация аъзоларининг унинг фаолиятида ўз меҳнати билан иштирок этишини тақозо этувчи жамоа тадбиркорлигининг алоҳида шакли.⁴⁵

Маркетинг фаолияти корхона амал қилишининг ташқи шароитлари тўғрисидаги ахборотнинг олиниши; рақобатчиларнинг товарларига қараганда бозор талабларини тўлароқ қондирувчи товарлар тўпламини яратиш; сотиш соҳасининг энг юқори назоратини белгилаб берувчи истеъмолчи, талаб, бозорга зарур даражада таъсир кўрсатишни таъминлаши лозим. Маркетингнинг замонавий концепцияси бозор учун зарур бўлган ва бозорда сотиш мумкин бўлган товарларни зарур ҳажмда ишлаб чиқаришни ташкил этиш тамойилига асосланади. Корхонанинг ишлаб чиқариш-техникавий, ташкилий, инвестиция ва бошқа фаолияти истеъмолчининг эҳтиёжларига, уларнинг яқин истиқболдаги ўзгаришига йўналтирилади. Харидорларнинг талаблари товар ишлаб чиқариш ҳажми ва номенклатурасини, мазкур талаб ва эҳтиёжларни қондиришни юқори даражаси эса энг кўп фойда олишни белгилаб беради. Маркетингнинг мақсади ва вазифаларини белгилаб олиш муҳим ҳисобланади. Маркетингнинг мақсади – энг юқори истеъмол қониқиши,

⁴⁴ Ш. ШОДМОНОВ, М. РАХМАТОВ. Иқтисодиёт назарияси дарслик 2021й тошкент.

⁴⁵ Ш. ШОДМОНОВ, М. РАХМАТОВ. Иқтисодиёт назарияси дарслик 2021й тошкент

истеъмол, турмуш сифатини ошириш, товар ва хизматларнинг кенг танловини таъминловчи корхона маҳсулотини сотишнинг зарур ҳажмига эришиш учун ишлаб чиқаришнинг юқори даромадлилиги ва самарадорлигини таъминлаш. Бу мақсадга маркетингнинг қуйидаги вазифалари орқали эришилади:

- корхонанинг ички ва ташқи маркетинг муҳитини таҳлил қилиш;
- маркетинг чора-тадбирларини амалга ошириш билан боғлиқ бўлган бозор ва муаммоларни комплекс ўрганиш;
- истеъмолчилар ва талабнинг шаклланишини таҳлил қилиш;
- рақобатчилар ва рақобатни ўрганиш; сотишни жадаллаштириш бўйича чора-тадбирларни ишлаб чиқиш;
- янги товарнинг концепциясини шакллантириш;
- маркетинг тадқиқотлари асосида товар ишлаб чиқаришни режалаштириш; нарх сиёсатини шакллантириш ва амалга ошириш;
- маркетинг дастурларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш;
- маркетингни ахборот билан таъминлаш; маркетингни бошқариш.

Маркетинг тамойиллари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:

- юқори даражада фойдали ва самарали хўжалик юритишни таъминлаш;
- ишлаб чиқариш-сотиш фаолиятини бозор талаблари асосида йўналтириш;
- товар ишлаб чиқаришнинг харидорларнинг эҳтиёжларига функционал боғлиқлигини таъминлаш;
- фаолиятни ишлаб чиқариш имкониятлари асосида эмас, балки бозор эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда ташкил этиш;
- бозорда юқори рақобатбардошликни таъминлаш;
- харидорларнинг эҳтиёжларини қондирувчи товарларни тайёрлаш ва такомиллаштириш бўйича илмий-тадқиқот, тажриба-конструкторлик ҳамда ишлаб чиқариш фаолиятини ташкил этиш;
- бозор ҳолатини, унинг ривожланиш истиқболини, товар ва хизматларга мавжуд ва потенциал талабни комплекс ўрганиш;
- ишлаб чиқариш ва молиялаштиришни мувофиқлаштириш ва режалаштириш;
- маҳсулот тайёрлаш ва сотишнинг анъанавий шакл ва каналларини такомиллаштириш, шунингдек, янгиларини топиш;
- бошқарув тизимининг мослашувчан ва самарали ташкилий тузилмаларини жорий этиш;
- ишлаб чиқариш ва сотиш жараёнларининг ўзаро алоқаси ва таъсирининг юқори даражасини таъминлаш.

