

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA‘LIM
VAZIRLIGI**

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

Sultonov SH.A., Kurbanova R.J., Raximov Z.K.

REAL SEKTORDA SERVIS SOHASINI TASHKIL ETISH

Oliy ta‘limning 5A230102 - Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo‘yicha)
magistratura mutaxassisliklari uchun mo‘ljallangan

O‘QUV QO‘LLANMA

SAMARQAND-2020

Sultonov SH.A., Kurbanova R.J., Raximov Z.K. Real sektorda servis sohasini tashkil etish. O'quv qo'llanma. SamISI, Samarqand, 2020. 196 bet.

Taqrizchilar:

SHaripov T.S. – SamISI “Tarmoqlar iqtisodiyoti” kafedrası kattta o'qituvchi i.f.n.

Nasimov I.X. – “Ipak yo'li” Turizm xalqaro universiteti MA/PhD Oliy maktabi bo'limi boshlig'i, PhD

Annotatsiya

O'quv qo'llanma o'quv dastur asosida bajarilgan bo'lib, unda «Real sektorda servis sohasini tashkil etishi» fani o'quv dasturining rejasiga, muvofiq asosiy materiallar keltirilgan, magistratura mutaxassisligi hisoblangan Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) bo'yicha ma'lumotlar yoritilgan. SHu bilan birga har bir mavzu bo'yicha kalitli so'zlar, Nazorat va muhokama uchun savollar berilib kurs so'nggida fan bo'yicha glossariy, testlar keltirilgan.

O'quv qo'llanma Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) mutaxassisligi magistratura va bakalavriatura talabalariga, hamda shu soha mutaxassislariga, ilmiy tadqiqotchilar va doktorlik dissertatsiyasini bajarayotganlarga mo'ljallangan.

© Sultonov SH.A., Kurbanova R.J., Raximov Z.K. SamISI, Samarqand-2020.

M U N D A R I J A

	Kirish	5
I-bob	REAL SEKTORDA SERVIS SOHASINI TASHKIL ETISH XUSUSIYATLARI, MAQSADI VA VAZIFALARI.....	6
1.1	Real sektorning raqamli iqtisodiyotdagi o‘rni, ahamiyati va vazifalari.....	6
1.2	Servis sohasininig iqtisodiy mohiyati va xususiyatlari.....	13
1.3	Real sektorda servis sohasini tashkil etish xususiyatlari.....	17
II-bob	Real sektorda ishlab chiqarish jarayoni.....	23
2.1	Real sektorda ishlab chiqarish jarayoni, omillari va tarkibi.....	23
2.2	Real sektorda ishlab chiqarish salohiyatidan foydalanish va prognozlash.....	27
III-bob	Real sektorda tadbirkorlik va kichik biznes faoliyatini tashkil etish.....	38
3.1	Real sektorda tadbirkorlik va kichik biznes faoliyatini tashkil etishning mohiyati va ahamiyati.....	38
3.2	Real sektorda tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari.....	42
IV-bob	Real sektorda asosiy turdagi servis xizmatlarning tasnifi va tavsifi.....	49
4.1	Uy joy kommunal servis xizmat ko‘rsatishning turlari va shakllari.....	50
4.2	Qurilish tarmog‘ida servis xizmat ko‘rsatishning turlari va shakllari.....	53
4.3	Avtotransport tarmog‘ida servis xizmat ko‘rsatishning turlari va shakllari.....	56
4.4	Savdo servis xizmat ko‘rsatishning turlari va shakllari.....	71
4.5	Umumiy ovqatlanish korxonalarida servis xizmat ko‘rsatishning turlari va shakllari.....	76
V-bob	Real sektorda servis tizimi xizmatlarinig sifati va samaradorligi.....	96
5.1	Real sektorda servis tizimi xizmatlarining sifati.....	96
5.2	Real sektorda xizmat ko‘rsatish sifati ko‘rsatkichlari tizimini takomillashtirish.....	115
5.3	Servis korxona va tashkilotlarda ishlab chiqarishni hamda marketing xizmatlarini rejalashtirish.....	126
5.4	Real sektordagi servis korxonalarida mehnatning mohiyati, mehnat munosabatlari.....	141
VI-bob	Real sektordagi xizmat ko‘rsatish korxonalari daromadlari, xarajatlari va foydasi.....	155
6.1	Real sektordagi xizmat ko‘rsatish korxonalari daromadlari....	155
6.2	Real sektordagi xizmat ko‘rsatish korxonalari xarajatlari va	161

	foydasi.....	
6.3	Servis sohasi samaradorligini real sektor rivojiga ta'siri...	174
	Glossariy.....	182
	Adabiyotlar ro'yxati.....	212

Kirish

Jahonda rivojlangan mamlakatlar tajribasiga ko'ra xizmat ko'rsatish korxonalariga bo'lgan talabning ortishi va bu sohaning samarali rivojlanishi uchun yangi yondashuvlarni, shakl va usullarni izlash va joriy etish servis korxonalarini rivojlantirishning asosiy omillaridan biri hisoblanadi. Bu sohada Germaniya, YAponiya, Rossiya, Koreya Respublikasi servis korxonalarini modernizatsiyalash orqali mehnat, moddiy va xomashyo resurslaridan samarali foydalanishiga, hamda ularda xizmat ko'rsatish samaradorligini oshishiga keskin ta'sir ko'rsatgan. Servis korxonalarini yangi imkoniyatlarga va qiyinchiliklarga mos ravishda modernizatsiya qilish va ularda xizmat ko'rsatishni yaxshilash orqali raqobatbardoshlikni oshishi bilan izohlanadi.

Mustaqillik yillarida mamlakatimizda servis korxonalarida ko'rsatilayotgan xizmatlar tadbirkorlikning muhim faoliyati hisoblanib, bu bilan ko'pgina tashkilotlar va yakka tadbirkorlar shug'ullanmokedalar. Servis korxonalarining rivojlantirilishi insonlarning turli xildagi ehtiyojlarini qondirish vazifasini bajaradi.

Real sektor tarmoqlarini jadal sur'atlar bilan rivojlantirish, korxonalarda istiqbolli loyihalarni amalga oshirish orqali yangi zamonaviy texnika, dastgoh va uskunalar, texnologiya va nou xaularni joriy etish eng avvalo samarali iqtisodiy faoliyatni tashkil etishni va to'g'ri yo'naltirilgan sanoat siyosatini olib borishni taqozo etadi. Korxonaning barcha ichki imkoniyatlaridan to'la foydalanish orqali real sektor tarmoqlarini kengroq rivojlantirishlari asosiy vazifa hisoblanadi.

I-bob. REAL SEKTORDA SERVIS SOHASINI TASHKIL ETISH XUSUSIYATLARI, MAQSADI VA VAZIFALARI

1. Real sektorning raqamli iqtisodiyotdagi o'рни, ahamiyati va vazifalari
2. Servis sohasininig iqtisodiy mohiyati va xususiyatlari
3. Real sektorda servis sohasini tashkil etish xususiyatlari

1.1-mavzu. Real sektorning raqamli iqtisodiyotdagi o'рни, ahamiyati va vazifalari

Ma'lumki, xizmat ko'rsatish korxonalariga: umumiy ovqatlanish (restoranlar, oshxonalar, kafe, barlar va h.k.), mehmonxona (otellar, motellar, xostellar va h.k.), savdo (do'konlar, magazinlar, mini-, super- va gipermarketlar) va boshqa iste'molchilarning ehtiyojini qondiruvchi korxonalar kiradi. Xizmatlar sohasining 2019 yildagi YAIMdagi ulushi 35,5 foiz, shundan alohida iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha xizmatlar va boshqa turdagi xizmatlar ulushi – 20,9 foiz, tashish va saqlash, axborotlashtirish va aloqa -7,7 foiz, savdo, yashash va ovqatlanish xizmatlari - 6,9 foizni tashkil etadi¹.

2020 yil pandemiya sharoitida uzluksiz davom etgan karantin natijasida ko'plab korxonalar katta zararga uchradilar va xodimlarini ishdan bo'shatishga majbur bo'ldilar. Lekin, shunday sharoitda ham o'z ish faoliyatlarini an'anaviy usuldan “online” usuliga o'zgartirib, korxonadagi mavjud elektron resurslarni ishga solgan holda qisman bo'lsa ham, o'z ish faoliyatlarini to'xtatmaganlar ham bo'ldi. Bunda, ular aholining turar yoki xohishi bo'yicha ko'rsatilgan manzilga: ovqatlanish mahsulotlarini, tayyor taomlarni va boshqa xizmatlarni oldindan buyurtma asosida xizmat ko'rsatishni davom ettirdilar. Lekin, bunda ham korxona ehtiyojlari uchun zarur bo'lgan mahsulotlarni olish qiyin bo'ldi. Xuddi shunday, tashqi aloqalarning sustligi, xizmatlar infrastrukturasining etarli darajada rivojlanmaganligi sababli hozirgi vaqtda korxonani asosiy fondlarini sotish yoki ijaraga berishda to'siqlarga uchrayaptilar. Bunda, korxonalar haqidagi ma'lumotlar bankining yo'qligi, bu jarayonni samarasizlikka olib bormoqda. Fikrimizcha,

¹ <https://stat.uz/uploads/doklad/2019/yanvar-dekabr/uz/1.pdf>

buning asosiy echimi barcha korxonalarni raqamli iqtisodiyotga o'tkazish kerak. Prezidentimiz aytganidek: «...Taraqqiyotga erishish uchun raqamli bilimlar va zamonaviy axborot texnologiyalarini egallashimiz zarur va shart. Bu bizga yuksalishning eng qisqa yo'ldan borish imkoniyatini beradi...

...qanchalik qiyin bo'lmasin, bu ishga bugun kirishmasak, qachon kirishamiz?! Ertaga juda kech bo'ladi. SHu bois, raqamli iqtisodiyotga faol o'tish – kelgusi 5 yildagi eng ustuvor vazifalarimizdan biri bo'ladi...

...Birinci navbatda, qurilish, energetika, qishloq va suv xo'jaligi, transport, geologiya, kadastr, sog'liqni saqlash, ta'lim, arxiv sohalarini to'liq raqamlashtiriladi. SHuningdek, "Elektron hukumat" tizimi...»² kompleks hal etiladi. Lekin bu degani, boshqalar qarab o'tirishi kerak degani emas, hozirdan boshlab mavjud resurslardan foydalanilgan holda raqamli iqtisodiyotga bosqichma-bosqich o'tishni boshlashlari kerak.

Xizmatlar sohasini raqamlashtirish usullari bo'yicha takliflar Gulyamov S.S.³, Gribanov YU.I.^{4,5}larning ishlarida, iqtisodiyotning sohalarini raqamlashtirish va uni korxonalar raqobatbardoshligiga Skrug V.S.⁶, Babkin A.V.⁷ va boshqalarning tadqiqotlarida keltirilgan.

Raqamli iqtisodiyot – bu, jamiyat ne'matlarini ishlab chiqarish, taqsimlash va iste'mol qilish jarayonlarida elektron hamda axborot kommunikatsion texnologiyalarini keng joriy etishni ko'zda tutadigan insonning xo'jalik faoliyatini tadqiq etadi⁸. Raqamli iqtisodiyot atamasi ikki xil turli tushunchalarni ifodalash uchun ishlatiladi.

²Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга мурожатномаси “Зарафшон” газетаси, 2020 йил 25 январь.10-11-сон, 4- саҳифа.

³ Гулямов С.С. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalari. T.: Iqtisod Molia , 2019. 396 b

⁴ Грибанов Ю.И. Методология развития экономики, промышленности и сферы услуг в условиях цифровизации: коллективная монография / Ю.И. Грибанов, под ред. А.В. Бабкина. СПб.: Политех-Пресс, 2018. С. 48-90.

⁵ Грибанов Ю.И. Основные модели создания отраслевых цифровых платформ / Ю.И. Грибанов // Вопросы инновационной экономики. - 2018. - Том 8. № 2. - С.223-234. – 1,1 п.л

⁶ .Скруг В.С. Трансформация промышленности в цифровой экономике: проблемы и перспективы // Креативная экономика. – 2018. – Том 12. – № 7. – С. 943-952. doi: 10.18334/ce.12.7.39208

⁷Бабкин А.В., Чистякова О.В. Цифровая экономика и ее влияние на конкурентоспособность предпринимательских структур // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. – № 24. – С. 40874102. doi: 10.18334/rp.18.24.38670

⁸ Гулямов С.С. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalari. T.: Iqtisod Molia , 2019. 396 b

Birinchidan, raqamli iqtisodiyot – bu, rivojlanishning zamonaviy bosqichi hisoblanib, u ijodiy mehnat va axborot ne'matlarining ustuvor o'rnini bilan tavsiflanadi.

Ikkinchidan, raqamli iqtisodiyot – bu, o'ziga hos nazariya bo'lib, uning o'rganish ob'ekti, axborotlashgan jamiyat hisoblanadi

“Raqamli iqtisodiyot” atamasi ilmiy amaliyotga ispaniyalik va amerikalik sotsiolog, axborotlashgan jamiyatning etakchi tadqiqotchisi Manuel Kastels tomonidan kiritilgan. Bu borada u o'zining “Axborot davri: iqtisod, jamiyat va madaniyat” nomli uch jildli monografiyasini chop etgan. Hozirgi vaqtga kelib, raqamli iqtisodiyot nazariyasi to'laligicha hali shakllanmagan va ko'pchilik iqtisodchilar tomonidan keng miqyosda o'rganilmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoev 2018 yilning 3 iyulida «O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bo'yicha chora-tadbirlar to'g'risida»gi PQ-3832 son qarorni imzoladi. Qarorda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bo'yicha eng muhim vazifalar belgilab berilgan. U xoh istiqbolda «raqamli» (elektron) iqtisodiyot og'ir jismoniy mehnatga mahkum odamlarning erkinlik haqidagi ko'p asrlik orzularini ro'yobga chiqirishga qodir bo'lgan vositaga aylanishi mumkin. Ko'pchilik insonlarga ijod, fan (ham fundamental, ham amaliy) va san'at uchun keng imkoniyatlar ochiladi. Raqamli inqilob qaysidir tarmoqlar va mamlakatlarga ilgariroq va kuchliroq, boshqalarga esa kechroq va kamroq kirib keladi. Servis hizmatlari, media va ko'nilocharliklar birinchi bo'lib, ulardan keyin esa telekommunikatsiya kompaniyalari va banklar raqamlashtirishga muhtalo bo'ladi. Lekin tahlilchilarning umumiy fikrlari va kompaniyalar menejerlari orasida o'tkazilgan so'rov natijalariga asosan, raqamlashtirish u yoki bu darajada hammamizga hamdaxl qiladi

Hozirgi kunda dunyoda raqamli iqtisodiyot hodisasini umumiy bir tushunish mavjud emas, shunday bo'lsada, uning ko'plab ta'riflari mavjud. Raqamli iqtisodiyot – jarayonlarni tahlil qilish natijalaridan foydalanish va katta hajmdagi ma'lumotlarni qayta ishlash asosida turli xildagi ishlab chiqarishlar, texnologiyalar, asbob-uskunalar, tovarlar va hizmatlarni saqlash, sotish va etkazib

berish samaradorligini jiddiy ravishda oshirishga imkon beradigan va raqamli ko‘rinishdagi ma’lumotlar asosiy ishlab chiqarish omili deb sanalgan xo‘jalik faoliyatidir.

Raqamli iqtisodiyot – bu, axborot, jumladan, shaxsiy axborotdan foydalanish hisobiga barcha qatnashchilarning ehtiyojlarini maksimal darajada qondirishuning o‘ziga xos xususiyati bo‘lgan iqtisodiyotdir.

Milliy iqtisodiyotni dunyo bozorida o‘z o‘rnini topishi, ya’ni «darchani» egallashi uchun uning raqobatdoshlik darajasi doimiy ravishda o‘sib borishi lozim. Ushbu maqsadlarga erishish uchun milliy iqtisodiyotni barcha sohalarida texnik va texnologik yangilanish amalga oshirilishi kerak. Bu borada fan va texnika yutuqlari, ishlab chiqarishni boshqaruvining (menejment) yangi usullarini doimiy ravishda joriy etish orqaligina erishish mumkin.

