

## BIZNES REJA VA KOORPORATIV QAYTA TARKIBLASH.

**Xamrokulov Anisjon Rustamovich**

**Annotatsiya:** *Ushbu maqolada biznes va uning rejasi, hamda qayta tarkiblash borasida soʻz boradi.*

**Kalit soʻzlar:** *Infratuzilma, xizmat koʻrsatuvchi, ishlab chiqarish, buxgalteriya, Bozor iqtisodiyoti, Kichik va oʻrta biznes, AQSH, biznes-inkubatorlar.*

Keyingi yillarda infratuzilma yuqori surʼatlar bilan rivojlanib bormoqda. Buni bir qator omillar bilan izohlash mumkin. Xususan, ishlab chiqarishning oʻsish surʼatlari infratuzilmalar rivojidan oldinda bormoqda va bu iqtisodiyotning rivojlanishiga ham oʻz taʼsirini oʻtkazmoqda.

Infratuzilma juda keng qarmovli tushuncha boʻlib, bu, awalo, ishlab chiqarish jarayoniga har tomonlama xizmat koʻrsatadigan xizmat turlarini yaratish bilan bogliq. Infratuzilma boʻlinmalari rivojlanib borishidan kichik tadbirkorlik subyektlari katta manfaat koʻradi, chunki bunday boʻlinmalar ularni ishlab chiqarishga xizmat koʻrsatish bilan bogʻliq ishlardan ozod etib, kuch-gʻayratini asosiy faoliyatiga qaratishga imkon yaratadi. Infratuzilma tomonidan yaratiladigan sharoitlarni oʻz navbatida quyidagicha turkumlash mumkin:

- bevosita ishlab chiqarish jarayoniga xizmat koʻrsatuvchi moddiy texnika taʼminoti va tayyor mahsulotni sotish, axborotni yigʻish va qayta ishlash, buxgalteriya xizmati. Texnologik, boshqaruv masalalari boʻyicha maslahatxizmativaboshqalar;

- ishchi kuchini takror ishlab chiqarish shart-sharoitlari ishchi va xizmatchilarning sogʻligini, taʼlim olishi va kasbiy tayyorgarligi, dam olishlariniqoʻllab-quvatlash.

Shu paytga qadar infratuzilmani ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmalar yigindisidan iborat deb qarab kelingan. Bozor iqtisodiyotiga asoslangan iqtisodiy tizim kirib kelishi bilan ishlab chiqarish infratuzilmasi koʻlami kengayib, "bozor infratuzilmasi" va "instituuional infratuzilma" soʻzlari isteʼmolga kirib bormoqda. Bozor infratuzilmasi bevosita ishlab chiqarish jarayoniga xizmat koʻrsatuvchi tarmoqlarni oʻz ichiga oladi. Uning tarkibiga yuk transporti, elektr, gaz va suv taʼminoti, ombor xoʻjaligi, aloqa, axborot, moddiy-texnika taʼminoti, mahsulotni tashish, saqlash va qayta ishlash, texnik xizmat koʻrsatish, marketing va reklama, axborot-maslahat, auditorlik, moliya-kredit va investitsion kabi xizmat turiari kiradi. Ijtimoiy infratuzilma ishlab chiqarish jarayonida ishchi va xizmatchilarga normal mehnat faoliyati yaratish va ishchi kuchini takror hosil qilish, shuningdek tadbirkorlarning turli maishiy xizmat turlariga talabiniqondirishuchun xizmat qiladi. Instituuional infratuzilma iqtisodiyot rivojlanishining optimal makroiqtisodiy nisbatlarini qoʻllab-quvatlovchi va tartibga soluvchi sohalar faoliyat turlarini oʻz ichiga oladi. Unga iqtisodiyotni tartibga solib tumvchi davlat va nodavlat boshqaruv organlari va boshqalar kiradi. Kichik va oʻrta tadbirkorlik subyektlarini tartibga solib va qoʻllab-