Рақобат бозор иқтисодиётининг ва умуман товар хўжалигининг энг муҳим белгиси, уни ривожлантириш воситаси ҳисобланади. Рақобатнинг иқтисодий мазмунини тушуниб олиш унга турли томондан ёндашишини талаб қилади. Мустақил товар ишлаб чиқарувчилар (корхоналар) ўртасидаги рақобат товарларни қулай

шароитда ишлаб чиқариш ва яхши фойда келтирадиган нархда сотиш, умуман иқтисодиётда ўз мавқеини мустаҳкамлаш учун курашдан иборат. Бунда улар керакли ишлаб чиқариш воситалари, хомашё ва материаллар сотиб олиш, ишчи кучини ёллаш учун ҳам курашади. Ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги рақобат пировардида истеъмолчиларни ўзига жалб этиш учун курашни ҳам англатади.

Ресурсларни етказиб берувчилар ўзларининг иқтисодий ресурсларини (капитал, табиий ресурслар, ишчи кучи) юқори нархларда сотиш учун рақобатлашадилар.

Рақобат истеъмолчилар ўртасида ҳам юз беради: улар товарларни қулай ва арзон нархларда сотиб олишга ҳаракат қиладилар, яъни харидорлар ҳар бир сарфланган пул бирлиги эвазига кўпроқ нафлиликка эга бўлишга ҳаракат қиладилар.

Рақобат – бозор субъектлари иқтисодий манфаатларининг тўқнашувидан иборат бўлиб, улар ўртасидаги юқори фойда ва кўпроқ нафлиликка эга бўлиш учун курашни англатади.⁴⁶

Рақобатнинг мазмуни унинг вазифаларини кўриб чиқиш орқали янада кенгроқ намоён бўлади. Ҳозирги бозор иқтисодиётида рақобатнинг қуйидаги асосий вазифаларини ажратиш мумкин:

- 1) тартибга солиш вазифаси;
- 2) ресурсларни жойлаштириш вазифаси;
- 3) инновацион вазифа;
- 4) мослаштириш вазифаси;
- 5) тақсимлаш вазифаси;
- 6) назорат қилиш вазифаси.

Ҳозирда турли даражадаги монополистик тузилмалар ривожланиб бориши билан улар ўртасидаги рақобатнинг шакллари ҳам турли кўринишларда намоён бўлиб бормоқда. Жумладан, турли монополлашув даражасидаги тузилмалар ўртасида мавжуд бўлишига кўра қуйидаги рақобат турларини ажратиш мумкин:

- 1) монополлашмаган корхоналар ўртасидаги рақобат;
- 2) монополиялар ҳамда монополистик бирлашмаларга кирмаган ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги рақобат;
- 3) турли монополиялар ўртасидаги рақобат;
- 4) монополистик бирлашмалар ичидаги рақобат.

Хулоса.

Хўжалик юритишнинг бозор тизимида ўтиш – иқтисодиётнинг тадбиркорлик тизимида ўтиш демакдир. Тадбиркорликнинг иқтисодий табиати ташаббускорлик, таваккалчилик ва масъулият, ишлаб чиқариш омилларини янгича усулда бирлаштириш, новаторлик каби бир қанча белгилар билан тавсифланади.

⁴⁶ Ш. ШОДМОНОВ, М. РАХМАТОВ. Иқтисодиёт назарияси дарслик 2021й тошкент

Тадбиркорлик фаолияти деб шакли ва соҳасидан қатъий назар фойда олишга ва ундан самарали фойдаланиш мақсадига қаратилган иқтисодий фаолиятга айтилади.