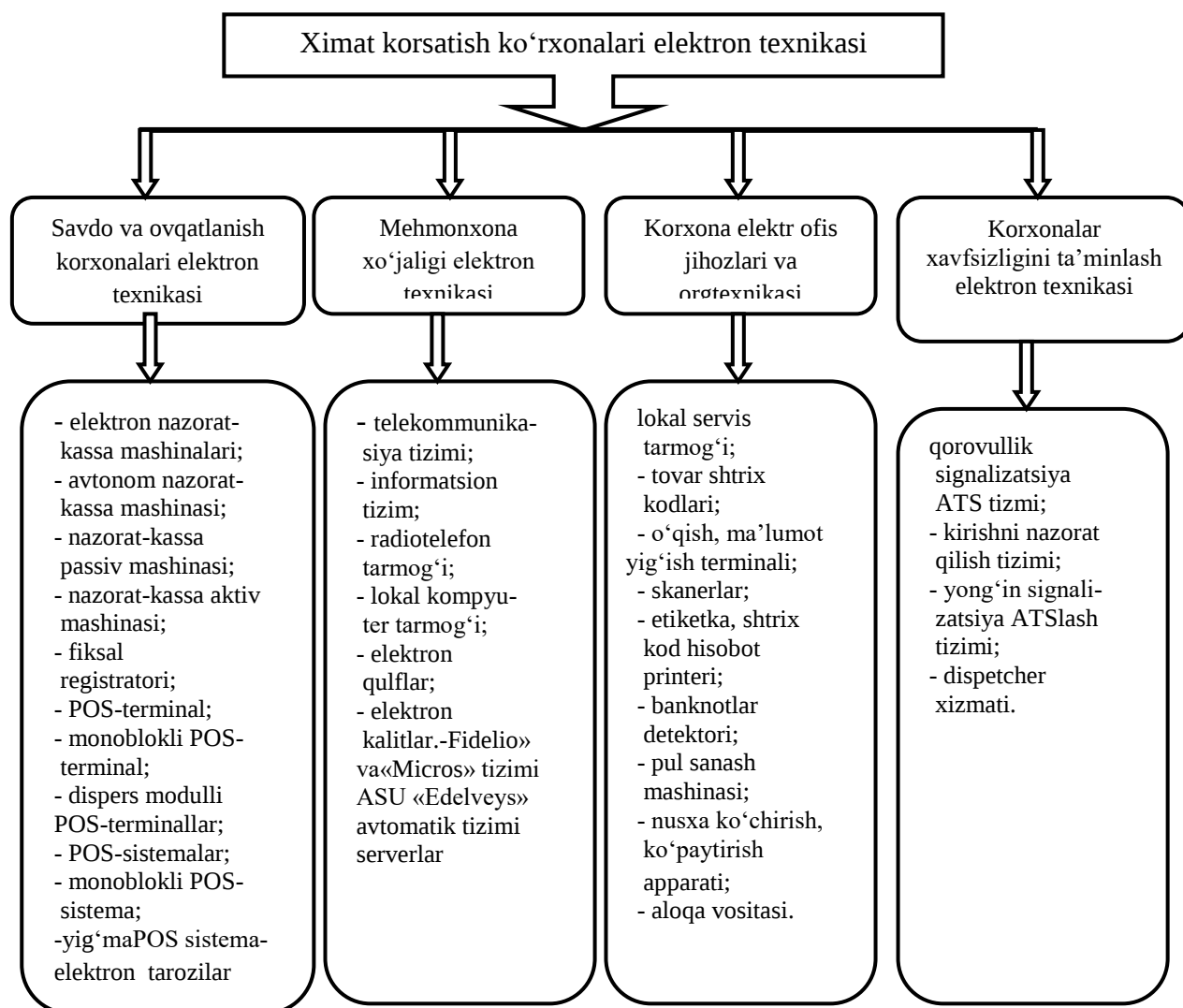
Hozirgi kunda dunyoda raqamli iqtisodiyotning bir yakunga kelingan ta’rifi mavjud bo‘lmasada,^{9,10} uning raqamli texnologiyalar va tegishli mahsulotlar va xizmatlarni yaratish, tarqatish va ulardan foydalanish bo‘yicha faoliyat¹¹ ekanligini inobatga olib, xizmat ko‘rsatish korxonalarini raqamlashtirish deganda (ma’lumotni elektron shaklda to‘plash, saqlash, qayta ishlash, uzatish va taqdim etish¹² jarayonlari) birinchi o‘rinda korxonaning ma’lumotlarini generatsiyalash nazarda tutiladi.

⁹Волошин, А.В. Обзор подходов к определению сущности цифровой экономики/Экономический механизм как инструмент повышения эффективности деятельности предприятий: сб. науч. статей / ФГАОУ «Сибирский федеральный университет», 2019г.-342 с.

¹⁰Головенчик Г. Теоретические подходы к определению понятия цифровая экономика //Наука и инновации. 2019. №1. С. 54 - 59. <https://doi.org/10.29235/1818-9857-2019-1-54-59>

¹¹<https://investruture.ru/edu/artices/tsifrovaya-ekonomika-v-rossii>

¹² Абдрахманова Г. И. , Вишневский К. О. , Гохберг Л. М. и др. ; науч. Ред Гохберг. Л. М. ; Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение. Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. — 82, [2] с. — 250 экз.



1.1- rasm. Xizmatlar ko'rsatish korxonalari elektron texnikasi tasnifi

Generatsiyalash jarayonida korxonadagi faoliyat jarayonlari haqidagi ma'lumotlar raqamlashtiriladi yoki raqam shakliga keltiriladi. Buning uchun, korxonadagi mavjud elektron texnikadan (ularning tasnifi 1.1-rasmda keltirilgan) foydalanish maqsadga muvofiqdir.

Iqtisodiy atamalarda iqtisodiyotni real sektoriga turlicha ta'rif beriladi va quyida biz ularni bir nechta bilan tanishamiz:

1. Iqtisodiyotni real sektori (IRS) (inglizcha - Real sektor of economy) - iqtisodiy va qonuniy belgilangan iqtisodiy atama hisoblanadi va noma'lum hududdagi faoliyati mahsulot ishlab chiqarishga yo'naltirilgan kichik, o'rta va yirik (industrial) korxonalarni birlashtiradigan iqtisodiyot sohasidir.

2. Iqtisodiyot sektori – bu, iqtisodiyotni yirik tarkibiy qismini bo‘lib, u turli ishlab chiqarish sohalarini o‘xshash tavsiflar, iqtisodiy maqsadlar, funksiyalari orqali birlashtiradi va nazariy hamda amaliy jihatdan iqtisodiyotning boshqa qismlaridan farq qiladi.

3. Iqtisodiyotni real sektori – bu, iqtisodiyotni material-buyum mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi, nomaterial boylikni yaratuvchi va xizmat ko‘rsatish sohalarini o‘z ichiga oladigan soha. Real sektorga moliya-kredit birja faoliyati kirmaydi.

4. Iqtisodiyotni real sektori kapitalni spekulativ harakatini istisno qilgan holda iqtisodiyotni tuzilmaviy qayta qurish va iqtisodiy o‘sish jarayonlarini birlashtiradigan soha.

5. Iqtisodiyotni real sektori – bu, iqtisodiyotni muhim sektori bo‘lib, to‘g‘ridan-to‘g‘ri mahsulot ishlab chiqarish, daromad olish va byudjet daromadlari tushurnini ta‘minlaydi. Ishlab chiqarish, mahsulot ishlab chiqarish sohasi uning iqtisodiy atama sinonimlari hisoblanadi.

Iqtisodiyotda real sektorni samarali faoliyat yuritishida moliyaviy sektor muhim o‘rin egallaydi.

Moliyaviy sektor – bu, qarz olish va uni qaytarish bilan bog‘liq bo‘lgan amaliyotni ijro qiladigan vositalar va institutlar to‘plarnidir. Moliyaviy tizim mulk egaligini kapitaldan ajratish imkoniyatini beradi. Moliyaviy sektorga banklar, sug‘urta kompaniyalari, fond birjalari, moliyaviy investitsion kompaniyalar, lombardlar va boshqa moliyaviy institutlar kiritiladi. Real sektorda YAIMni asosiy qismi yaratiladi va uning moddiy ishlab chiqaruvchi eng muhim tarkibiy qismi sanoat va qishloq xo‘jaligi hisoblanadi. Moddiy ishlab chiqarish sohasida iqtisodiy resurslar qayta ishlanilib, moddiy ne‘matlar va iste‘mol tovarlari yaratiladi. Ularning rivojlanishi aholi daromadlarini oshishi, turmush farovonligini o‘sishi uchun imkoniyat yaratib, ta‘lim, tibbiyot, madaniyat sohalari rivoji uchun moliyaviy-moddiy asos yaratadi. Iqtisodiyotni barqaror rivojlanishi mamlakatda moddiy ishlab chiqarish sohalari uchun yaratilgan huquqiy-me‘riy sharoit bilan uzviy bog‘liqdir. CHet el va ichki investitsiyalarni jalb etish uchun investorlarga

huquqiy kafolat berilishi va uni davlat tomonidan kafolanlanishi lozim. Real sektor rivojiga ishlab chiqarish kuchlarining rivojlanish darajasi, ilmiy-texnik taraqqiyot darajasi, pul-kredit tizimi holati, soliq-byudjet tizimi, davlatning investitsion siyosati, mamlakatning to'lov qobiliyati holati ta'sir qiladi. Real sektor rivojini, natijada iqtisodiy o'sishni moddiy ishlab chiqarishni texnik va texnologik yangilashga yo'naltirilgan to'g'ridan-to'g'ri kapital qo'yilmalar miqdori hamda innovatsiyalar ta'minlaydi.

Iqtisodiyotni real sektoriga moddiy va nomoddiy boyliklar yaratish sohalari hamda xizmat ko'rsatish sektorlari kiradi. Iqtisodiy rivojlanish natijasida ishlab chiqarish sohalarida tuzilmaviy va tarkibiy o'zgarishlar yuz beradi. Masalan, XX asrning 2-yarmidan boshlab fan va texnika rivojlanishi, mehnat unumdorligini keskin oshishi natijasida real sektorni tuzilmaviy tarkibida moddiy ishlab chiqarish sohalari bilan xizmat ko'rsatish sohalari o'rtasidagi nisbat o'zgardi. Iqtisodiy rivojlangan, hozirda «informatsion, postindustrial» deb nomlanuvchi davlatlarda xizmat ko'rsatish sektorida ish o'rinlari soni keskin ko'payib, moddiy ishlab chiqarish sohasiga nisbatan deyarli 2 marta ko'pdir. SHu bilan birga, qishloq xo'jaligi, qazib olish sohalaridagi ish o'rinlari mutlaq va nisbiy kamaydi. Qayta ishlash sohalaridagi bandlik ham qisqarmoqda.

Fan va texnika sohalarini rivojlanishi, iqtisodiyotni informatizatsiya qilish, bio-, nonatexnologiyalarni tezkor rivojlanishi natijasida real sektorda yangi sohalar yaratildi. Bugungi kunda real sektor iqtisodiyotini o'rganish masalasi davlatning milliy iqtisodiyotni boshqarish siyosatini takomillashtirish va uni tartibga solishda muhim bir omillardan biri bo'lib hisoblanadi. Real sektor iqtisodiyoti jarayonining mohiyatini, milliy iqtisodiyotning tarmoqlari rivoji istiqbolini belgilashni o'rganish va uni hayotga tatbiq qilish kelajakda mamlakatni barqaror rivojlanishini ta'minlash imkoniyatini beradi.

Real sektor iqtisodiyotining asosiy maqsadi – iqtisodiyot real sektorining istiqbolli ko'rsatkichlari va ma'lumotlarining haqqoniyligini ta'minlash, milliy iqtisodiyotimizda faoliyat yuritayotgan xo'jalik yurituvchi sub'ektlar faoliyatini

iqtisodiy jihatdan tahlil qilish hamda uning istiqbolini belgilash bo'yicha amaliy tavsiyalar berish kabilarni qamrab oladi.

Uning vazifasi esa milliy iqtisodiyotning real sektoridagi tarmoq va sohalar faoliyatini tashkil qilishning iqtisodiy hamda nazariy asoslari; real sektor iqtisodiyotining xo'jalik yurituvchi subektlari bo'yicha tarkibiy tuzilmasi, milliy iqtisodiyotdagi tarmoq va sohalar faoliyatining istiqbolini belgilash bo'yicha ko'rsatkichlardan foydalanishning haqidagi nazariy-amaliy bilimlarni o'rgatishdan iborat.

Real sektorning tarkibiy tuzilishi ijtimoiy mehnat taqsimoti rivojining natijasi hisoblanadi. Alohida mamlakat miqyosida qaraganda mulkchilikning turli shakllariga asoslangan mehnat real sektor taqsimoti orqali o'zaro bog'langan iqtisodiy tarmoqlar, xizmat ko'rsatish sohalaridan iborat iqtisodiy tuzilmalardan tashkil topadi.

1.2-mavzu. Servis sohasining iqtisodiy mohiyati va xususiyatlari

“Harakatlar strategiyasining maqsadi olib borilayotgan islohotlar samaradorligini tubdan oshirishdan, davlat va jamiyatning har tomonlama va jadal rivojlanishini ta'minlash uchun shart-sharoitlar yaratishdan, mamlakatni modernizatsiyalash va hayotning barcha sohalarini erkinlashtirishdan iboratdir.”¹³

Xizmat ko'rsatish va servisning mustaqillik davridagi evolyusiyasini tahlil etgan holda quyidagi to'rt asosiy rivojlanish bosqichlarga bo'lishni tavsiya qilamiz:

I – bosqich (1991-1997y)	Xizmat tizimini isloh qilish, mafkuradan xoli bo'lishi,erkinlik berish,ko'p ukkladli iqtisodiyotga o'tish
II – bosqich (1997-2006 y)	Xizmat ko'rsatish, servis tizimini rivojlantirish uchun huquqiy, ijtimoiy va iqtisodiy sharoit yaratish

¹³ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги —Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар Стратегияси тўғрисидаги ПФ-4947-сон Фармони // Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й. 6-сон

III– bosqich (2006 - 2017y)	Mamlakatni ijtimoiy iqtisodiy rivoj-lantirish istiqbollariga xizmat ko‘rsa-tish, servis tizimini takomillashtirish va yanada rivojlantirish
IV – bosqich 2017 yildan hozirgi kunga qadar	Mamlakatni ijtimoiy iqtisodiy strategik rivojlantirishda xizmat ko‘rsatish, servis tizimini beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasi bo‘yicha modernizatsiya va diversifikatsiya qilish hisobidan raqobatbardoshligini oshirish

Ma’lumki, korxonalarning servislashtirilishi orqali aholini va tadbirkorlarning pul mablag‘larining va moliyaviy ahvollarining yuksalishini ta’minlash, ularga qulay shart-sharoit yaratilishi ham, o‘z o‘rnida ijtimoiy-himoyalash hisoblanadi. O‘zbekistonda xizmat ko‘rsatish, servisning bosqichma-bosqich jadal sur’atlarda o‘rishini ko‘rib chiqar ekanmiz, rivojlanish bosqichlaridagi kamchiliklar yoki uning keyingi jadal sur’atlarda rivojlanishi uchun o‘z echimini kutib turuvchi muammolarni yoritib o‘tishimiz lozim deb hisoblaymiz. Ularga:

- sohaning huquqiy bazasini to‘la ta’minlash uchun: xizmat ko‘rsatish va servis to‘g‘risida qonun; savdo to‘g‘risidagi qonun; aholini va turistlarni ovqatlantirish to‘g‘risida qonun; xizmat ko‘rsatuvchi kodeksi; korxonalarni servislashtirish talab-me’yorlari ishlab chiqish va amaliyotga tadbiq etish zarur;

- xizmat ko‘rsatish va servisni rivojlantirishda ularning faoliyatida milliy qadriyatlarni singdirilishi, tiklanishi lozim (ayniqsa, mehmondorchilik, ma’naviy ahloq, odob, ma’rifat, muomalada mulozamat, hayo, andishalik, vazminlik, sabr-toqat, kattalarga xurmat, kichiklarga izzat, makon va ona yurtga e’tibor, elatlarga xos urf-odatlar, rasm-rusm, marosimlarni ko‘rsata bilish va x.k).

- sohaning rivojlanishida raqobatbardoshlikni rivojlantirish, xizmatlar sifatini iste’molchi talabiga mos keltirish muammosini hal qilish hamda xizmat

ko'rsatish shakl va usullarini, xizmat ko'rsatish, servis texnik-texnologiyasini taraqqiy ettirish bilan iste'molchilarning o'sib borayotgan ehtiyojlarni qondirishga intilish lozim.

Jamiyatda har doim servis faoliyatini rivojlantirish hamda qabul qilingan qadriyatlar tizimi (qonunlar, an'analar, ma'naviyat) va davlat hokimiyati tizimi bilan chuqur aloqalar mavjud bo'lgan.

Servis xizmatlari, ehtiyojlar va ijtimoiy xayotning boshqa holatlari bilan o'zaro aloqalarini quyidagicha umumlashtirish mumkin

Servis faoliyatining rivojlanishiga ta'sir qiluvchi omillar:

1. Insonning tabiat va jamiyat tomonidan shakllantirilgan qirralari;
2. Iqtisodiyotning rivojlanish darajasi va xo'jalik tizimi;
3. Mavjud jamiyatda shakllangan ma'naviyat va madaniy an'analar;
4. Ijtimoiy strukturalar: davlat, siyosiy partiyalar.

Inson uchun u yoki bu turdagi servis faoliyatining ahamiyati shunga bog'liqki, u qaysi ehtiyojlarni muhim deb hisoblaydi va uni birinchi navbatda qondirishga xarakat qiladi.

Biologik ehtiyojlardan tashqari ijtimoiy ehtiyojlar ham mavjud bo'lib, ular ta'lim va ma'daniyatning rivojlanishi, mehnat jarayonlari, texnik moslamalardan foydalanish, san'at va boshqa turdagi barcha inson faoliyatiga bog'liq bo'ladi. Har qanday ijtimoiy ehtiyojlarda ularga qo'shilgan biologik komponentlar aks ettiriladi. Ularni ushbu ehtiyojlarni qondirish bo'yicha xizmatlar ko'rsatishda inobatga olish zarur. Jumladan, ta'lim, ma'daniyat, transport, kompyuter texnologiyalari sohasi bo'yicha servis xizmatlarini amalga oshirishda umumiy qoidaga rioya qilish lozim: - Ushbu xizmatlardan foydalanish inson organizmiga tushadigan jismoniy va psixologik og'irlikning mumkin bo'lgan darajasidan ortmasligi lozim. Ushbu daraja organizmning biologik tabiatiga bog'liq va yosh bilan o'zgaradi.