quvvatlovchi bozor infratuzilmalarini shakllantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Buni yuqori darajada rivojlangan mamlakatlar tajribasi ham tasdiqlaydi. Masalan, AQSHda 1953-yili Kichik va o'rta biznes ishlari bo'yicha ma'muriyat (KBM) tashkil etilgan bo'lib, uning zimmasiga kichik va o'rta biznesni qo'llab-quvvatlash bo'yicha barcha vazifalar (moliyaviy yordam, texnik va maslahat xizmati, davlat buyurtmalarini olishga ko'maklashish va boshqalar) yuklatilgan. KBM tarkibi uch bosqichdan AQSH poytaxtidagi shtab-kvartira, 10 ta hududiy boshqarma va 100 dan ortiq mahalliy bo'linmadan iborat. Ular butun mamlakat bo'ylab keng tarqalgan tarmoqqa ega bo'lib, mahalliy davlat hokimiyati organlari, kollejlari, universitetlar, korxonalar va jamoat tashkilotlari bilan yaqin aloqada faoliyat yuritadi. AQSHda kichik va o'rta biznesni qo'llab-quvvatlash bilan boshqa idoralar, xususan, Ichki ishlar vazirligi, Uy-joy qurilishi va shaharlar rivojlanishi vazirligi, milliy ilm fondi, Fermerlik bo'yicha ma'muriyat, kichik biznesni rivojlantirish markaz va institutlari, savdo-sanoat palatasi kabi 2700 dan ortiq federal idorashugullanadi. Keyingi yillarda respublikamizda bozor infratuzilmalarini faol shakllantirish jarayoni boshlandi. Bu jarayonning natijalari sifatida kichik tadbirkorlik subyektlariga xizmat ko'rsatuvchi brokerlik idoralari, kichik ulgurji va chakana savdo tuzilmalari, lizing, konsalting kompaniyalari, axborot-maslahat markazlari, injiniring, auditorlik firmalari, sug'urta kompaniyalari, transport-ekspeditsiya korxonalarini, axborot-reklama byurolari va boshqa turli xil infratuzilmalar tizimi faoliyat yuritadi. Biznes-maktab tadbirkorlar, kichik korxonalarining rahbarlari, kichik korxonalar uchun mutaxassislar, ishsizlar, o'z ishini ochmoqchi bo'lgan boshqa fuqarolar, kichik tadbirkorlikning rivojlanishi uchun mas'ul xizmatchilarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirishni amalga oshiruvchituzilma. Oquv-amaliy markazlari kichik tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash va bozor iqtisodiyoti uchun kadrlar tayyorlashning keng miqyosli dasturini amalga oshiruvchituzilma. Biznes-inkubatorlar maxsus tanlab olingan kichik korxonalarini o'z maydonlariga joylashtiruvchi va ularga maslahat, o'qitish va ofis xizmatlarini ko'rsatuvchituzilmalar. Ijtimoiy-amaliy markaz ish bilan band bo'lmagan aholi va ishsizlar o'rtasida kichik tadbirkorlikni rivojlantirish orqali yangi ish o'rinlarini yaratish bilan shug'ullanuvchi, odatda bandlik markazlari qoshida tashkil etiluvchituzilma. Texnopark o'z hududida kichik innovatsion korxonalarini yaratish va rivojlantirish orqali ilmiy salohiyatdan foydalanish va ishlab chiqilgan texnologiyalarni tijoratlashtirish maqsadida tashkil etiluvchi tuzilma. Biznes-markaz tadbirkor va ishbilarmonlarga servis xizmatlari ko'rsatuvchi tuzilma

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarining asosiy faoliyati banklar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, ular olib borayotgan faoliyat xomashyoni sotib olish, ishlab chiqarilgan tovarlar, ko'rsatiladigan xizmatlarga haq to'lash, ishlovchilarni ish haqi bilan ta'minlash, turli toifadagi korxonalar, firma va boshqalar yuridik shaxslar bilan bo'ladigan iqtisodiy munosabatlar, ya'ni olingan foyda va daromaddan soliq to'lash, transport, kommunal xizmatlar uchun to'lovlarning barcha turi banklar orqali, o'z navbatida, olinadigan kreditlar va boshqa hisob-kitoblar ham banklar orqali amalga oshadi. Alohida ta'kidlash kerakki, mamlakatimiz mustaqillikka erishgunga qadar bank va banklar bilan