Тадбиркорлик даромадининг ўзига хос хусусияти шунда-ки, биринчидан, у ишлаб чиқариш жараёнида ресурсларнинг энг оптимал вариантда қўлланилиши натижасида вужудга келади, иккинчидан эса, бозорда айирбошлаш натижасида шаклланади.

Тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш учун мамлакатда маълум даражада шарт-шароит яратилиши зарур. Тадбиркорлик вазифаларини амалга ошириш, ривожлантириш ва шакллантиришга таъсир кўрсатадиган шарт-шароитлар мажмуаси тадбиркорлик муҳитини ташкил қилади.

Айланма маблағлардан фойдаланиш самарадорлиги у билан айланма капитал ўртасидаги нисбатга боғлиқдир. Бевосита ишлаб чиқариш жараёнида банд бўлган айланма капиталнинг салмоғи қанчалик кўп бўлса, айланма маблағлардан шунчалик самарали фойдаланилади. Амалиётда айланма маблағлардан фойдаланиш самарадорлиги уларнинг айланиш коэффициенти билан ўлчанади. Бу коэффициент бир йил ичида сотилган маҳсулот қийматининг айланма маблағларнинг ўртача йиллик суммасига нисбати сифатида аниқланади. Айланиш даври (a) йилдаги кунлар сонининг айланишлар сонига (n) нисбати билан аниқланади: $a/n = 360$.

Айланма маблағлар айланишини тезлаштирадиган асосий омил ишлаб чиқариш вақтини аввало иш даврини, шунингдек, муомала вақтини қисқартиришдир.

Ҳозирги замон бозор иқтисодиётида тадбиркорлик фаолиятининг қуйидаги шакллари самарали амал қилиб келмоқда: хусусий тадбиркорлик, масъулияти чекланган ва масъулияти чекланмаган жамиятлар, ҳиссадорлик жамиятлари. Ҳиссадорлик жамиятларининг ривожланиши миллий иқтисодиёт учун муҳим аҳамият касб этади. Ҳиссадорлик жамиятларининг пайдо бўлиши қимматли қоғозлар бозорини ривожлантиради, иқтисодиётга тўғридан-тўғри инвестициялар оқимини кўпайтиради, аҳолининг кенг қатламини тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланишга ундайди.

Капитал ўзининг амал қилиш жараёнида бир неча шаклда намоён бўладиган мураккаб ҳодисадир. Илк босқичда капитал буюм, пул, қиймат кўринишида бўлиб, хўжалик фаолиятига йўналтирилади. Шунинг учун капитал авансланган қиймат шаклини олади. Натижада капитал қўшимча маҳсулот, даромад олишни таъминлайдиган қийматга айланади.

Капиталнинг айланиши шундай ҳаракатки, унда капитал барча ишлаб чиқариш босқичларини ўтиб, ўзига хос бўлган вазифаларни бажариб ўзининг дастлабки шаклига қайтади. Капиталнинг айланиши авансланган қиймат бутунлай қопланган тақдирда амалга ошган ҳисобланади. Капитал айланиш тезлиги капиталнинг бир йилда айланиш тезлиги ва айланиш сони билан ўлчанади.8. Капитал ўзининг айланиш хусусиятига қараб асосий ва айланма капиталга бўлинади. Асосий капитал ишлаб чиқариш жараёнида тўлиқ иштирок этиб, ўз қийматини маҳсулот қийматида қисмлар

билан ўтказди. Меҳнат воситалари ўрнини қоплаш учун мўлжалланган ва амортизация фондида жамғариладиган асосий капитал қиймати амортизация ажратмалари дейилади. Амортизация ажратмалари суммасининг асосий капитал қийматига нисбати амортизация нормаси дейилади ва фоизларда ҳисобланади.

Айланма

капитал ишлаб чиқариш жараёнида ўз қийматини тўлалигича тайёр маҳсулот қийматига ўтказди.