Ruhshunoslar, sotsiologlar va faylasuflar ehtiyojlarning umumiy tasnifini berishga ko'p harakat qilishdilar. Ushbu tasniflarning har biri ehtiyojlarni

qondirishga yo'naltirilgan servis faoliyatini tasniflashtirish uchun asos bo'lib hisoblanadi. Ehtiyojlar jumlasiga quyidagilarni keltirish mumkin:

- moddiy va ma'naviy;
- afzalroq ijtimoiy va afzalroq biologik;
- ijtimoiy maqullanadigan va ijtimoiy maqullanmaydigan;
- birinchi darajadagi muhim va ikkinchi darajadagi.

Ushbu tasniflashtirish Amerikalik ruhshunos A.Maslouning "Mashxur ehtiyojlar ierarxiyasi" nazariyasida umumlashtirilgan. Maslou ularni bazis ehtiyojlar (oziq-ovqatlar, xavfsizlik va boshqa turdagi ehtiyojlar) va metaehtiyojlar (haqqoniylik, faravonlik, tartib)ga bo'ldi. Insonning bazis ehtiyojlari doimiydir, qolganlari esa o'zgarib turadi. Ehtiyojlar ierarxiyasi zina shaklida bo'ladi va besh pog'onadan iboratdir:

- fiziologik ehtiyojlar;
- xavfsizlik va xotirjamlikka ehtiyojlar;
- sevgiga ehtiyoj;
- hurmatga ehtiyoj;
- o'z o'rnini topishga ehtiyoj.

Servis faoliyatining amaliyotida ehtiyojlar o'zgarishining qonuniyatlari ko'zga tashlanmoqda. Xayot darajasi past davlatlarda oddiy va dastlabki ehtiyojlarga talab ko'pligi ko'zga tashlanadi. Xayot darajasining oshishi bilan nafaqat kundalik ehtiyojlar, balki qiyin ehtiyojlarga ham talab oshib boradi. Xizmatlar sifatiga ham talablar oshib boradi. Undan tashqari bir jamiyatda aholining turli qatlamlari, o'zlarining daromad miqdoriga qarab, turli xildagi servis xizmatlariga talab qo'yishadilar. Hayot darajasida qanchalik farq bo'lsa, baho va sifat bilan farqlanadigan xizmatlarga talab doirasi ko'payib boradi.

YUqorida qayd qilinganlardan xulosa qiladigan bo'lsak, inson ehtiyojlarining rivojlanish strukturasi va qonuniyatlari bevosita servis faoliyatining rivojlanishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. SHu bilan birga servis bo'yicha mutaxassislar oldida ehtiyojlar tizimiga teskari ta'sir ko'rsatish imkoniyati mavjud. YA'ni ayrim doiralarda uni maqsadli ravishda shakllantirish va o'zgartirish

mumkin. Hozirgi dunyodagi insonning manfaatlari va ehtiyojlari sohasidagi bunday o'zgarishlar maxsus usullar va texnik vositalar yordamida amalga oshiriladi. Ular jumlasiga marketing tadqiqotlari, reklama, davlat tomonidan tartibga solish, shuningdek madaniy an'analarga ta'sir ko'rsatish, diniy va boshqa jamoat tashkilotlari faoliyatlari orqali amalga oshiriladi.

1.3-mavzu.Real sektorda servis sohasini tashkil etish xususiyatlari

Hozirgi vaqtda iqtisodiy tizim juda keng soha sifatida namoyon bo'lib kelmoqda. Ko'pgina tadqiqotchilar va mualliflar ikki asosiy eng muhim sektorlarni ajratib ko'rsatishmoqda:bu iqtisodiyotning real va moliyaviy sektoridir. Real sektor bu tizimli ta'limotdir. Uning ichiga birdaniga bir nechta iqtisodiy sohalar kiradiki, har biri moddiy va nomoddiy maxsulotlar,xizmat ko'rsatish,servis bilan shug'ullanadi. YA'ni, real sektor nafaqat moddiy va tovarlarni ishlab chiqarish bilan,balki to'g'ridan to'g'ri xizmat ko'ratish, servisni ham anglatishi lozimdir.

Servis faoliyatida idel va real xizmat tushunchalari mavjud.

Ideal xizmat – bu, xizmat ko'rsatishning u yoki bu turidagi abstrakt, nazariy modeldir. U o'z ichiga aholiga xizmat ko'rsatish qoidalari, sifat standartlari va xizmat ko'rsatish texnologiyalarini oladi.

Real xizmat – bu, iste'molchining talablarini qondirishga yo'naltirilgan aniq moddiy harakatlardir. Ushbu xizmatlar bajaruvchilar, iste'molchilar, ularni ko'rsatishning aniq sharoitlariga qarab yakka holatda tartiblashtiriladi.

Hozirgi kunda servis tashkilotlari moddiy va ijtimoiy-madaniy xizmatlarni amalga oshiradilar.

Moddiy xizmat ko'rsatish deganda, insonlarning moddiy talablarini qondiruvchi xizmatlar tushiniladi. Ushbu xizmatlar mahsulotlarning iste'mol qiymatini qayta tiklaydi (o'zgartiradi, saqlaydi) yoki iste'molchilar buyurtmalariga binoan yangi mahsulotlar ishlab chiqaradi, iste'mol uchun shart - sharoitlarni yaratib beradi.

Jumladan, moddiy xizmatlarga maishiy xizmatlar (mahsulotlar, bino va qurilmalarni ta'mirlash va texnik xizmat ko'rsatish bo'yicha xizmatlar,

sartaroshxona xizmatlari, foto xizmatlar), turar joy-kommunal xizmatlar, ommaviy ovqatlanish xizmatlari, transport xizmatlari, qishloq xo'jalik xizmatlari va boshqalar kiradi.

Ijtimoiy-madaniy xizmat ko'rsatish deganda insonlarning ma'naviy, intellektual talablarini qondiruvchi va ularning normal hayot faoliyatini qo'llab quvvatlashga mo'ljallangan xizmatlar majmuasi tushuniladi. Ushbu turdagi xizmatlar sog'liqni saqlash va uni tiklash, shaxsning ma'naviy va jismoniy rivojlanishini va uning professional tajribasini oshirishga qaratilgan. Ijtimoiy-madaniy xizmatlar tarkibiga, tibbiy xizmatlar, turizm, madaniy va ta'lim xizmatlari kiradi.

Ko'rsatilgan moddiy xizmatlarning natijasi bo'lib, bajarilgan ish yoki mahsulot hisoblanadi. Ijtimoiy-madaniy xizmatlar natijasi moddiy shaklga ega bo'lmaydi. Masalan turistik va ekskursiya xizmatlari natijalari mahsulot yaratish jarayonidan farq qiladi.

Real sektorda moddiy va ijtimoiy-madaniy xizmatlar bir birini doimiy ravishda to'ldiruvchi hisoblanadi. Ko'pchilik holatlarda tovarlarni xarid qilishga xizmatlarni iste'mol qilish hamroh bo'ladi. Masalan umumiy ovqatlanish xizmatlarini iste'mol qilishda, iste'molchi tovar oladi. Ushbu tovarga oziq-ovqat mahsulotlari, oziq-ovqat mahsulotlarini iste'mol qiladigan joy, taomlar va ichimliklarni berish bo'yicha xizmatlar, psixologik dam olish va hokozolar kiradi.

Real sektorda servis sohasini taqdim etishda alohida bosqichlarga bo'linadi: – zarur bo'lgan resurslar bilan ta'minlash, bajarishning texnologik jarayoni, nazorat va baholash kiradi.

Real sektorda servis sohasini tashkil etishning xayot davri bir necha bosqichlarga bo'linadi:

1. Iste'molchilarga taklif etilayotgan xizmat ko'rsatishlar bo'yicha ma'lumot berish;
2. Xizmat ko'rsatish uchun buyurtmani qabul qilish;
3. Xizmat ko'rsatishni amalga oshirish;
4. Xizmat ko'rsatishni bajarish sifatini nazorat qilish;

5. Iste'molchi buyurtmasini berish (xizmat maxsulotini iste'molchiga sotish).

Xizmat ko'rsatishning iste'molchisi va bajaruvchisi o'rtasidagi o'zaro aloqalar xizmat ko'rsatish jarayonida sodir bo'ladi. Ushbu o'zaro aloqalarning tavsifi taqdim etilayotgan xizmatlar ko'rsatishning shakliga bog'liq bo'ladi, bevosita va bilvositalarga bo'linadi. **Bevosita** o'zaro aloqalarda xizmatni bajaruvchi va uning iste'molchisi o'rtasida to'g'ridan-to'g'ri aloqa o'rnatiladi. **Bilvosita** o'zaro aloqalarda esa, aloqa vositachilar orqali yoki xizmatni bajaruvchisining yordamchi xodimlari yordamida amalga oshirilgan aloqa (xizmatlar) kiradi.

Real sektorda servis sohasi xizmat ko'rsatish jarayonida servis korxonasining ishlab chiqarish vositalari va xodimlari orqali ta'minlanadi. Xizmat ko'rsatish o'z ichiga iste'molchi buyurtmasini tahlil qilish, xizmat ko'rsatish loyihasini ishlab chiqish (texnik vazifalar va xizmat ko'rsatish jarayoni), xizmatning zaruriy sifatini belgilashni va ta'minlashni, iste'molchiga etkazishlarni oladi.

Hozirgi sharoitda Respublikamizda o'z faoliyatini amalga oshirayotgan servis sohasi mutaxassislari xizmat ko'rsatishning barcha sir-atvorlari to'g'risida kasbiy bilim, malaka va ko'nikmaga ega bo'lishlari lozim. Jumladan, restoran mijozlariga xizmat ko'rsatishda, ofitsiant mijozlar bilan muomala qilish malakasiga, etiket bilimiga, taom va ichimliklarni uzatish va yig'ish ko'nikmalariga ega bo'lishi shart. Xizmat ko'rsatish sifati ko'pchilik holatlarda xizmat ko'rsatish uslublariga bog'liq bo'ladi. Xizmat ko'rsatish uslublari korxonalar turlariga tegishli bo'ladi. Masalan, tez xizmat ko'rsatuvchi ommaviy ovqatlanish korxonalarida taomlarni tayyorlash va etkazib berishning yuqori tezligi zarur bo'ladi. Tushlik qilish uchun (kechki paytda) kelgan mijozlarga xizmat ko'rsatuvchi restoranda esa taomlarni sekinlik bilan tortish, stolni servirovka qilish qoidalarini, taomlarni tortish va etiket qoidalarini inobatga olgan holdagi yuqori sifatli xizmatlarni ko'rsatishni taqazo qiladi.

Iste'molchilarga xizmat ko'rsatish servis korxonasining ixtisoslashtirilgan xonalarida yoki xizmat turi va buyurtmachi talabiga ta'luqli ravishda xizmatni bajarish uchun zarur bo'lgan har qanday boshqa joyda amalga oshiriladi. Xizmat ko'rsatish sifatiga xizmat ko'rsatish sharoitlari bevosita bog'liq bo'ladi. Bu o'z navbatida xizmat ko'rsatish jarayonida iste'molchiga ta'sir ko'rsatadi.

Real sektorda servis faoliyatining asosi bo'lib, xizmat ko'rsatishni amalga oshiruvchi xodimlar, xizmat ko'rsatish vositalari va xizmat ko'rsatish sharoitlari hisoblanadi.

Servis korxonasi ishining samaradorligi rahbarlarning to'g'ri tashkiliy-boshqaruv faoliyatiga bog'liq bo'ladi. Ushbu tashkiliy-boshqaruv ish o'z ichiga quyidagilarni oladi:

1. Korxonaning servis faoliyatini rejalashtirish, bozorning yoki xizmatlar assortimentining o'zgarishi natijasida korxona rivojlanishining istiqbolini belgilash;
2. Ishlab chiqarish va noishlab chiqarish xarajatlarini baholash;
3. Xizmatlar assortimenti va sifat darajasini inobatga olgan holda texnologik asbob-uskunalar va texnik vositalar tarkibini optimallashtirish;
4. Iste'molchilar bilan ishlash uchun psixologik qobiliyatga ega bo'lgan xodimlarni tanlash.

SHunday qilib servis faoliyati qiyin va ko'p qirrali jarayon hisoblanadi. Ushbu jarayon korxona xodimlarni va resurslarini yaxshi boshqarish, xizmat ko'rsatish standartlariga rioya qilish, ko'rsatilayotgan xizmatlarning iste'molchilar talablariga mos kelishi orqali ta'minlanadi.

Hozirgi sharoitda amalga oshirilayotgan islohatlar milliy iqtisodiyot samaradorligini oshirishga qaratilishi lozim bo'ladi. Uning tarkibiy qismi bo'lib hisoblangan servis tizimini rivojlantirish aholining hayot sifatini oshirish, uning turli xildagi talablarini qondirishning muhim yo'nalishlardan biri bo'lib hisoblanadi.

Tadqiqot shundan dalolat beradiki, hozirgi kunda servis tizimi faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxona va tashkilotlar hamda yakka tartibdagi tadbirkorlar

faoliyati davlat iqtisodiyotiga katta hissa qo'shmoqda. Rivojlangan bozor iqtisodiyotli davlatlarda servis tizimi sohasiga yalpi ichki mahsulotning yarmidan ko'prog'i to'g'ri keladi. Servis faoliyatini rivojlantirish orqali mamlakatning iqtisodiy qudratini oshirish, hamda aholining mehnat bandligini taminlash mumkin bo'ladi.

Jahon tajribasida xizmat sohasi tarmoqlarini tasniflashtirishni ishlab chiqarish-texnik va funksional yondoshishlarning bir biriga qo'shish asosida o'tkazish qabul qilingan.

Kalit so'zlar:

Raqamli iqtisodiyot, generatsiya, elektron texnika, real sektor, moliyaviy sektor, fan va texnika, servis, ideal xizmat, real xizmat, moddiy xizmat ko'rsatish, ijtimoiy-madaniy xizmat ko'rsatish, savdo xizmatlari.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Raqamli iqtisodiyot deganda nimani tushunasiz?
2. Xizmatlar ko'rsatish korxonalari elektron texnikasiga misollar keltiring
3. Generatsiyalash jarayonida korxonadagi faoliyat jarayonlari haqidagi ma'lumotlar qanday raqamlashtiriladi yoki raqam shakliga keltiriladi?
4. Iqtisodiyotni real sektori deganda nimani tushunasiz?
5. Moliyaviy sektor deganda nimani tushunasiz?
6. Real sektor iqtisodiyotining asosiy maqsadi nimadan iborat?
7. Real sektor iqtisodiyotining vazifasi nimadan iborat?
8. Servis faoliyatining rivojlanishiga ta'sir qiluvchi omillarni sanab bering
9. Ideal xizmatga qanday xizmatlar kiradi?
10. Real xizmatga qanday xizmatlar kiradi?
11. Moddiy xizmat ko'rsatishga qanday xizmatlar kiradi?
12. Ijtimoiy-madaniy xizmat ko'rsatishga qanday xizmatlar kiradi?

13. Real sektorda servis sohasini tashkil etishning xayot davrini sanab bering.

14. Real sektorda servis faoliyatining asosiga misol keltiring

15. Real sektorda servis sohasi xizmat ko'rsatish jarayonida servis korxonasi nimalar orqali ta'minlanadi?

II-bob.REAL SEKTORDA ISHLAB CHIQARISH JARAYONI

2.1-mavzu. Real sektorda ishlab chiqarish jarayoni, omillari va tarkibi

Real sektorda foydali tovar va xizmatlarning hajmi ortishi va qiymatining oshishi jarayoni yig'indisidir. Real sektorda ishlab chiqarish jarayoni – bu, kishilarning iste'moli uchun zarur bo'lgan iqtisodiy ne'matlarni yaratishga qaratilgan maqsadga muvofiq faoliyatidir. Iqtisodiy ne'matlar yaratish, turli xizmatlar ko'rsatish jarayoni kishilar faoliyatining asosiy tomoni, chunki bu jarayonda kishilar o'rtasida bo'ladigan munosabatlar boshqa hamma sohalarda - ayirboshlash, taqsimot va iste'mol sohalarida ro'y beradigan munosabatlarning xususiyatlarini va yo'nalishini belgilab beradi. Ma'lumki, har qanday ishlab chiqarish, birinchi navbatda, mehnat jarayonidir yoki boshqacha qilib aytganda, tabiatdagi bor narsalarning ko'rinishini o'zining iste'moli uchun muvofiq holga keltirish uchun qilingan faoliyatdan iboratdir. Ana shu mehnat jarayonida kishilar, eng avvalo, tabiat bilan uning kuchlari va ashyolari bilan hamda bir-birlari bilan o'zaro ma'lum munosabatda bo'lishadi. Ishlab chiqarish jarayonida bo'ladigan bu munosabatlarning xarakterini, shakllarini va xususiyatlarini o'rganish va ularni bilgan holda ishlab chiqarishni ongli tashkil etish oliy maqsadga, ya'ni cheklangan iqtisodiy resurslardan unumli foydalanilgan holda kishilarning o'sib boruvchi ehtiyojlarini qondirish maqsadiga erishishning birdan-bir yo'lidir. Moddiy ne'matlar ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatishning ichki qonuniyatlari va uning rivojlanish xususiyatlari ko'pgina iqtisodchi olimlar tomonidan ko'rsatib berilgan. Ular "Mehnat kishilar yashashining umumiy asosidir" deb ta'riflaydilar. Demak, mehnat iste'mol qiymatlarini yaratuvchi sifatida, foydali mehnat sifatida

kishilarning yashashi uchun hech qanday ijtimoiy shakllarga bog'liq bo'lmagan holda abadiy tabiiy zaruriyatdir. Mehnat bo'lmaganda kishi bilan tabiat o'rtasida modda almashinuvi ham mumkin bo'lmas edi. Kishilar o'zlarining ongli maqsadga muvofiq unumli mehnati bilan tabiat moddalarining shakllarini o'zgartiradilar va iste'mol uchun zarur bo'lgan mahsulotni vujudga keltiradilar. Mehnat jarayonida kishilar bilan tabiat o'rtasida moddalar almashinuvi bilan birga insonning o'zi ham har tomonlama kamol topib boradi, ya'ni kishilar o'zining mehnatga bo'lgan qobiliyatini, bilimini oshiradi va ularni amalda qo'llashni kengaytirib boradi.