boladigan turli iqtisodiy munosabatlar unchalik oshkora etilmas edi. Jahon xo'jaligining muhim xo'jalik yuritish qismi bo'lgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini barcha faoliyati banklar bilan bog langanligi bugungi kunda hammaga ma'lumdir. Shuning uchun ham rivojlangan mamlakatlarda, masalan, AQSHda bank tizimining faoliyati nihoyatda rivojlangan bolib, tadbirkorlikning aktiv iqtisodiy faoliyat yuritishida banklar barcha mulk shaklidagi korxonalarga kompleksravishdaxizmatko'rsatadi. Bugungi kunda mamlakatimiz 30 ta bank faoliyat yuritib, shundan 3 tasi davlat banklari, 13 tasi aksiyadorlik tijorat banklari, 9 tasi xususiy banklar, 5 tasi xorijiy kapital ishtirokidagi banklar hisoblanadi. Bank tizimining umumiy joriy likvidligi banklarning tashqi to'lovlar bo'yicha joriy majburiyatlaridan 10 barobar ko'pdir. Boshqacha aytganda, respublikamiz bank tizimining mustahkam himoyasi yaratilgan. Bank tizimining mustahkamlanishi va unga nisbatan aholi ishonchining ortishi natijasida omonatlar hajmi sezilarli ravishda ortib bormoqda. Faqat o'tgan yilning o'zida aholi omonatlari miqdori 1,7 barobar oshdi. Rasmdan ko'rinadiki, 2017-2021-yillar mobaynida aholi daromadlari hajmi 16 barobardan ko'proq oshgan. Keyingi yillarda banklarning kredit portfeli tarkibi tubdan o'zgarib bormoqda. Agar 2017-yilda kredit portfelining qariyb 54 foizi tashqi qarzlari evaziga shakllangan bo'lsa, 2020-yilda banklarimiz jami kredit portfelining 84 foizi ichki manbalar hisobidanshakllantirilgan. Bugungi sharoitda esa bunday ijobiy o'zgarish iqtisodiyotimizning istiqboldagi taraqqiyoti uchun g'oyat muhim ahamiyatga ega.

Auditorlik faoliyati xo'jalik yurituvchi subyektlarning faoliyati ustidan maxsus vakolat olgan davlat idoralarining nazorati o'rnini bosmaydi. Auditning asosiy «harakatlanuvchi shaxsi» auditor va auditorlik firmasidir. Auditor belgilangan tartibda auditorlik faoliyati bilan shug'ullanish huquqini olgan hamda auditorlik kasbi ro'yxatiga kiritilgan mutaxassisdir. Auditorlik firmasi yuridik va jismoniy shaxs tomonidan tuzilib, belgilangan tartibda ro'yxatdan o'tgach, ustaviga ko'ra auditorlik xizmati ko'rsatish bilan shug'ullanuvchi tashkilot. Biznes faoliyatini yetarli va aniq axborotlarsiz amalga oshirish mumkin emas. Bu axborotlar biznes uchun zarur ma'lumotlar, xabarlar majmuasidan iborat bo'ladi. Axborot ishlab chiqaruvchilar, tovarni sotuvchilar va xaridorlar o'rtasidagi aloqa shaklidir. Ishbilarmonlar asosan turli xil axborotlar statistik, moliyaviy, operativ, tashkiliy axborotlar, farmoyish tarzidagi axborot, buxgalterlik, marketing axboroti, ta'minot, xodimlar bo'yicha, ma'lumotga oid axborot va boshqa axborotlar bilan ishlaydilar. Axborotlar yana ichki va tashqi, dasturiy va me'yoriy axborotlarga bo'linadi. Ichki axborot kichik korxonalar yoki savdo tashkiloti ichki materiallaridan iborat bo'ladi hamda korxonalar faoliyati, uning texnik iqtisodiy ko'rsatkichlarini moddiy va mehnat xarajatlari hajmi, naqd pul harakati, debitorlik va kreditorlik qarzlari haqidagi ma'lumotlarni o'zida aksettiradi. Tashqi axborotlar mahsulot ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar, hokimiyat idoralari, banklar, raqobatchilar va boshqa tashkilotlar bilan bo'ladigan aloqalarni ifodalaydi. U tovarlarni sotish va xarid qilish shartlari haqidagi tashqi muhit xabarlaridan iborat bo'ladi. Foydalanish vaqti bo'yicha axborotlar operativ, davriy va uzoq muddatli, o'zgarish darajasi bo'yicha birlamchi va ikkilamchi axborotga bo'linadi.