**MAHMUDXO'JA BEHBUDIYNING ILMIY TADQIQ QILISH VA TARG'IB ETISH, IZLANISH
OLIB BOORISH**

Odiljonova Durdona Nodir qizi

*O'zbekiston jurnalistika va ommaviy
kommunikatsiyalar universiteti 3-kurs talabasi,
O'zbekiston milliy teleradiokompaniyasi muxbiri*

Annostatsiya. *Maqolada Mahmudxo'ja Behbudiyning publitsistik ijodida keltirilgan diniy qarashlari, ma'naviy-ma'rifiy g'oyalari haqida so'z boradi. O'sha davr adabiyotining dinga munosabati va hozirgi davr adabiyotidagi diniy qarashlar o'rtasidagi tafovut yoritib beriladi.*

Kalit so'zlar: *publitsistika, jadidchilik, iqro, Qur'oni karim, rasul, payg'ambar, muftiy, Ahmad Lutfiy Qozonchi, Alixonto'ra Sog'uniy.*

Mutaxassislar milliy uyg'onish davri deb ataydigan XIX asr oxiriXX asr boshlaridagi adabiy jarayonni, bu davrda yashab faoliyat ko'rsatgan, millatni yuksak madaniyat va ma'rifatga tar g'ib etgan ma'rifatparvar ijodkorlar, ayniqsa, Turkiston jadidchiligining karvonboshisi Mahmudxo'ja Behbudi merosini o'rganish bugungi kunda ayniqsa ahamiyatga ega. Mahmudxo'ja Behbudi publitsistik merosini birinchilardan bo'lib o'rgangan olim professor Begali Qosimovdir. Olimning "Izlay-izlay topganim", "Milliy uyg'onish: ma'rifat, jasorat, fidoyilik" kabi monografiyalarida, uning rahbarligida yozilgan oliy o'quv yurtlari uchun "Milliy uyg'onish davri o'zbek adabiyoti" darsligida jadidpublitsistikasi, jumladan, Mahmudxo'ja Behbudiyning publitsistik maqolalarida ko'tarilgan muammolar keng va atroflicha o'rganilgan. Mutafakkir asarlarida diniy va milliy masalalarining yoritilishi masalasi yuzasidan ham e'tiborga loyiq fikrlar aytilgan. Jadidchilik adabiyotimizning yirik vakillaridan biri bo'lgan Mahmudxo'ja Behbudi juda bilimli, zakovatli, taqvodor va dindor inson bo'lgan. Behbudi 24 yoshidagi haj safaridan so'ng muftiy darajasiga yetishadi va bu safari orqali Behbudiyning dunyoqarashi butunlay o'zgaradi. Haj ziyoratidan so'ng dunyo kezib ko'rgan-kechirganlarini maqola shaklida har xil gazeta va jurnallarda chop ettira boshlaydi. Mahmudxo'ja Behbudi XX asrning eng yorqin publitsistlaridan biri edi. Behbudiyning o'zi tomonidan nashr etilgan va bosh muharrirlik qilgan "Samarqand" gazetasi va "Oyna" jurnalida chop qilingan maqolalari o'sha davr jamoatchiligi tomonidan zo'r qiziqish bilan qarshilangan. Uning yozgan maqolalarini butun O'rta Osiyo va Yevropaning ayrim davlatlari ham o'qib chiqar edi. Behbudi millat erkinligi, yurt taraqqiyoti va yoshlarning ongini oshirish maqsadida diniy, ilmiy va ma'rifiy maqolalar chiqarishga ko'proq e'tibor qaratgan edi. Behbudi chor Rossiyasi ilm va ma'rifat egalarini har tarafdin siquvga olayotgan davrda yashaganligiga qaramay, o'zining marifiy va diniy qarashlarini qo'rqmasdan ommaga havola eta oldi. Behbudi maqolalarining mavzu ko'lami juda keng bo'lib, uning diniy mavzudagi maqolalari jamiyatning diniy ilmini oshirishga