SHunday qilib, mehnat jarayoni iste'mol qiymatlari vujudga kel-tirish uchun maqsadga muvofiq qilinadigan harakatdir. Tabiat yaratgan narsalari kishi iste'moli uchun o'zlashtirib olishdir, kishi bilan tabiat o'rtasidagi modda almashuvining umumiy shartidir, kishi hayotining abadiy tabiiy sharoitidir. Ishlab chiqarish jarayoni insoniyat taraqqiyotining hamma bosqichlariga, hamma mamlakatlarga, el-yurtlarga va xalqlarga xos bo'lib, umuminsoniy kategoriyadir (tushunchadir). SHuning uchun bu jarayon uzoq tarixga ega bo'lib, oddiy tosh va yog'och qurollardan foydalanib, eng sodda ovchilik va dehqonchilik qilishdan tortib, to hozirgi zamon murakkab texnologiyasiga asoslangan robotsozlik, samolyotsozlik, kompyuter texnikalarini, zamonaviy radio va televideniya vositalarini ishlab chiqarishgacha bo'lgan yo'lni bosib o'tgan. Ishlab chiqarishning eng yirik sohalari sanoat, qishloq xo'jaligi, transport va aloqa, qurilish, savdo, tayyorlov idoralari, moddiy-texnik ta'minot, kommunal va uy-joy xo'jaliklari, turli xil xizmat ko'rsatish sohalari va boshqalardan iborat. Har bir mamlakat o'z taraqqiyotining shu davrdagi bosqichi uchun zarur va qulay bo'lgan tarmoqlar tarkibini vujudga keltirishga harakat qiladi. Bunda resurslar cheklanganligi hisobga olinib ishlab chiqarishni o'stirish va xalqning talabini qondirish uchun o'ta zarur bo'lgan, mamlakat mudofaa qobiliyatini mustahkamlashga, chet ellar bilan bo'ladigan hamkorlikni yuksaltirishga imkon beradigan tarmoqlarga alohida e'tibor beriladi. Ishlab chiqarish sohasida zaruriy moddiy ne'matlar yaratiladi, xizmat sohalarida esa turli xil ma'naviy boyliklar yaratiladi va xizmatlar ko'rsatiladi. Bu ikki soha bir-biri bilan chambarchas bog'langan holda rivojlanadi va bir-biriga ta'sir

ko'rsatadi. Respublika milliy iqtisodiyotida tovarlar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohalarining YAIMdagi mutlaq miqdori va nisbiy ulushi quyidagi ma'lumotlar bilan tavsiflanadi. Ishlab chiqarishning cheklangan resurslardan foydalangan holda kishilar ehtiyojini qondirishga qaratilishi va shunga zarur bo'lgan sifat va miqdorda iste'mol qiymati yaratishni bosh maqsad qilib qo'yishi ularning ijtimoiy yo'nalishini ifoda etadi. Lekin bu umumiy ijtimoiy yo'nalish aniq kishilarning, tadbirkorlarning manfaati bilan bog'langandagina amalga oshadi. Raqamli iqtisodiyot sharoitida har bir mulk egasi yoki tadbirkor ma'lum miqdorda foyda olishni, sarflangan vositalariga, pul mablag'lariga nisbatan ko'proq qiymatga ega bo'lishni maqsad qilib qo'yadi. Har qanday jamiyatda ishlab chiqarish jarayonini amalga oshirishda qatnashadigan uchta omil mavjud bo'lishi kerak.

Iqtisodiyotning tizimi va shaklidan qat'iy nazar ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatishning hamma sohalari uchun umumiy bo'lgan uchta omillarga: – er, ishchi kuchi, kapital (mehnat qurollari va mehnat predmetlari) kiradi.

Ishchi kuchi deb, insonning mehnat qilishga bo'lgan aqliy va jismoniy qobiliyatlarining yig'indisiga aytiladi. Ishchi kuchi mehnat qobiliyatiga ega bo'lgan kishilar uchun xosdir. Lekin ishchi kuchi insonning o'zi emas yoki uning mehnati ham emas, uning qobiliyatidan iboratdir. Kapital inson tomonidan yaratilgan ishlab chiqarish vositalari bo'lib, mehnat vositalari va predmetlarini o'z ichiga oladi.

Mehnat vositalari deb, inson uning yordamida tabiatga, mehnat predmetlariga ta'sir qiladigan vositalarga aytiladi (mashinalar, stanoklar, traktorlar, qurilmalar, uskunalar va boshqalar). Mehnat predmetlari esa bevosita mehnatga ta'sir qiladigan, ya'ni mahsulot tayyorlanadigan narsalardir (er-suv, xomashyo va boshqa turli materiallar). Mehnat predmetlari tabiatda tayyor holda uchrashi mumkin yoki oldingi davrdagi mehnat mahsuloti, ya'ni xomashyo bo'lishi mumkin. Mehnat qurollari va mehnat predmetlari birgalikda ishlab chiqarish vositalari deb yuritiladi. Bu esa mehnat jarayonining tabiatidan kelib chiqadi; shuning uchun ham ishlab chiqarish vositalari hamma ijtimoiy-iqtisodiy tizimlar, insoniyat jarniyati taraqqiyotining har qanday bosqichlari uchun xosdir. Mehnat

vositalarini mehnat predmetlariga ta'sir etish xususiyatiga ko'ra, bir nechta katta guruhlariga bo'lish mumkin. **Birinchi guruhga** mashinalar, mexanizmlar, stanoklar, uskunalar va boshqalardan iborat mehnat qurollarini kiritish mumkin. Ular ishchi kuchi va xomashyolarga bevosita ta'sir qilib mehnat jarayonida iste'mol uchun zarur bo'lgan mahsulotni yaratadi. **Ikkinchi guruhga** saqlash uchun mo'ljallangan mehnat vositalari kiritiladi. **Uchinchi guruhga** ishlab chiqarish jarayonida bevosita qatnashmaydigan mehnat vositalari kiradi. Lekin bu vositalarsiz ishlab chiqarish jarayonini to'la va samarali amalga oshirib bo'lmaydi. Bularga binolar, turli infratuzilmalar, yo'llar va boshqalar misol bo'la oladi. Hozirgi fan-texnika taraqqiyoti davrida ishlab chiqarishning rivojlanishida mehnat predmetlarining ahamiyati oshib bormoqda.

Hozirgi ko'p adabiyotlarda esa ishlab chiqarishning to'rt omili mavjud deb tan olinmoqda. Ularga, mehnat, kapital, er va tadbirkorlik qobiliyati kiradi. Bu erda ishchi kuchi bilan mehnat o'rtasidagi farqni anglab olish juda muhimdir. Bizga ma'lumki, mehnat turli omillarning harakati jarayonidir. Ishchi kuchi, yuqorida aytganimizdek, insonning mehnatga bo'lgan aqliy va jismoniy qobiliyati, uning bilim, malaka darajasi bilan birgalikda ishlab chiqarishda qatnashishiga tayyor turgan omil bo'lib xizmat qiladi. Mehnat esa ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchining qo'shilishi natijasida sodir bo'ladigan va ma'lum samara olishga qaratilgan faoliyatdir. SHuning uchun mehnat emas, balki ishchi kuchi ishlab chiqarishning omilidir va ishlab chiqarish omillari ishchi kuchi, kapital, er-suv va tadbirkorlik qobiliyati va informatsion ta'minotdan iboratdir. Ishchi kuchi insonning mehnatga bo'lgan aqliy va jismoniy qobiliyatlarining yig'indisi bo'lganligi uchun raqamli iqtisodiyot davrida inson emas, mehnat jarayoni ham emas, balki ishchi kuchi sotiladi hamda bozor faoliyat yuritadi. Ishchi kuchi asosiy ishlab chiqaruvchi kuchdir. CHunki u hamma moddiy vositalar va pul mablag'larini harakatga keltiradi va ulardan unumli foydalanadi.

Moddiy ishlab chiqarish birlamchi, unga qarab nomoddiy soha rivojlanadi. Moddiy ishlab chiqarish nomoddiy soha uchun ish kuchini bo'shatib beradi, uni

moddiy resurslar bilan ta'minlaydi, bu sohada ishlovchilarni boqadi. Uning darajasi qancha yuqori bo'lsa, nomoddiy soha ham shunchalik rivoj topadi.

2.2-mavzu. Real sektorda ishlab chiqarish salohiyatidan foydalanish va prognozlash

Prognoz, yunoncha so'zdan olingan bo'lib, oldindan ko'ra bilish, bashorat qilish ma'nolarini anglatadi va kelajakni ilmiy usullar orqali istiqbollash tushuniladi. Prognoz – bu, istiqboldagi voqea, hodisalarning ilmiy modeli hisoblanadi, ya'ni kelajakda ob'ektning ehtimoliy holati haqida yoki bu holatga erishishning muddatlari va alternativ yo'llari haqida ilmiy asoslangan fikrlar, mulohazalar. Prognozlash deganda prognozni ishlab chiqish, ya'ni ma'lum bir jarayonning rivojlanish aniq kelajagini maxsus ilmiy tadqiq etishdir. Prognozning axborot bazasi bo'lib hisobotlar (aholining tabiiy va mexanik harakatlarining joriy hisoboti) va maxsus tashkil etilgan statistik kuzatuvlar (aholini ro'yxatdan o'tkazishlar, maxsus tanlama ijtimoiy-demografik tadqiqotlar, aholining turli ro'yxat va kartotekalari) hisoblanadi. Prognozlash jarayoni o'z ichiga bir nechta bosqichlarni oladi. **Birinchi bosqich** prognozashtirilayotgan davrgacha shakllangan struktura tahlili, tuzilmaviy deformatsiyalar, ularning kelib chiqish sabablari iqtisodiyotga bunday deformatsiyalarning ta'sirini, struktura dinamikasida ijobiy tendensiyalarini aniqlashni ko'zda tutadi. **Ikkinchi bosqichda** tuzilmaviy o'zgarishlar yo'nalishlari, tuzilmaviy deformatsiyali yo'qotish imkoniyatlari aniqlanadi. **Uchinchi bosqichda**, har bir proporsiyaga ta'sir etuvchi omillar yig'indisi aniqlanadi, ularning har biri alohida va hammasining umumiy holda proporsiya xususiyatiga ta'sir etishi hisoblanadi. SHu asosda prognozashtirilayotgan davrdagi har bir struktura holati haqida xulosa chiqarish mumkin. **To'rtinchi bosqichda** tuzilmaviy prognoz ko'rsatkichlarining zarur bo'lgan korrektirovkasi amalga oshiriladi. Prognozlash jarayonida ko'rsatkichlarning muvofiqlashgan tizimidan foydalaniladi, ular: xususiy, kompleksli va nisbiy. **Xususiy ko'rsatkichlar** alohida proporsiyalar va ijtimoiy ishlab chiqarish tuzilmasi siljishlarining rivojlanishini aks ettiradi. Bu

ko'rsatkichlar xususiy prognozlar tuzishning natijasi hisoblanadi. **Kompleksli ko'rsatkichlar** ishlab chiqarish tuzilmasi tarkibi rivojlanishining o'rtacha xarakteristikasini aniqlash imkonini beradi. **Nisbiy ko'rsatkichlar** ijtimoiy ishlab chiqarishning umumiy holdagi templari, siljishlari, tuzilmaviy rivojlanish samaradorligini xarakterlaydi. Ijtimoiy ishlab chiqarish tuzilmasi rivojlanishini prognozlash jarayonida prognozlarning ko'p variantli ishlab chiqilishi amalga oshiriladi. Prognozlash ijtimoiy ishlab chiqarishning samarali tuzilmasi, proporsiyalari va dinamikalarini shakllantirishga yo'naltirilgan bo'lishi zarur. Ijtimoiy ishlab chiqarish dinamikasi va tuzilmasi ishlab chiqarish resurslarini maqsadga muvofiq tashkil etish orqali shakllantiriladi. Qisqa muddatli va o'rta muddatli tuzilmaviy prognozlar iqtisodiy-matematik, ekstrapolyasiya va modellashtirish usullaridan foydalangan holda ishlab chiqiladi. Uzoq muddatli tuzilmaviy prognozlar uchun ekspert baholash an'analiroq hisoblanadi. Prognoz rejalarni bajarilishini aniqlash uchun xizmat qiladi. Ammo prognoz tahlillari reja bajarilish yoki bajarilmasligi mumkin bo'lgan oqibatlarni aniqlash va foydalanish imkonini beradi. Prognozlar ob'ektning xarakteri, mazmun mohiyati va prognoz vaqtiga komplekslikning masshtabi va darajasi, ularning darajasiga qarab farqlanadi. **Oldindan aytib berish va ko'rish** – bu, turli ma'nolarga ega biri biriga yaqin tushunchalardir. **Oldindan aytib berish** – bu, mantiqiy xulosalar asosida sub'ekt yoki ob'ektning kelajakdagi holati haqidagi mulohazalardir. **Oldindan ko'ra bilish** – bu, ob'ektni qonuniy rivojlanishini anglashga asoslangan ob'ektni kelajakdagi holati haqida mulohazalardir. Oldindan ko'ra bilishning uch shaklini farqlashadi, ular: – ilmiy, ilmiy bo'lmagan va empirik. Ilmiy ko'ra bilish tabiat, jamiyat (ob-havo bashoratlari, mamlakat rivojlanishining prognozi va b.) qonuniy rivojlanishining ilmiy metodlar asosida qurishga asoslangan ilmiy nazariy natijalar hisoblanadi. Ilmiy bo'lmagan oldindan ko'rish real bo'lmagan, o'zaro bog'langan fantastik ko'rish (fol ochish, Nostradamus bashoratlari).

Empirik ko'rish insonlarning har kungi tajribalariga asoslanadi (masalan, xalqlarning odatlari, alomatlari). Raqamli iqtisodiyot sharoitida prognozlash jarayoniga asoslanadigan asosiy tamoyillar ichida quyidagilarni ajratish mumkin:

- 1) prognozning ilmiy asoslanganligi;
- 2) prognozlashning uzluksizligi;
- 3) istiqbol va joriy prognozlashning;
- 4) prognozlarning kelishilganligi;
- 5) prognozning ko‘p variantlilik, alternativlilik.
- 6) asosiy omillarni tanlash (prognozlashda hisob-kitoblarga tadqiq etilayotgan jarayonga ta’sir etuvchi omillar kiritilgan bo‘lishi kerak).
- 7) prognoz ishlab chiqishning tizimlilik;
- 8) prognozlarning verifikatsiyalanganligi;
- 9) adekvatlilik;
- 10) rentabellik .

SHakllanish darajasiga ko‘ra prognozlash metodi intuitiv (ekspertli) va shakllangan metodga bo‘lindi.

Intuitiv (ekspertli) metod: komissiya metodi; aqliy hujum metodi va delfi metodlariga bo‘linadi.

SHakllangan metod esa statistik, logik, informatsion modellashtirish, stohastik modellashtirish va tarkibiy modellashtirishdan iborat.

Prognozlarni ishlab chiqishning bir-birini to‘ldiruvchi 3ta usuli mavjud:

1. Anketalashtirish (interyu olish, so‘rovnomalar) – prognoz tavsifidagi sub’ektiv baholashlarni tartibga solish, ob’ektlashtirish maqsadida aholi, ekspertlar orasida so‘rovnoma o‘tkazish. Bu erda hozirgi vaqtda ekspert baholashlari katta ahamiyat kasb etadi. Prognozlash amaliyotida aholi o‘rtasidagi so‘rovnomalar o‘tkazish hozirgi kunda nisbatan kam amalga oshiriladi;

2. Ekstrapolyasiya va interpoliyasiya qilish (jarayonning ikkita ma’lum bo‘lgan muddatlari o‘rtasidagi oraliq qiymatni aniqlash) – kelajakda prognozni oldini olish (prognoz ishlanmalarining retrospektiya va rospektiyasi) va prognozning avvalgi muddatlarini asoslash davomiyligida bashorat qilinayotgan hodisani ko‘rsatkichlarini rivojlanishining dinamik qatorlarini shakllantirish;

3. Modellastirish – prognozning oldini olish davridagi o'zgarishlarning yo'nalishlari va miqyoslari haqidagi mavjud bevosita yoki bilvosita ma'lumotlar bo'yicha bashorat qilinayotgan hodisaning taxminiy yoki kutilayotgan o'zgarishlarini hisobga olgan holda qidiruv va me'yoriy modellarni shakllantirish. Eng samarali prognoz modeli – bu, tenglamalar tizimidir. Biroq, ushbu terminning keng ma'nodagi barcha turdagi modellari katta ahamiyat kasb etadi: ssenariylar, imitatsiyalar, grafiklar, matritsalar, ko'rsatkichlar to'planmasi, grafik tasvirlar va boshqalar. Modellastirish oldindan baholashni va ekstrapolyasiyani nazarda tutadi. Ushbu holat uzoq muddat davomida prognozlashning usullarini mos ravishda tasniflashni qiyinlashtirar edi. Oxirgisini ishlab chiqishni prognozlashning yo'llari, protseduralari, usullari, uslublari, tizimlari, metodologiyasidagi etarli darajadagi noaniqligini ham to'xtatib turar edi, ular ko'pincha birining o'rniga boshqasi ishlatilar yoki ular o'rtasidagi ahamiyatli darajadagi farqlanishlar bo'lishiga qaramasdan bir xil hodisalar sifatida ishtirok etar edilar.