### KORPORATSIYANI QAYTA TARKIBLASH

Portfelni tiklash tejamkorlik va kayta tarkiblash strategiyasi xaridorlari kashshoklashayotgan korxonalarda vaziyatni uzgartirish talab etilgan takdirda kullaniladi.

Tiklashning korporativ strategiyasi zararga ishlayotgan korxonalardan kutulishga emas, ularni kayta tiklashga urgu beradi. Bunday strategiyaning maksadi xaridorlarning umumiy sonini kamayishiga «katta xissa» kushayotgan korxonalarining muammolarini xal etish yuli bilan korporatsiyani soglomlashtirishdan iborat.

Tejamkorlikning korporativ strategiyasi diversiyalash mikyoslarini kiskartirish va korxonalar sonini kamaytirishga uz e'tiborini karatadi.

Ko'pchilik kompaniyalar o'z faoliyatlarini katta bo'lmagan tor ixtisosli korxonalar sifatida maxalliy va xududiy bozorlarga xizmat ko'rsatib boshlaydilar. Boshlangich bosqichda maxsulot assortimenti katta bulmaydi, o'z mablag'lari cheklangan, raqobat pozitsiyalari zaif bo'ladi. Ko'p yosh kompaniyalar bozordagi ulushini oshirib va xaridorlar e'tiborini kozona borib, odatda sotuv xajmlarini oshirishga xarakat kiladilar. Narx, sifat, xizmat kursatish va reklama xaridorlar manfaatlariga buysundiriladi.

Keyingi bosqichda geografik ekspansiya uchun imkoniyatlar axtariladi. U shunday davomiylikda kechadi: maxalliy, xududiy-milliy-xalkaro bozorlar. Bozorlarga kirib borish darajasi rentabellik darajasiga boglik ravishda o'zgarib turadi.

Kompaniya bir tarmoqning imkoniyatlaridan foydalanib, daromad olib turar ekan, diversifikatsiyani amalga oshirishning xech qanday zaruriyati yo'q. Lekin, o'sish saloxiyati qisqarib borar ekan boshqa soxalar faoliyatiga diversiya qilish strategik jixatdan o'zini oqlaydi yoki to'gri bo'ladi.

Bunday strategik imkoniyatlar turlichadir. Kompaniya turdosh tarmoq kabi o'zi uchun butunlay yangi bo'lgan tarmoqqa xam diversiya kilishi mumkin. Buni katta va katta bulmagan xajmlarda amalga oshirish mumkin.

Biznesning bir turida faoliyat kursatayotgan kompaniyalar uzok yillar diversiyasiz amal qilib xavas qilarli natijalarga erishishlari mumkin. Bunga misollar ko'p. Bir soxada kontsentratsiya - jamlanish kator foydali tashkiliy va boshkaruv ustunliklariga egadir. Birinchidan, kontsentratsiya «biz kimmiz va nima bilan shug'ullanamiz» degan savoldagi mavxumiylikni istisno kiladi. Bunda barcha kuch biznesning bir turiga yunaltiriladi va raxbariyatning xatti-xarakatlari boshka soxalarga «sochilib ketish» extimoli bo'lmaydi.

Ikkinchidan, bir soxada jamlanish jiddiy ragbatlar borligini kuzda tutadi. Ular menejerlarni bir dakikalik foyda olishga emas, firmaning tarmoqdagi raqobat pozitsiyalarini uzok kelajakda xam mustahkamlashga ragbatlantiradi.

Boshqa tomondan, bir yunalishda jamlanish, uning xarakatlarini bir tomonga yo'naltirish kompaniya uchun katta tavakkalchilik bo'lib xisoblanadi. Obrazli qilib aytganda «uning, firmaning barcha tuxumlari bir savatda bo'ladi».