Oxirgi yillarda bu jihatdan prognozlash usullarini tasniflash uchun ishonchli nazariy bazani yaratishga imkon bergan ahamiyatli darajadagi ishlar olib borildi. Prognozlash yo'llari – prognozni ishlab chiqishga bo'lgan nazariy yoki amaliy yondashuv shakli, prognozni ishlab chiqish jarayonida konkret natijani olishga yo'naltirilgan bir yoki bir qator matematik yoki mantiqiy operatsiyalardir.

Prognozlash metodologiyasi – prognozlashning usullari, yo'llari, tizimlari haqidagi bilimlar sohasidir. Prognozlash uslubi – prognozni ishlab chiqishning bir xil usullari asosida kelajak haqidagi ma'lumotlarni olish va qayta ishlash. Prognozlash tizimi (“prognozlovchi tizim”) – murakkab hodisalar yoki jarayonlarni prognozlash uchun mo'ljallangan uslubiyotlar, texnik vositalarning tartibga solingan jamlanmasidir. Amaliyotdagi tajriba ko'rsatmoqdagi yuqorida keltirib o'tilgan usullarning hech biri o'z-o'zicha prognozning ishonchliligi, aniqliligi, uzoqligini ahamiyatli darajasini ta'minlab bera olmaydi. Biroq ma'lum bir birikma holida ular yuqori darajada samarali bo'lishlari mumkin.

Prognozlashda regression korrelyasiya taxlilidan ham foydalanishadi. Misol tariqasida “YUlduz” restoranining mehnat unumdorligining dinamik holati va

korxonalar rivojlanishining istiqbollarini aniqlash tadqiqoti uchun biz iqtisodiy ilmiy izlanishlarida keng tarqalgan dispersion va regression tahlilni olib bordik. Ma'lumki, regression tahlil deganda iqtisodiy jarayonlarning bir biriga bog'liqlik qonuniyatining izlanishiga tushuniladi. Ko'p holda o'zgaruvchan "x" va "y" ko'rsatkichlar orasida bog'liqlik bo'lsada, hamma vaqt ham ular bir maromda bo'lmasligi, bitta "x" ko'rsatkichining natijasiga "y" natijalari to'g'ri kelishi mumkin. Bunday hollarda bog'liqlik regression bog'liqlik deb yuritiladi. SHunday qilib, $y=f(x)$ funksiyasi, agar argumentga "y" statistik qatori kelsa, regressionli deb yuritishimiz mumkin. Agar ko'rsatkichlar bog'liqligini aniqlash regression tahlil deb yuritsak, unda ko'rsatkichlar bir biriga yaqinligi korrelyasiya yoki nuqtalar maydoni deb yuritiladi.

Regression tahlilning asosiy maqsadi, bir-biriga bog'liqligi bor ko'rsatkichlarning bog'liqlik regression tenglamasini ishlab chiqishdan, yana bu faktorlar natijalarining bir-biriga yaqinligi (korrelyasiyasi), ishonchliligi va mosligi (adekvatligi) ham aniqlanadi.

Bir faktorli – juft bog'liqlikda to'g'ri chiziq, parabola, giperbola, logarifmik, darajali va ko'rgazmali funksiyali, polinamol va boshqa turlari bo'lishi mumkin. Agar ikki va ko'p faktorli bo'lsa, unda tekislik, paraboloid, giperboloid ko'rinishda approksimatsiya qilish mumkin.

O'zgaruvchan faktorli bog'liqlikni quyidagi tenglama bilan ifoda etish mumkin:

$$y = b_0 + \sum_i^u b_i x_i + \sum_j b_{ij} x_i + \sum_i^u b_{ij} x_i^2 . \quad (1)$$

Bunda y – maqsadli funksiya; x_i – erkin faktorlar, b_i – regressiya koeffitsientga, qaysikim x_i -y ga bo'lgan bog'liqligini ifoda etadi. b_{ij} – faktorlarning ikkilamchi x_i va x_j ta'sirlarni ifoda etadi.

Regression bog'liqlikni ifodalashda minimal kvadrat sharti bajarilsa optima bo'ladi, ya'ni

$$\sum (y - \bar{y})^2 = \min \quad (2)$$

bu erda y_i - haqiqiy natija maydoni;

$\bar{y}$ - o'rtacha qiymat.

Korrelyasiya maydoni esa to'g'ri chiziqli tenglama ifodasida:

$$y = a + bx \quad (3)$$

bo'lishi mumkin.

Bundagi a va b quyidagicha hisoblanadi:

$$b = \frac{(n \sum xy - \sum x \sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad (4)$$

$$a = y - b = \frac{\sum y}{n} - b \frac{\sum x}{n} \quad (5)$$

x va y o'zgaruvchanlarning bir-biriga qanchalik yaqin bog'liqligini koeffitsient korrelyasiyasi ko'rsatadi va quyidagicha topiladi:

$$r = \frac{h \sum x_i y_i - \sum x_i \sum y_i}{\sqrt{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2} \left[n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2 \right]} \quad (6)$$

Bu erda: n – aniqlashlar (o'lchamlar) soni korrelyasiya munosabati yoki koeffitsient qiymati 0 dan 1 gacha o'zgaradi. Agar $r=0$ bo'lsa, unda o'rganilayotgan faktorlar (ko'rsatkichlar) orasida bog'liqlik yaqinligini bildiradi, $r=1$ bo'lsa, unda bog'liqlik funksional hisoblanadi. Amaliyotda albatta bunday absolyut 0 yoki 1 bo'lishi kam hollarda kuzatilgan. Masalan, ishlab chiqarishdagi va muomala sarf harajat 0 absolyut darajasi, tovar aylanmasi bilan hech vaqt 0 yoki 1 bo'lishi mumkin emas. Faqat yo 1 ga, yo 0 ga intilish, lekin hech qachon unga erishishi mumkin emas. Qanchalik 1 ga yaqinlashsa, shunchalik bir-biriga bog'liqligi yaqin hisoblanadi.

Ko'p holda $r \geq 0,5$ bo'lsa, bog'liqlik qoniqarli $r = 0,8 \dots 0,5$ yaxshi hisoblanadi.

Aniqlanayotgan ko'rsatkichlarning o'rtacha qiymatlarining o'zgaruvchan x dan qanchalik o'zgaruvchanligini (yoki yoyilganligini) determinatsiya koeffitsienti aniqlaydi.

$$R_g = r^2 \quad (.7)$$

To'g'ri chiziqli bog'liqlik regressiyasi quyidagicha ifodalanadi:

$$y = \bar{y} + r \frac{\tau_y}{\Gamma_x} \quad (8)$$

«YUlduz» restoranining 2014-2018 yillardagi mehnat unumdorligining regression tahlilini hisoblashda oxirgi 5 yil ketma-ketlikda: $x = 1, 2, 3, 4, 5$ deb qabul qilingan va yuqorida keltirilgan usulikada barcha hisoblar jadvalga kiritilgan.

2.2.1- jadval

«YUlduz» restoranining 2014-2018 yillardagi mehnat unumdorligining regression tahlil hisobi.

Yillar	x	y	$x - \bar{x}$	$y - \bar{y}$	$(x - \bar{x})^2$	$(y - \bar{y})^2$	x^2	y^2	xy	$(x - \bar{x})^2$ $(y - \bar{y})^2$
2014	1	608,1	-2	-509	4	2590,8	1	3697856	608,1	101,8
2015	2	647,2	-1	-118	1	139,2	4	4188867 8	1294,4	11,8
2016	3	652,2	0	-6,8	0	46,2	9	425364,8	1956,6	0
2017	4	691,1	1	32,1	1	1030,4	16	477619,2	2764,4	32,1
2018	5	696,4	2	37,4	4	1398,7	25	484973	3482	74,8
	15	3295	0	0	10	5205,3	55	2176610, 4	10105,5	220,5

Bunda hisob yillarga to'g'ri keladigan mehnat unumdorligi ming so'm o'lchov miqdorida y_i deb qabul qilingan.

Keltirilgan usulikaga asosan, aniqlangan yillar o'rtacha qiymati $\bar{x} = \frac{15}{5} = 3$ ga

va mehnat unumdorligi esa $\bar{y} = \frac{3295}{5} = 659$ ming so'm tashkil etadi.

Yillar ketma-ketligi davomida mehnat unumdorligining o'zgarishi to'g'ri chiziqli deb olib, uning regression tenglamasi:

$$y = a + bx \quad (2.9)$$

ko‘rinishida bo‘ladi. Regression tahlil jadvalidan a va b koeffitsientlarni topamiz:

$$b = \frac{(5 \cdot 10105,5 - 15 \cdot 3295)}{5 \cdot 55 - 15^2} = \frac{5052,5 - 49425}{275 - 225} = \frac{1102,5}{50} = 22,05.$$

$$a = \frac{3295}{5} - 22,05 \cdot \frac{15}{3} = 659 - 66,15 = 592,8.$$

SHunday qilib, korxonada oxirgi 5 yilda mehnat unumdorligining o‘zgarishi regression tenglamasi:

$$y = 592,8 + 22,05x \quad (2.10)$$

korrelyatsiya koeffitsientini aniqlasak,

$$r = \frac{5 \cdot 10105,5 - 15 \cdot 3295}{\sqrt{(5 \cdot 55 - 15^2)(5 \cdot 21766104 - 3295^2)}} = \frac{5052,5 - 49425}{\sqrt{50(10883052 - 1087025)}} = \frac{1102,5}{22418} = 0,5.$$

Demak, aniqlangan regression tenglama qoniqarli darajada mehnat unumdorligining dinamikasini ifodalaydi va bu tenglamani kelgusi yillar uchun, mehnat unumdorligini prognozlash uchun qo‘llash mumkin.

Jadvalda ushbu tenglama yordamida 1-7 yillar mehnat unumdorligini prognozlash uchun hisoblanganligi keltirilgan.

2.2.2-jadval

Mehnat unumdorligini 1-7 yillar uchun prognozlash hisoblanganligi

Yillar	1	2	3	4	5	6	7
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Y	608,1	647,2	652,2	691,4	696,4		
y _x	614,8	637	659	682,8	703	725,1	747,1

Olingan natijalarning adekvatligini, ya’ni tenglama yordamida hisoblanib topilgan natijalarning statistik hisobotlardan olingan natijalarga qanchalik mosligini Fisher kriteriysi orqali aniqlaymiz.

Buning uchun, statistik ma’lumotlar uchun Fisher kriteriysi - R_{ϕ_3} tenglama yordamida, nazariy hisoblangan Fisher kriteriysini - R_{ϕ_n} hisoblaymiz va ishonchli ehtimolli darajasini $\rho_g - 0,95$ deb olsak (Fisher kriteriyasi jadvalidan) unda

$R_{\phi_3} < R_{\phi_m}$ bo'lsa matematik model, ya'ni tenglama adekvatli (mos). Agar $R_{\phi_3} > R_{\phi_m}$ bo'lsa unda model adekvat emas, hisoblashga (qo'llashga) yaroqsiz hisoblanadi.

2.2.3-jadval

Mehnat unumdorligini aniqlash tenglamasini adekvatligini hisoblash .

No	y_i	y_{ik}	$y_i = \sum_i^n y_i / m$	$y_{ix} - \bar{y}_i$	$(y_{ix} - y_i)^2$	$\sum_i^m \frac{(y_{ix} - y_i)^2}{m}$
1	608,1	614,8	614,8	7,7	59,29	59,29
2	647,2	637	637	-10,2	104,04	101,04
3	652,2	659	659	6,8	46,24	46,24
4	691,4	682,8	682,8	-8,6	73,96	73,96
5	696,4	703	703	6,6	43,56	43,56
					327,09	327,09

Mehnat unumdorligining R_{ϕ_3} statistik ma'lumotlardan hisoblangan Fisher kriteriysi:

$$R_{\phi_3} = D_a / D_{yp} \cdot (11)$$

Bunda: D_a – adekvatlik dispersiyasi;

D_{ur} – o'rtacha disperslik.

$$D_a = \frac{\sum_i^n (y_{ix} - \bar{y}_i)^2}{n - d} \quad (12)$$

$$D_{yp} = \frac{\sum_i^n \sum_i^n (y_{ix} - y_i)^2}{m \cdot n} \quad (13)$$

Bunda $y_{ix} - y_i$ - jadvaldan olinadi;

n – hisobga olish (o'lchash) soni, $n=5$;

m – necha marta aniqlangan bir yilda, $m=1$

$$D_a = 327,09 / (5 - 1) = 81,77$$

$$D_{yp} = 327,09 / 5 = 65,42$$

$$R_{\phi_2} = 87,77 / 65,72 = 1,34$$

$$q_1 = 5 - 1 = 4$$

$$q_2 - 5 \cdot 1 = 5.$$

Bular uchun: jadvaldan olingan Fisher kriteriysi $R_{\phi m} = 6,3$.

Demak, $1,34 < 6,3$ bo'lganligi uchun regressiya tenglamasi adekvat hisoblanadi va tadkik etilayotgan "YUlduz" restoranining so'nggi yillar ishidagi mehnat unumdorligining matematik modeli xisoblanadi.

SHunday qilib, matematik – model, ya'ni "YUlduz" restoranining so'nggi 5 yilda ishlaganida mehnat unumdorligining dinamikasi to'g'ri chiziqli tenglama qonuniyatiga bo'ysingan holda oshib borgan.

Agar biz regression o'sishning uning y ning x ga nisbatan, ya'ni yillar davomida mehnat unumdorligining qanchalik o'sish qonuniyatiga bo'ysinib, rivojlanganligini, yanada aniqlashtirish maqsadida determinatsiya koeffitsientini aniqlasak:

$$R_g = r^2 = 0,5^2 = 0,25$$

bundan shunday, fikr tug'ildiki, mehnat unumdorligi shu yillarda o'z miqdorda, ya'ni 25 % ga ta'sir ko'rsatgan, korxonaning rivojlanishida 75 % boshqa munosabatlar ta'siri borligini tushunishimiz mumkin.

Kalit so'zlar:

Ishlab chiqarish jarayoni, xizmatlar ko'rsatish jarayoni , unumli mehnat, ishchi kuchi, mehnat vositalari, mehnat predmetlari, prognoz, prognozlash, oldindan ko'ra bilish, ekstrapolyasiya va interpoliyasiya, regression tahlil, korrelyasiya, adekvatlik dispersiyasi.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Real sektorda ishlab chiqarish jarayoni deganda nimani tushunasiz?
2. Jamiyatda ishlab chiqarishning amalga oshishida qanday omillar qatnashadi?
3. Ishchi kuchi deb nimaga aytiladi?
4. Kapital bu nima?

5. Ishlab chiqarish vositalariga nimalar kiradi?
6. Prognoz deganda nimani tushunasiz?
7. Prognozning axborot bazasi bo‘lib nimalar hisoblanadi?
8. Prognozlash jarayoni o‘z ichiga qanday bosqichlarni oladi?
9. Prognozlash jarayonida qanday ko‘rsatkichlarning muvofiqlashgan tizimidan foydalaniladi?
10. Oldindan aytib berish va ko‘rish deganda nimani tushunasiz?
11. Prognozlash jarayoniga asoslanadigan asosiy tamoyillarni sanab bering
12. SHakllanish darajasiga ko‘ra prognozlash qanday metodlarga bo‘linadi?
13. Prognozlash metodologiyasi nimadan iborat?
14. Regression tahlilning asosiy maqsadi nimadan iborat?
15. Fisher kriteriysi nima?

III-bob. REAL SEKTORDA TADBIRKORLIK VA KICHIK BIZNES FAOLIYATINI TASHKIL ETISH

3.1.Real sektorda tadbirkorlik va kichik biznes faoliyatini tashkil etishning mohiyati va ahamiyati.

3.2.Real sektorda tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari

3.1-mavzu. Real sektorda tadbirkorlik va kichik biznes faoliyatini tashkil etishning mohiyati va ahamiyati

Zamonaviy iqtisodiyotda mahsulotlarning diversifikatsiyasi va differensiallashuvi shunchalik tez sur‘atlarda amalga oshiriladiki, u «assortiment portlashi» degan nom olishga ulgurdi. Ushbu «assortiment portlashi» ishlab chiqarilgan tovarlar nomenklaturasini keskin oshiradi. Ushbu sonning ichida o‘z o‘rnini, masalan, rezina saqichlari egallaydi (ularning 1000 dan ortiq sorti ishlab chiqiladi). Nimanidir chaynashni zamonaviy Evropaliklar Mayya xindularidan o‘zlashtirib olganliklari aniqlangan. Hozirgi sharoitda yangi mahsulotni elektron modellashtirish va elektron «sinash» tizimlari aktiv ravishda ishlab chiqarilmoqda va joriy qilinmoqda.

Kompaniya-gigantlar (monopoliyalar), muvoffaqiyatida marketing katta rol o'ynagan va o'ynaydi. Lekin uning vositalari yordamida sotishlarni rag'batlantirish sohasidagi muommolar amaliy jihatdan hal etilmaydigan bo'lib bormoqda. Vujudga kelgan holatdan chiqishning yo'li bo'lib, ixtisoslashtirilgan korxonalar distribyuterlar va dillerlarni yaratishni o'z ichiga oladigan mahsulotlarni tarqatishning qiyin tizimlarini tuzish hisoblanadi. Ammo ushbu korxonalar hamma vaqt ham asosiy firma balansida bo'lishlari va bozorga faqat uning mahsulotlarini siljitishlarining imkoni bo'lmaydi. Undan tashqari distribyuterlar va dillerlar tanlash «kengligi» nuqtai nazaridan mijozlarning xoxishlarini maksimal darajada qondirish maqsadida raqobatchi gigant kompaniyalar mahsulotlarini bir joyga to'plashadilar. SHuning uchun mahsulotlarni bozorga siljitish uchun harakat qilinayotganda, kompaniya juda ko'p sonli bug'inlarga suyanishga majbur bo'ladi. Ushbu bug'inlar ichida asosiy o'rinni tadbirkor-sotuvchi (qayta sotuvchi tadbirkor) egallay boshladi.

Servis tadbirkori. Mahsulot o'zi haqida gapirishi yoki sotishni rag'batlantirishi mumkin emas. Zamonaviy iqtisodiyotning ko'pchilik mahsulotlari qiyin tarkib va harakat tamoyillariga egadirlar. Bunday mahsulotlarni sistemaga birlashtirish, sistemali yaxlitlikka erishish va qo'shimcha iqtisodiy samara olishga imkon beradi. Tadbirkor-sotuvchi dastlabki mahsulot qiymatini qo'shimcha oshiradi va uning asosida (masalan blok modullar) konkret foydalanuvchi uchun konkret sistemani quradi. SHu bilan birga servis tadbirkori o'z malakasi orqali, buyurtmachiga noyob xizmatlar ko'rsata borib, bir firma mahsulotlariga bog'lanib qolmaydi. Uning o'z kelgusi sistema uchun, hatto bir nusxadagi alohida blok modullarini yaratishi va ishlab chiqarishga buyurtma berishi mumkin. SHu narsani ta'kidlash lozimki, marketingda har qanday tovarga joylashgan xizmat sifatida qaraladi. Iste'molchi tovarni unga egalik qilish maqsadida emas, balki undan samarali foydalanish maqsadida harid qiladi. Lekin zamonaviy qiyin mahsulotdan turlicha foydalanish mumkin.

Real sektorda servis tadbirkori o'z faoliyatini ushbu kelishmovchiliklarni bartaraf etishga qaratishi lozim. YA'ni u maqsadli yo'naltirilgan tovarlarning

dastlabki to'plami asosida, aniq sharoitlarda qo'llash orqali sezilarli samara olish mumkin bo'lgan tizimni quradi. Bu erda masala ko'pchilik kompaniyalar mehnati yo'naltirilgan abstrakt iste'molchiga (mijozga, buyurtmachiga) emas, balki konkret iste'molchining (buyurtmachining, mijozning) texnik-iqtisodiy samaradorligi nuqtai nazaridan ko'rilishi lozim. Hozirgi kunda iste'molchi (mijoz, buyurtmachi) ko'pincha bor narsaga qoniqadi xolos, boshqa narsalar unga qiyin va samarasiz va shu sababli keraksiz ko'rinadi. Mustaqil vositachi-maslahatchi sifatida servis tadbirkori, o'z kasbiy tajribasi nuqtai nazaridan buyurtmachi (mijoz, iste'molchi) muammolarini ko'ra olishi va ularni samaraliroq echish yo'llarini taklif etishi lozim. Bu erda o'ta muhim bo'lib, mahsulotni faqat sotish emas, balki aynan mijozning muammolarini echish hisoblanadi.

Servis iqtisodiyoti jamiyat va iqtisodiyotning rivojlanishidagi qonuniyat bosqichi sifatida. Servis iqtisodiyoti diversifikatsiyaga, undan so'ng bir turdagi mahsulotlarni ommaviy ishlab chiqarishdan voz kechilganda mahsulotning differensiallashtirishga o'tishning qonuniyat bosqichiga aylanib bormoqda. «Sahnada» standart «tugallanmagan mahsulot» paydo bo'lmoqda va keng joy egallamoqda. YAKka tartibdagi buyurtma va ijtimoiy etik marketing ishlab chiqaruvchi, iste'molchi va jamiyat manfaatleri monandligining asosi bo'lib bormoqda.

Servis iqtisodiyotidagi har qanday korxonaning mazmuni – bu, iste'molchilarni yaratishdir. Zamonaviy iqtisodiyotning iqtisodiy paradigmasi – uch guruh masalalarini echish uchun strategik marketingga o'tishdir:

- ushbu biznes (korxona) mahsulotlarining (xizmatlarining) iste'molchisi kim?
- iste'molchi uchun mahsulotlar (xizmatlar) qadrliligi nimada?
- konkret iste'molchi tomonidan olinadigan mahsulotlar (xizmatlar) qadrliligi vaqt bo'yicha qanday o'zgaradi?

Mahsulot taklifi talabni vujudga keltirishi mumkin, lekin eng asosiysi, bunday taklifni qanday amalga oshirish lozim. SHu sababli taklif shunday shaklda taqdim etilishi lozimki, inson unga munosabat bildirishni xoxlasin. Buning natijasi

sifatida insonning konkret holatda o'zini tutish xususiyatlarini bilish lozim. Ehtimol teskarisi ham bo'lishi mumkin, ya'ni talab taklifni vujudga keltiradi.

Real hayotda talab va taklifga ushbu ikki yondoshish bir vaqtning o'zida ishlashi lozim.

Hozirgi davr iqtisodiyoti strukturasidagi yuqori «pog'onani» katta monopoliya (korporatsiyalar, moliya-sanoat guruhleri, transmilliy korporatsiyalar), pastgisini esa kichik tadbirkorlik (biznes) korxonalari egallaydilar. Birinchilarning soni ko'p emas (ma'lum reytinglarda qayd etiladigan 1000 ga yaqin kompaniyalar). Kichik tadbirkorlik (biznes) korxonalarining soni, rivojlangan davlatlarda juda katta raqamni tashkil etadi. SHu bilan birga tavsifli xususiyat ko'zda tashlanadiki, davlatning ijtimoiy-iqtisodiy darajasi xo'jalik yurituvchi sub'ektlar soni bilan to'g'ridan to'g'ri bog'liqdir. Bunday holat standart mahsulotning konkret iste'molchilarning talablariga samarali «moslashishi», iste'molchilar vazifalarini samarali echish bilan izohlanadi.

YUqorida qayd qilinganlardan shunday xulosa qilish mumkinki, mehnat taqsimoti ixtisoslashish samarasida namoyon bo'lmoqda. Servis tadbirkorlarining firmali stili ham muhim ahamitga ega. Firmali stil tadbirkor (tadbirkorlik firmasi) jozibador imidjini (obrazini) yaratishning muhim omili bo'lib hisoblanadi.

3.2-mavzu. Real sektorda tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari

Mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik manfaatlarini ishonchli himoya qilish, ularning kelgusi rivojini munosib ta'minlash maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi farmoni butun mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy hayotini qamrab olganligi bilan bir qatorda birgina kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda tizimli, tanqidiy va kompleks yondashuv zarur ekanligini ko'rsatib berdi. Harakatlar strategiyasining beshta ustuvor yo'nalishida keltirilgan har bir vazifaning bajarilishida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning o'rni nihoyatda beqiyosdir.

Jumladan, “Iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo‘nalishlari” deb nomlangan uchinchi ustuvor yo‘nalishda mamlakatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish maqsadida quyidagilar ustuvor vazifa deb belgilangan:

- milliy iqtisodiyotning mutanosibligi va barqarorligini ta‘minlash, uning tarkibida sanoat, xizmatlar ko‘rsatish sohasi, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik ulushini ko‘paytirish;

- fermer xo‘jaliklari, eng avvalo, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarayotgan, qayta tayyorlanayotgan, tayyorlash, saqlash, sotish, qurilish ishlari va xizmatlar ko‘rsatish bilan shug‘ullanayotgan ko‘p tarmoqli fermer xo‘jaliklarini rag‘batlantirish va rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish;

- xususiy mulkning huquq va kafolatlarini ishonchli himoya qilishni ta‘minlash, barcha turdagi to‘sqinliklar va cheklanishlarni bartaraf etish, xususiy tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirish yo‘lida to‘liq erkinlik berish, amaliyotda “Agar xalq boy bo‘lsa, davlat ham boy va kuchli bo‘ladi” degan prinsipni amalga oshirish;

- kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni keng rivojlantirish uchun qulay ishbilarmonlik muhitini yaratish, tadbirkorlik tuzilmalarining faoliyatiga davlat, nazorat va huquqni muhofaza qiluvchi organlarning noqonuniy aralashuvini qat‘iy oldini olish.

Tadbirkor, ishlab chiqaruvchi oddiy yashash matiqidan kelib chiqqan holda o‘z mahsulotini sodda va universal qilishga harakat qiladi. Ta’luqli shakl o‘zgartirish va sozlash orqali, ushbu mahsulot katta sonli iste’molchilar uchun foydali bo‘lib boradi va ko‘p sonli foydalanuvchilarni «qamrab olish» imkonini beradi. SHubhasiz, haridor mahsulotni o‘zining konkret vazifalarini hal etish uchun harid qiladi. Ular o‘z navbatida turli xil bo‘lishi mumkin. Iste’molchi odatda, o‘z ishlab chiqarishi uchun vositalarni komplektlashtirish, sozlash, shakl o‘zgartirish va boshqalarini mustaqil ravishda amalga oshirishni xoxlamaydi, va aksincha to‘liq foydalanishga tayyor bo‘lgan «jihoz» (kompleksni) olishni afzal ko‘radi. Servis tadbirkorlari, aynan universal mahsulotlarni shaxsiy manfaatlarga

yakka tartibdagi «moslash» ishlari bilan shug'ullanishadilar, ya'ni ular biznesning ma'lum sohasida konkret foydalanuvchining konkret vazifalarini hal etish uchun tizimlarni yaratishadilar. Undan tashqari ular odatda kelgusidagi qo'llab-quvvatlash va servisni ta'minlashadilar. Qo'shilgan qiymat esa asbob-uskuna bahosining oshishi hisobiga emas, balki asosini turli xildagi xizmatlarini taqdim etish hisobiga namoyon bo'ladi. Distribyuterlar va servis tadbirkorlarining yaqin hamkorligida, ko'pincha ayrim funksiyalarning ushbu ikki strukturalar o'rtasidagi qayta taqsimlanishi vujudga keladi. Oxirgi paytlarda distribyuterlarning ko'pchiligi konkret buyurtmachi uchun sistemalarni terish bilan shug'ullanisha boshladilar. Buning uchun ular odatda omborlar maydonlarida maxsus markazlar tashkil eta boshlashdi. Bu o'z navbatida servis tadbirkorlarining ishlarini ancha engillashtirdi va asosiy e'tiborni mijozlar bilan munosabatlarga, yangi buyurtmalar va xizmat qo'rsatishlarga qaratishlariga imkon yaratdi. SHunday qilib, biznesni rivojlantirish uchun hozirgi bosqichlarda distribyuterlar avvallari o'zlariga xos bo'lmagan funksiyalarni olishmoqdalar, shu tariqa tor ixtisoslashtirish davriga barham berilmoqda va distribyusiya shakllarining tadbirkorlik takomillashtirilishi amalga oshmoqda.

Servis iqtisodiyotining axborot resurslari an'anaviy iqtisodiy tizimning barcha qirralari mulk tushunchalariga asoslanadi. Lekin mulk predmetlari o'zlarining tabiatlariga ko'ra cheklangan va kam sonli holda mavjud bo'lsa, «intellektual mulk» bo'lgan axborot bundan mustasnodir. Axborot bilim singari bitmas tuganmasdir. Faoliyatning turli sohalarida axborotni to'plash, saqlash, qidirish, qayta ishlash, o'zgartirish, tarqatish va foydalanish, raqobat kurashida muvoffaqiyat uchun hal etuvchi ahamiyatga ega bo'lib bormoqda. Hozirgi axborot davrida tadbirkorlar uchun o'ta muhim ahamiyatni nafaqat pritsipial yangi mahsulotni yaratish, balki ishlab chiqarishda yangi yo'nalishni shakllantirish uchun asos soladigan mahsulot yoki xizmatni yaratish (yangi bozor) hisoblanadi. Faqat shu holatdagina korxona (tashkilot) dastlab milliy, keyinchalik dunyo bozoriga chiqishda ishlab chiqarish harajatlarning to'g'ri keladigan darajasi va havf hatarning darajasini kamaytirishga umid qilishi mumkin. Raqobat-bozorida

tadbirkorlik yo‘nalishi biznesning axborot yakka tartiblashtirilishi vositalari yordamida ajralib turadi. Qonunchilikka mos ravishda axborotga xususiy mulk tushunchasi vujudga keladi, axborotning o‘zi esa fuqarolik xuquqlari ob’ekti maqomini oldi. Bilim uning egasining intellektual mulkida namoyon bo‘ladi. Agrar sivilizatsiyada iqtisodiyotning asosiy resursi bo‘lib, er va past malakali mehnat resurslari hisoblangan. Industrial jamiyatda tabiat resurslarini qayta ishlashning ko‘p kapital talab qiladigan texnologiyasi hukmronlik qiladi, mehnatga esa yuqori malakali talablar qo‘yiladi. Industrial sivilizatsiyaning asosi bo‘lib, gigant buyumlashtirilgan-energetik oqimlar bo‘ladi, lekin ular iqtisodiyotda kerakli darajada ratsional ishlatilmagan.

Jamiyatning postindustrial davrida va ko‘proq fan talab texnologiyalarga o‘tishi axborot resurslarini aktiv aylanishga jalb qiladi va mutaxassislar mehnat malakasiga talablarni oshiradi. Aynan axborot barcha mavjud turdagi resurslardan tejamli foydalanish imkonini yaratadi. Axborotdan intensiv foydalanish mahsulotning material sig‘imi va elektr sig‘imini keskin kamaytirish imkonini beradi. «Tutayotgan trubalar va doimiy yonayotgan olovlar» davridagi industrial ishlab chiqarish o‘z joyini bilim, tushinish va aniq axborot asosidagi ishlab chiqarishga bo‘shatib bermoqda. U asta-sekinlik bilan postindustrial jamiyatning ekologik toza, ko‘pincha chiqitsiz va iqtisodiy samarali ishlab chiqarishiga aylanib bormoqda. Har qanday iqtisodiyotning bosh muammosi-cheklangan resurslarga bardosh berishdir. Lekin mavjud resurslardan turli yo‘llar bilan foydalanish mumkin. Tadbirkor uchun eng muhim masala bo‘lib, iqtisodiy resurslarni qaerda va qanday to‘plash to‘g‘risidagi qaror hisoblanadi. Asosiy (ustuvor) yo‘nalishni hal etish uchun resurslarni kerakli vaqtda va kerakli joyga to‘planishi to‘g‘risida, tadbirkorlar tomonidan iqtisodiy qarorlar qabul qilishlariga axborot katta yordam beradi. Bilimlar «insonning qo‘lini uzaytirmaydi», lekin uning intellektual imkoniyatlarini kengaytiradi, «insonni o‘tmishdoshlar elkasiga ko‘tarishga» yordamlashadi. Tizimga birlashtirilgan bilimlar, tadbirkorning kasbiy omilkorligini oshiradi va uning harakatlarini qo‘yilgan maqsadlarga tejamli va aniq erishishga yo‘naltirishga imkon yaratadi.

Servis iqtisodiyotidagi axborot texnologiyalari o'zni ortib bormoqda. Bahoning o'ldhovi sifatidagi jismoniy mehnat, iqtisodiyotda asta sekinlik bilan o'z ahamiyatini yo'qotib bormoqda, u ijtimoiy turmushning barcha sohalarida minimallashtirmoqda.

Ekran madaniyati ustun bo'lmomqda. YA'ni displey tasvirlarini kompyuter ekranida dinamik, aktiv muloqat tavsifida, ekran tekstining hamkor bilan o'zaro aloqaligida qayta ishlash uchun imkon yaratadi. Ekran madaniyati matematik hisob-kitoblarni amalga oshirish yoki grafiklarni chizish bilan tugamaydi, balki axborot bilan ijodiy ishlash uchun yangi displey axborot muhitini yaratishni vujudga keltirish uchun. «Ekran» deganda kompyuter ekranidagi axborotning «porsiyasi» tushuniladi. Ushbu madaniyat o'z ichiga ishtirokchilarning o'zlarini tutishlari va og'zaki so'zlarini, animatsion modellashtirishni, yozma tekstlarni va boshqalarni bemalol oladi. SHu bilan birga uning kitob madaniyatidan farqi shundaki, ekran tekstining hamkor bilan o'zaro munosabatlarining dinamik, o'zgaruvchan muloqat tavsifidadir. Ekran madaniyati yangi intellektual mahsulotlar iqtisodiyotining asosi bo'lib bormoqda. Bilimlarni to'plash va uzatishning elektron shakli jamiyatni axborotlashtirishning asosi bo'ldi. Qotib qolgan emperik emas, balki dinamik bilimlar va ilmiy asoslangan ishlab chiqarish tajribasi, bevosita ishlab chiqarish kuchi bo'lib bormoqda va ishlab chiqarishga fantalab va chiqitsiz texnologiyalarning joriy etilishini ta'minlamoqda.