Sekin o'sayotgan tarmoq sharoitida kuchli kompaniyalar diversiyani boshlash uchun nakd pul ortiqchaligidan foydalanish imkoniyatini kurib chikishlari kerak. Diversiyani boshlash masalasi kisman kompaniyaning mazkur tarmokda usish imkoniyatlariga, qisman

uning raqobat pozitsiyalariga bog'liqdir. Firma o'zining asosiy ustunliklaridan samarali foydalana oladigan soxalarga diversiya kilishi eng yaxshi strategiya bulib xisoblanadi. Lekin firma uchun butunlay yangi bo'lgan tarmoqlarga diversiyalash, turdosh tarmoqlarning birortasiga xam o'sish istikbollarini ta'minlay olmay qolgan taqdirda kuzda tutilishi kerak. Shunday kilib, «kachon diversiyalash kerak?» degan masalani xal etish, bir tomondan firmaning bozordagi rakobat pozitsiyasiga, boshqa tomondan tub tarmokdagi qolgan imkoniyatlariga bogliqdir. Kompaniyalar diversiyani amalga oshirishlarining aniq belgilangan vaqti yo'q.

Kompaniyalar uchun uzoq muddatli daromadni maksimallashtirishning ma'nosi shuki, kompaniya odatda o'z bozori doirasida narxdagi ustunlik, tabaqalashtirish va fokuslanish strategiyalari vositasida yaxshi raqobatlashadi. Ammo bu strategiyalar (sotishda va ta'minotda strategik ustunliklarga ega bulish uchun) oldinga va orqaga vertikal integratsiyani ham uz ichiga olishi mumkin. Yana bir imkoniyat kompaniya faoliyatini diversiyalashdir.

Kompaniyaning usishi va rivojlanishi odatda uchta asosiy bosqichdan iborat:

- milliy bozorda yakka biznesga ixtisoslashish;
- vertikal integratsiya, yoki asosiy biznesdagi eng kuchli pozitsiya tomon global ekspansiya;
- erkin resurslarni biznesning boshqa turiga investitsiyalash yuli bilan diversiyalash.

Bularning barchasi kompaniyaning usishiga olib keladi, ammo «diversiyalash darajasi» oshgan sari kamayuvchi qaytim «qonuni»ni nazarda tutish kerak.

Ma'lum bir nuqtadan so'ng ekstensiv diversiyalash, vertikal integratsiya va biznesning baynalminallashuvi sarflangan kapital birligiga to'gri keladigan daromadlarning kamayishiga olib keladi, chunki kompaniya birinchi navbatda eng daromadli qulay imkoniyatlarni amalga oshiradi, so'ngra eng kam daromad keltiruvchi imkoniyatlar qoladi, bu esa firmaning o'sish imkoniyatlarini cheklab qo'yadi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:**

1. Alimov R.X., Jalolov J., Akromov T., Xotamov I. Marketing boshqarish. Darslik. -T.: Adolat, 2000.
2. X. Nabiyev, A.H. Ayubjonov, S.N. Sayfullaev. Iqtisodiy statistika. Darslik. -T.: TDIU, 2011. - 324 bet
3. Pardayeva O.M. Xizmat ko'rsatish sohasida oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish va samaradorligini oshirish yo'llari. Iqtisod fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati. Samarqand, 2020 y, 60-b.;

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL VOLUME 1 ISSUE 6 UIF-2022: 8.2 | ISSN: 2181-3337

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022 — 2026 yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-sonli Farmoni.

5. В.Н. Медведева, Е.А. Дранникова, Г.А. Нарожная "ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ"  
УДК 338.24 л. 25

6. Попов Г.Ю., Медведева В.Н. Формирование стратегии развития муниципального образования // Актуальные проблемы современной науки. 2014. Т. 168. С. 168

7. Кичик саноат зоналарини барпо этиш ва ривожлантиришнинг ташкилий-иктисодий асосларини такомиллаштириш". - Т.: Иктисодиёт, 2020. - 135 б.