Servis iqtisodiyotining asosini yangi axborot iqtisodiyoti tashkil etadi. Bilimlarni to'plash, uzatish va foydalanishning elektron shakli, «ekran madaniyati» asosida intensiv kompyuter o'qitilishi tarmoqli axborot texnologiyalari bazasida biznes va tadbirkorlik sohalaridagi o'zgarishlar, tadbirkorlik faoliyatidagi oldindagi o'zgarishlar uchun muhim bo'lib hisoblanadi. Axborotlashtirish sohasidagi ushbu yutuqlar jamiyatning yangi ishlab chiqaruvchi kuchlarining to'g'ilishi uchun asosni yaratdi. Zamonaviy axborot texnologiyasi tadbirkorga har qanday elektron massivlar (ma'lumot bazalariga) bir zumda va oddiy ulanish imkonini beradi va ulardan biznes yoki madaniyat maqsadida aktiv o'rganish, malaka oshirish, dam olish va ijod maqsadlarida foydalanish imkonini beradi.

Yangi axborot texnologiyalarining amaliy ahamiyati shundan iboratki, u ketma-ket ishlab chiqarish jarayonini paralelga aylantirish imkonini beradi. Bu shuni anglatadiki, mahsulotni yaratish va ishlab chiqarish jadallashmoqda. Servis tadbirkorining ishlab chiqarishni tashkil etishni shunday amalga oshirish mumkinki, asosiy operatsiyalarni birgalikda bajarish biznes-sheriklar va iste'molchilarga ma'lum bo'ladi. Natijada iqtisodiyot absolyut «tiniqlikka» aylanib boradi. Internetda tadbirkorlik va biznesning o'rni ortib borishi kuzatilmoqda.

Umumiy holda tadbirkorlik va biznes uchun zamonaviy amaliy informatika ta'minlaydigan uchta muhim imkoniyatlarni ta'kidlash mumkin: – taqsimlangan shaxsiy ixtisoslanishlarning amalga oshirilishi (har bir ish joyida uning vujudga kelish joyida axborotni qayta ishlash uchun resurslarning etarliligi, masalan texnologik liniyada, o'lchov uchastkasida, omborda, buxgalteriyada, moliyaviy bo'limda va hokazolarda); rivojlangan kommunikatsiya vositalarini tashkil etish. Bunda barcha ish joylari elektron vositalari orqali bir birlari bilan bog'lanishgan va xoxlagan paytda o'zaro xabarlarini jo'natishga imkoniyat yaratiladi va korxona ma'lumotlar bazasi shaklidagi markazlashtirilgan axborotga kirish mumkin; egiluvchan global kommunikatsiyaga o'tish. Unda har qanday korxona dunyo axborot oqimiga qo'shiladi va dunyo tarmog'i «internet»dan axborot olishi va unga axborot berishi mumkin.

Internet tadbirkorlik va biznes uchun yangi va juda katta imkoniyatlarni taqdim etmoqda:

A. Korxona internetga uzatilgan o'z axborot massivlari orqali «barchaga» ma'lum bo'ladi yoki global axborot tizimiga qo'shilish orqali dunyo bozori uchun ochiq bo'ladi. U o'z «axborot darvozasini» ochib qo'yadi, va o'z firmasi, mahsulotlari (xizmatlari) «axborot obrazini ko'rsatish orqali hamkorlikka chaqirish imkoniga ega bo'ladi. Korxona reklama kompaniyasini amalga oshirish va internetning barcha ish muhitida «faoliyatini» amalga oshiradi.

B. Mumkin bo'lgan mijozlar yoki hamkorlar «axborotni ol» tamoyili bo'yicha korxona mahsulotini topishi mumkin va hamkorlikni taklif etishi yoki mahsulotni (xizmatni) harid qilishlari mumkin. Xarid qilish (sotib olish)

shuningdek internet orqali ham amalga oshiriladi: buyurtmaning elektron blanka «mahsulotning axborot obrazi» bilan birgalikda joylashtiriladi (yoziladi). Foydalanuvchiga o'z xoxishini belgilash kifoya xolos va buyurtma uchun talabnoma uni bajarish bosqichlari bo'yicha «harakatni boshlaydi».

SHunday qilib, internetda axborot bozori vujudga kelishi ushbu bozor har qanday vositalardan ozod bo'ladi va yiliga 365\366 kun va sutkasida 24 soat harakat qiladi. Uning asosiy resursi-axborot va vaqt.

V. Korxona dunyo axborot resurslariga operativ kirish huquqiga ega bo'lganidan so'ng, qolgan bozor mahsulotlarini (tovarlar va xizmatlar) o'rganish asosida, o'z tovarini shunday ko'rsatishi mumkinki, ya'ni uni farqlash, ajratish va farqlanuvchi xususiyatlarni ajratgan holda iste'molchiga jozibador qilib ko'rsatish imkoniga ega bo'ladi.

G. Bozor talablarini qondirish uchun korxona o'zining operatsion sistemasini doimiy ravishda modernizatsiya qilishni amalga oshirish lozim. SHu maqsadda korxona axborot va energiyaning qayta shakllantirishni yangi progressiv texnologiyalarini qo'llashi lozim va zamonaviy axborot vositalari orqali operatsion sistemani boshqarishning takomillashgan avtomatlashtirilgan usullarni joriy etishlari lozim. SHu narsa aniq bo'lib bormoqdaki, manipulyatorlar va robotlar, egiluvchan operatsion tizimlar, zamonaviy «ishchi stansiyalar» insonga ishlab chiqarishda faqat ijobiy nazorat funksiyasini qoldirishmoqdalar.

D. SHubhasiz yangi axborotlar texnologiyasi ma'lum bo'lgan bilimlarga kirish xuquqini ta'minlaydi, lekin axborotni tarqatish (uni markazlashtirish) qonunlari qandaydir bir ma'lum qirra bo'yicha barcha axborotni to'plashga imkon bermaydi.

Kalit so'zlar:

kichik biznes, xususiy tadbirkorlik, «assortiment portlashi», kompaniya-gigantlar, distrebyuter, diller, servis tadbirkori, ekran madaniyati , mahsulotning axborot obrazi

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. «Assortiment portlashi» deganda nimani tushunasiz?
2. Kompaniya-gigantlarni sanab bering?
3. Servis tadbirkoriga izoh bering
4. Iste'molchi uchun mahsulotlar (xizmatlar) qadrliligi nimada?
5. Konkret iste'molchi tomonidan olinadigan mahsulotlar (xizmatlar) qadrliligi vaqt bo'yicha qanday o'zgaradi?
6. Servis tadbirkorlarining hozirgi davr iqtisodiyotidagi o'rni nimadan iborat?
7. Servis tadbirkorlarining firmali stiliga misol keltiring
8. "Iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo'nalishlari" deb nomlangan uchinchi ustuvor yo'nalishda mamlakatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish maqsadida quyidagilar ustuvor vazifasini ko'rsatib bering
9. Real sektorda servis tadbirkorining mahsuloti va texnologiyalarini tasvirlab bering.
10. Servis iqtisodiyotining axborot resurslarini sanab bering.
11. Ekran madaniyati deganda nimani tushunasiz?
12. Tadbirkorlik va biznes uchun zamonaviy amaliy informatika ta'minlaydigan uchta muhim imkoniyatlarini aytib bering?
13. Internet tadbirkorlik va biznes uchun qanday imkoniyatlarni taqdim etmoqda?

IV-bob.REAL SEKTORDA ASOSIY TURDAGI SERVIS XIZMATLARNING TASNIFI VA TAVSIFI

- 4.1.Uy-joy kommunal servis xizmat ko'rsatishning turlari va shakllari.
- 4.2. Qurilish tarmog'ida servis xizmat ko'rsatishning turlari va shakllari.
- 4.3.Avtotransport tarmog'ida servis xizmat ko'rsatishning turlari va shakllari
- 4.4. Savdo servis xizmat ko'rsatishning turlari va shakllari.
- 4.5.Umumiy ovqatlanish korxonalarida servis xizmat ko'rsatishning turlari va shakllari

4.1-mavzu. Uy-joy kommunal servis xizmat ko'rsatishning turlari va shakllari

O'zbekiston Respublikasi Uy-joy kommunal xizmat ko'rsatish vazirligi 2017 yil 18 apreldagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Uy-joy kommunal xizmat ko'rsatish tizimini boshqarishni yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-5017-sonli Farmoniga asosan tashkil etilgan.

O'zbekiston Respublikasi Uy-joy kommunal xizmat ko'rsatish vazirligining asosiy vazifalari va faoliyat yo'nalishlari:

- uy-joy kommunal xizmat ko'rsatish sohasida yagona davlat siyosatini yuritish va tarmoqlararo muvofiqlashtirishni amalga oshirish;
- ko'p xonadonli arzon uylar qurilishi bo'yicha davlat dasturlari amalga oshirilishini ta'minlash, ko'p xonadonli arzon uylar, suv ta'minoti, kanalizatsiya, issiqlik ta'minoti ob'ektlari qurilishi bo'yicha buyurtmachi funksiyalarini amalga oshirish, eski va avariya holatidagi uy-joylar buzilishini tashkillashtirish;
- ko'p xonadonli uylarning texnik holatini monitoring qilish, shu jumladan, ko'p xonadonli uy-joy fondini mukammal va joriy ta'mirlash ishlarini tashkil qilish;
- xususiy uy-joy mulkdorlari shirkatlari faoliyatini muvofiqlashtirish, ko'p xonadonli uy-joy fondini saqlash, ulardan foydalanish va ekspluatatsiya harajatlarini aniqlash bo'yicha talablarga, ko'p xonadonli uylarni texnik ekspluatatsiya qilish qoidalari va normalariga, ko'p xonadonli uylarga tutash hududlarning sanitariya normalari, qoidalari va gigiena normativlariga muvofiq holda saqlanishiga rioya etilishi ustidan nazoratni amalga oshirish;
- suv ta'minoti va kanalizatsiya ob'ektlarini, issiqlik ta'minoti tizimlarini aholi punktlarini rivojlantirish sxemalari va bosh rejalari bilan bog'lagan holda rivojlantirish, modernizatsiya va rekonstruksiya qilish dasturlarini ishlab chiqish hamda ularning sifatli bajarilishini tashkillashtirish, mazkur soha tashkilotlari faoliyatini muvofiqlashtirish va boshqaruvini ta'minlash;
- uy-joy kommunal xizmat ko'rsatish tizimiga resurs va energiya tejaydigan texnologiyalar hamda uskunalarni tadbiq etish, jumladan, uy-joy

kommunal xo‘jaligi ob‘ektlarini zamonaviy hisoblash o‘lchov asboblari bilan jihozlash, qurilish-montaj ishlari tannarxining pasayishini ta‘minlaydigan mahalliy, zamonaviy va sifatli qurilish materiallari hamda buyumlarini keng qo‘llash;

- uy-joy kommunal xizmat ko‘rsatish sohasida normativ-huquqiy bazani takomillashtirish bo‘yicha takliflar tayyorlash, rivojlangan xorijiy mamlakatlarning ilg‘or tajribasini inobatga olgan holda uy-joy kommunal xizmat ko‘rsatishning zamonaviy shakl va usullarini ishlab chiqish hamda joriy etish;

- O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi bilan kelishilgan holda suv ta‘minoti, kanalizatsiya, issiqlik ta‘minoti bo‘yicha ko‘rsatiladigan xizmatlarga ta‘rif siyosatini shakllantirish, uy-joy kommunal xizmat ko‘rsatish sohasi tashkilotlarining iqtisodiy barqarorligini mustahkamlash yuzasidan kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirish;

- uy-joy kommunal xizmat ko‘rsatish sohasi uchun kadrlar tayyorlash bo‘yicha takliflar kiritish, o‘quv stajirovkalarini chet ellarda o‘tkazishni nazarda tutgan holda kadrlarni qayta tayyorlash va malakasini oshirishni tashkil etish, zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, dasturiy mahsulotlar, idoraviy axborot tizimlari va ma‘lumotlar bazasi joriy etilishini nazarda tutish.

Ushbu xizmatlar bino va qurilmalar, suv oqova va suv ta‘minoti tizimlari, issiqlik va energiya ta‘minotining normal holatda bo‘lishligini ta‘minlaydi.

Ushbu turdagi xizmatlarni taqdim etish, kommunal xizmatlarni taqdim etish bo‘yicha qoidalar bilan tartibga solinadi.

Kommunal xizmatlarning bajaruvchilari bo‘lib hisoblanadilar:

- o‘zlarining mulki sifatida, to‘liq xo‘jalik ixtiyorida va operativ boshqaruvida bo‘lgan turar joy va muxandislik infratuzilmalar mavjud tashkilotlar va muassasalar. Ular davlat (mahkama), ijtimoiy uylarda yashaydigan insonlarga kommunal xizmatlarni ko‘rsatish bilan shug‘ullanishadilar;

- iste‘molchiga kommunal xizmatlar taqdim etuvchi korxona (xususiy turar joy fondida yashaydigan iste‘molchilar uchun);

- kondominiumlar, o‘rtoqliklar va mulkdorlarning boshqa birlashmalari ularga ko‘p xonali uylarni boshqarish topshiriladi.

Ular xizmat ko'rsatish va kommunal xizmatlar taqdim etish bo'yicha (jamoa mulkiga ega bo'lgan turar joy fondida yashovchi iste'molchi) uchun shartnomalar tuzishadilar. Kommunal xizmatlar iste'molchisi bajaruvchi bilan yollash, ijara yoki turar joy binolariga xizmat ko'rsatish bo'yicha tuzilgan shartnoma asosida xo'jalik-maishiy ehtiyojlar uchun xizmatdan foydalanuvchi va foydalanish niyatida bo'lgan fuqaro. Iste'molchilarga taqdim etilayotgan xizmatlar tarkibi, turar joy va xonadonlarning obodonlashtirish darajasiga bog'liq bo'ladi.

Kommunal xizmat ko'rsatishlarning asosiy guruhlariga quyidagilar kiradi:

- suv ta'minoti bo'yicha xizmatlar;
- issiq suv ta'minoti bo'yicha xizmatlar;
- elektr ta'minoti bo'yicha xizmatlar;
- isitish bo'yicha xizmatlar;
- yo'l xo'jaligi va muxandis himoyasi xizmatlari;
- ko'kamlashtirish va dekorativ gulchilik xizmatlari;
- shahar va hududlar maydonlarini sanitariya-pokizalik tozalash bo'yicha xizmatlar.

Kommunal xizmatlar davlat, ijtimoiy binolarda yashovchi fuqarolarga yollash yoki ijara shartnomasiga taaluqli ravishda taqdim etiladi, shuningdek davlat, va ijtimoiy turar joy binolarida, turar joy binolari mulkdorlari tomonidan xizmat ko'rsatish shartnomasiga mos ravishda amalga oshiriladi.

4.2-mavzu. Qurilish tarmog'ida servis xizmat ko'rsatishning turlari va shakllari

O'zbekiston Respublikasi Qurilish vazirligi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 2 apreldagi «Qurilish sohasida davlat boshqaruvi tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi PF-5392-son Farmoniga muvofiq tashkil etilgan.

O'zbekiston Respublikasi Qurilish vazirligining asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- shaharsozlik va qurilish uchun muhandislik-texnik izlanishlar sohasida yagona davlat ilmiy-texnika siyosatini olib borish, mehnat unumdorligini oshirish, qurilish-montaj ishlari qiymatini kamaytirish, resurslardan oqilona foydalanishni ta'minlaydigan energiya jihatidan samarali va energiyani tejaydigan innovatsion loyihalar va echimlarni kurilish faoliyatiga joriy etish;

- respublika hududida aholini joylashtirishning bosh sxemasini, Qoraqalpog'iston Respublikasi, viloyatlar, Toshkent shahar, tumanlar, shaharlar hududlarini rejalashtirish sxemalarini, aholi punktlarining bosh rejalarini va boshqa shaharsozlik xujjatlarini ishlab chiqish va tasdiqlashni tashkil qilish, ularning amalga oshirilishi ustidan monitoring olib borish;

- shaharsozlik sohasida davlat siyosatining asosiy yo'nalishlari bo'yicha takliflar tayyorlash, arxitektura-qurilish faoliyatini rivojlantirishning uzoq muddatli va o'rta muddatli davlat dasturlarini ishlab chiqish, hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning tarmoq va hududiy dasturlarini tayyorlashda ishtirok etish;

- loyiha ishi va qurilish faoliyatini muvofiqlashtirish, loyiha-qidiruv tashkilotlarining ish samaradorligini oshirish va hududiy tarmoqlarini kengaytirish, yakka tartibdagi, namunaviy, takroran qo'llaniladigan va eksperimental loyihalarni va loyiha echimlarini ishlab chiqishni tashkil etish, shaharsozlik xujjatlarini ekspertiza qilish;

- shaharsozlik va shaharsozlik faoliyatining normativ-huquqiy bazasini yanada takomillashtirish va yangilash, idoraviy qurilish norma va qoidalari ishlab chiqilishini muvofiqlashtirish, loyihalash, qurilish, qurilish materiallari va buyumlarini ishlab chiqarish sohasida standartlashtirish ishlarini amalga oshirish;

- arxitektura, loyihalash va qurilish sohasida malakali kadrlarni tayyorlashga, ixtisoslashtirilgan ta'lim muassasalarida o'quv jarayonining darajasi va sifatini tubdan yaxshilashga, qurilish sohasida, jumladan, chet eldagi etakchi ilmiy-tadqiqot muassasalarida loyihachilar va mutaxassislarni qayta tayyorlash va malakasini oshirishga ko'maklashish.

Ushbu xizmatlar iste'molchilarga ta'mirlash imkoniyatini, turar joy va er uchastkalarini estetik jihatdan takomillashtirish, shuningdek iste'molchilarning

yakka tartibdagi talablari asosida qurilishga bo'lgan talablarini qondirishni ta'minlaydi. Xizmatlar o'z ichiga turar joyni loyihalashtirish, qurilish ishlari iste'molchilar buyurtmasiga ko'ra bino va qurilmalarini tamirlash, ekspluatsiyaga kommunikatsiyalarni (issiqliq, elektrik, gaz, suv, suv oqova) ishga tushirish, maslahatlarini oladi.

Turar joyni qurish va tamirlash bo'yicha xizmatlar iste'molchilarga o'z vaqtida va sifatli ravishda binolar, turar joylar va xo'jalik qurilmalarini qurish va ta'mirlash imkonini beradi. Iste'molchilarga turar joyni ta'mirlash, uylar va xonadonlarni modaning zamonaviy tendensiyalariga mos ravishda memoriy-dizaynerlik jihozlanishi bo'yicha xizmatlar zarur. Turar joyni qurish va ta'mirlash bo'yicha xizmatlarni keng assortimentdagi qurilish va pardozlash ishlarini amalga oshiruvchi qurilish-montaj va ishlab chiqarish korxonalari, firmalar va ustalar brigadalari tomonidan ko'rsatiladi.

Turar joyni ta'mirlash va qurish bo'yicha xizmatlar, buyurtmachi manziliga borish natijasida amalga oshiradi, loyiha-konstruktorlik ishlari bevosita korxona ofisida bajariladi.

Turar joyni ta'mirlash va qurish bo'yicha xizmatlar taklif etayotgan servis korxonalari, tashrif buyuruvchilarni qabul qilish uchun binolar, ma'muriy va ombor binolariga egadirlar. Qurilish ishlarini bajarish qurilish maydonchalarida amalga oshiriladi.

Materiallar va inventarlar, qurilish ishlarini mexanizatsiyalashtirish vositalarini joylashtirish uchun ombor binolari va garajlardan foydalaniladi.

Qurilish ishlari uchun turli ishlab chiqarish-texnologik asbob-uskunalar, vaqtinchalik muxandislik qurilmalari, qurilish texnikasi va jihozlardan foydalaniladi.

Qurilish va ta'mirlash uchun materiallar buyurtmachi tomonidan taqdim etiladi yoki bajaruvchi tomonidan harid qilinadi. Qurilish materiallarini tayyorlash uchun duradgorlik, slesarlik, payvandlash sehlari, qurilish materiallarini ishlab chiqarish bo'yicha sehlardan foydalaniladi.

Qurilish ishlarida qo'llaniladigan asosiy materiallar bo'lib, sement, tosh, qurilish g'ishti, qoplama va pardozlash materiallari, lak bo'yoq materiallari hisoblanadi.

Xizmat ko'rsatish buyurtmachi bilan ishlash, loyiha-smeta hujjatlarini tuzishni ko'zda tutadi. Ushbu ishlarda me'morlar, muxandis-loyihalashtiruvchilar va boshqalar ishtirok etishadilar. Ta'mirlash-qurish ishlari, qurilish mutaxassisliklariga ega bo'lgan malakali ishchilar (qurilish brigadalari) tomonidan bajariladi. Qurilish-ta'mirlash brigadalari tarkibiga qurilish mutaxassisliklariga ega bo'lgan usta g'isht teruvchi, beton quyuvchilar, elektriklar, suvoqchilar, yordamchi ishchilar va hokazolar kiradi. Buyurtmani qabul qilish va uni aniqlashtirish bo'yicha iste'molchilar bilan ishni menejer va me'mor olib boradi. Qurilish va ta'mirlash bo'yicha xizmatlar ko'rsatish hozirgi davr talablari darajasiga javob beradigan progressiv texnologiyalar asosida amalga oshirilishi lozim.

4.3-mavzu. Avtotransport tarmog'ida servis xizmat ko'rsatishning turlari va shakllari

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 1 fevraldagi "Transport sohasida davlat boshqaruvi tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-5647-son Farmoni bilan O'zbekiston avtomobil transporti agentligi negizida O'zbekiston Respublikasi Transport vazirligi tashkil etildi. Vazirlik avtomobil, temir yo'l, havo, daryo transportlari, metropoliten, shuningdek, yo'l xo'jaligini rivojlantirish sohasidagi yagona davlat siyosatini ishlab chiqish va amalga oshirish bo'yicha davlat boshqaruvi organi hisoblanadi. Vazirlikning vakolatlari va vazifalari yuqoridagi qayd etilgan Farmon, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 1 fevraldagi «O'zbekiston Respublikasi transport vazirligi faoliyatini tashkil etish to'g'risida»gi PQ-4143 sonli qarori hamda bilan belgilab berilgan.

Vazirlik unga yuklangan vazifalar va funksiyalarni bevosita hamda uning tuzilmasiga kiruvchi hududiy bo'linmalar va idoraviy mansub tashkilotlar orqali amalga oshiradi.

Quyidagilar Vazirlikning asosiy vazifalari hisoblanadi:

1.Transportning barcha turlarini O‘zbekiston Respublikasi yagona transport tarmog‘iga integratsiyalashtirish va yangi samarali transport-logistika tizimlaridan foydalanish asosida birgalikda rivojlantirishga yo‘naltirilgan yagona davlat transport siyosatini ishlab chiqish;

2.Transport va logistika xizmatlari bozorini rivojlantirishni rag‘batlantirish, ularning barcha toifadagi iste‘molchilar uchun ommabopligini ta‘minlash, shuningdek, sohaga investitsiyalarni jalb etishga yo‘naltirilgan transport sohasidagi yagona tarif siyosatini amalga oshirish;

3.Xalqaro transport koridorlarini rivojlantirish, logistika tizimini takomillashtirish bo‘yicha takliflar ishlab chiqish va chora-tadbirlarni amalga oshirish, mamlakat transport salohiyatidan samarali foydalanish, tadbirkorlik sub’ektlarining transport-logistika xizmatlaridan foydalanishdagi sarf-xarajatlarini kamaytirish;

4.Transport va yo‘l xo‘jaligi sohasida davlat-xususiy sheriklikni rivojlantirish va mamlakatning investitsiyaviy jozibadorligini oshirish;

5.Butun transport tizimini raqamlashtirish bo‘yicha ilg‘or axborot texnologiyalarini joriy etish, O‘zbekiston Respublikasi transport tizimining bir-biriga bog‘langan yagona tizimini istiqbolli rivojlantirish strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish;

6.Avtomobil yo‘llari sohasida yagona texnika siyosatini amalga oshirish, foydalanuvchilar manfaatini hisobga olgan holda, avtomobil yo‘llari, aerodromlar va aeroportlar, vokzallar, temir yo‘llar va transport infratuzilmasining boshqa ob’ektlarini moliyalashtirish, loyihalash, qurish, ta‘mirlash va foydalanish masalalarining kompleks echimini ta‘minlash;

7. Transport sohasida nazoratni amalga oshirish, fuqaro aviatsiyasi va eksperimental havo kemalaridagi halokatlar va baxtsiz hodisalarni, shuningdek, temir yo‘l va daryo transportidagi avariya va halokatlar bo‘yicha tekshiruvlarni tashkil etish va amalga oshirish;

8. Transport va yo‘l xo‘jaligi sohasidagi xalqaro va hududiy hamkorlikni rivojlantirish hisobidan jahon transport xizmatlari bozorida O‘zbekiston Respublikasi milliy manfaatlarini ta‘minlash;

9. Transport sohasidagi joriy va istiqbolli ehtiyojlarni inobatga olgan holda, ta‘lim, kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirishning ilg‘or usullarini tizimli ravishda joriy etish.

Vazirlik o‘ziga yuklangan vazifalarga muvofiq quyidagi funksiyalarni amalga oshiradi:

1. Transportning barcha turlarini O‘zbekiston Respublikasi yagona transport tarmog‘iga integratsiyalashtirish va yangi samarali transport-logistika tizimlaridan foydalanish asosida birgalikda rivojlantirishga yo‘naltirilgan yagona davlat transport siyosatini ishlab chiqish sohasida:

transport va yo‘l xo‘jaligini rivojlantirish, transport sohasining samaradorligi va jozibadorligini oshirish, transport va yo‘l xo‘jaligi sohasida sog‘lom raqobat muhitini shakllantirish bo‘yicha yagona davlat siyosatini amalga oshiradi;

2. Sohalar va hududlarning kompleks, istiqbolli va ilmiy asoslangan rejasini hisobga olgan holda, transport va yo‘l xo‘jaligini rivojlantirishning transport va yo‘l xo‘jaligi sohasidagi vazifalarni izchil va tizimli hal etishni ta‘minlash bilan bog‘liq barcha masalalarni o‘z ichiga olgan uzoq muddatli kelajakka mo‘ljallangan konsepsiyalarini ishlab chiqadi;

3. Transport va logistikani rivojlantirish muammolarini o‘rganishni tashkil etadi va o‘rganish natijalari asosida aniqlangan muammolarni hal etish, Markaziy Osiyo va YOvropa davlatlari o‘rtasida yo‘lovchilar va yuk oqimini optimallashtirish yo‘llarini izlash, milliy transport kommunikatsiyalari orqali xalqaro va mintaqaviy tranzitni rivojlantirish bo‘yicha takliflarni ishlab chiqishni ta‘minlaydi;

4. Xalqaro transport yo‘laklarini rivojlantirish, logistika tizimini takomillashtirish, mamlakatning tranzit salohiyatidan samarali foydalanish, tadbirkorlik sub’ektlarining transport-logistika xizmatlari uchun xarajatlarini

minimallashtirish bo'yicha takliflarni ishlab chiqadi va chora-tadbirlarni amalga oshiradi;

5. Idoraviy mansub tashkilotlar faoliyatiga umumiy rahbarlik qiladi, ular faoliyatini iqtisodiy tahlil qiladi, mazkur tashkilotlar rahbarlari bilan hamkorlikda ularning samarali ishlashini ta'minlaydi;

6. Eksport hajmlarini oshirish va importni optimallashtirish bo'yicha samarali siyosatni amalga oshirish doirasida, transport va yo'l xo'jaligi korxonalarining eksport-import tartib-taomillari monitoringini amalga oshiradi;

7. Transport va yo'l xo'jaligi sohasida yagona texnik siyosatni amalga oshirishni tashkil etadi va muvofiqlashtiradi;

8. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti va Vazirlar Mahkamasi topshiriqlariga binoan hamda shaxsiy tashabbusiga ko'ra, normativ-huquqiy hujjatlar loyihalarini ishlab chiqadi va belgilangan tartibda ko'rib chiqish uchun kiritadi;

9. Faoliyatning belgilangan sohasiga tegishli masalalar bo'yicha normativ-huquqiy hujjatlarni tasdiqlaydi;

10. Idoraviy mansub tashkilotlarning texnik tartibga solish borasida ular faoliyati sohasiga tegishli normativ-huquqiy hujjatlarni ishlab chiqish bo'yicha ishini tashkil etadi va muvofiqlashtiradi;

11. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining Qonunchilik palatasi va Senati, Prezident Administratsiyasi, Vazirlar Mahkamasiga transport va yo'l xo'jaligi sohasidagi normativ-huquqiy bazani takomillashtirish, amaldagi xalqaro transport yo'laklaridan samarali foydalanish va yangilarini tashkil etish bo'yicha takliflarni ko'rib chiqish uchun kiritadi;

12. Vazirlik va idoralar, xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning transport turlari bo'yicha normativ-huquqiy hujjatlari, rivojlantirish dasturlari, tarmoqlarni rivojlantirish bo'yicha transport va yo'l xo'jaligi sohasidagi faoliyatga oid boshqa hujjatlar loyihalarini kelishadi;

13. O'z vakolati doirasida respublikani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish dasturlari loyihalarini ishlab chiqishda ishtirok etadi;

O'zbekiston Respublikasining transport va yo'l xo'jaligini rivojlantirish samaradorligi xalqaro reytinglardagi o'rni yaxshilash tadbirlarini ishlab chiqadi;

Transport va logistika xizmatlari bozorini rivojlantirishni rag'batlantirish, ularning barcha toifadagi iste'molchilar uchun ommabopligini ta'minlash, shuningdek, sohaga investitsiyalarni jalb etishga yo'naltirilgan transport sohasidagi yagona tarif siyosatini amalga oshirish sohasida:

- transport va yo'l xo'jaligi sohasida transport xizmatlari bozorida sog'lom raqobatbardosh muhitni shakllantirish va milliy kompaniyalar manfaatlarini himoya qilishga qaratilgan yagona tarif siyosatini amalga oshiradi;

- O'zbekiston Respublikasida transport sohasida bozor munosabatlarini yanada rivojlantirish va ilg'or axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etishni hisobga olgan holda, aholi va tashkilotlarga ko'rsatilayotgan transport xizmatlariga tariflarni shakllantirishning asosiy yo'nalishlari, konseptual yondashuvlarini belgilaydi;

- tariflarni shakllantirish va qo'llash bo'yicha normativ-huquqiy bazani, jumladan, xalqaro qonunchilik va standartlar talablarini hisobga olgan holda takomillashtiradi;

- transport va yo'l xo'jaligi sohasida tarif siyosati, stavkalar va yig'imlar masalalarini tartibga solish, muvofiqlashtirish va kelishishda ishtirok etadi;

- tashuvchi kompaniyalar bilan hamkorlikda xalqaro tariflar bo'yicha yig'ilishlar va konferensiyalar o'tkazish doirasida takliflarni ishlab chiqadi.

Xalqaro transport koridorlarini rivojlantirish, logistika tizimini takomillashtirish bo'yicha takliflar ishlab chiqish va chora-tadbirlarni amalga oshirish, mamlakat transport salohiyatidan samarali foydalanish, tadbirkorlik sub'ektlarining transport-logistika xizmatlaridan foydalanishdagi sarf-xarajatlarini kamaytirish sohasida: – tranzit salohiyatini rivojlantirish, O'zbekiston Respublikasi hududi bo'ylab o'tuvchi tranzit yo'laklarining raqobatbardoshligini oshirish yuzasidan takliflarni tayyorlash yo'li bilan yagona tranzit siyosatini amalga oshiradi. Bu orqali logistika tizimi samaradorligini oshirish, logistika

samaradorligining xalqaro reytinglarida O'zbekiston Respublikasining o'rnini yaxshilash hamda tadbirkorlik sub'ektlarining transport-logistika xizmatlariga xarajatlarini minimallashtirish bo'yicha chora-tadbirlarni ishlab chiqadi hamda mavjud transport yo'laklarini diversifikatsiyalash va istiqbolilarini rivojlantirish yuzasidan takliflarni, multimodal tashuvlarni rivojlantirish borasida strategiyalarni ham ishlab chiqadi.

Servis markazlari va stansiyalari ta'mirlash va transport vositalari ishini diagnostika qilish uchun asbob-uskunalar bilan jihozlanmoqdalar. Respublikamiz dunyoda avtomobil ishlab chiqaruvchi davlatlar qatoridan joy egallaganligi tufayli, turli rusumdagi ishlab chiqarilayotgan avtomobillar soni yil sayin ortib bormoqda va ushbu turdagi xizmatlar soni va turlari ham kengayib bormoqda. Transport vositalarini ta'mirlash va texnik xizmat ko'rsatish bo'yicha servis tizimi faoliyati naryad-buyurtma, kvitansiya va shartnomalar asosida amalga oshiriladi.

Transport vositalarini ta'mirlash va texnik xizmat ko'rsatish paytida iste'molchilarga qulayliklarni ta'minlovchi qo'shimcha xizmat sifatida, ayrim servis tashkilotlari ommaviy ovqatlanish xizmatlari va dam olish xonalarini taklif etishadilar.

Ehtiyot qismlar va komplekslashtiruvchi detallarga haq to'lash, tomonlarning kelishuvi holda shartnoma shartlariga mos ravishda amalga oshiriladi. YA'ni to'liq yoki qisman (qismlarga bo'lib, to'liq yoki kredit).

Xizmatlar ko'rsatishga harajatlar smetasi ham tuzilishi mumkin.

Ta'mirlash va texnik xizmat ko'rsatish ob'ekti bo'lib, iste'molchining avtotransport vositasi hisoblanadi.

Servis tizimi faoliyati quyidagilarni o'z ichiga oladi:

1. Iste'molchiga xizmat ko'rsatish (transport vositasini qabul qilish va rasmiylashtirish, ta'mirlangan transport vositasini iste'molchiga berish, iste'molchilar bilan hisob-kitob qilish);

2. Xizmatni bajarishning texnologik jarayoni (ta'mirlash va texnologik hisob-kitob bo'yicha ishlarni bajarish yoki mahsulotni tayyorlash).

Avtotransport vositalarini ta'mirlash va texnik xizmat ko'rsatish bo'yicha xizmatlarning bevosita ijrochisi bo'lib, ta'mirlash bo'yicha ustalar (avtomexaniklar, avtoslesarlar, elektriklar), bo'yoqchilar hisoblanadilar.

Servis tashkilotlari tashrif buyuruvchilarni qabul qilish uchun salon, ma'muriy bo'linmalar uchun binolar va avtoservisning asosiy maydonini egallaydigan ishlab chiqarish binolariga egalik qilishadilar.

Ishlab chiqarish binolari tarkibiga quyidagilar kiradi:

- kuzov ishlari sexi;
- bo'yash ishlari sexi;
- kuzovni korroziyaga qarshi qayta ishlash sexi;
- elektr ta'minotini ta'mirlash bo'yicha sexi;
- dvigatellarni ta'mirlash bo'yicha sex;
- avtomobillarning yurish qismini ta'mirlash sexi;
- vulkanizatsiya va g'ildiraklar shinalarini o'rnatish bo'yicha sex;
- nosozliklarni diagnostika qilish bo'yicha laboratoriya;
- avtomobillarni yuvish joyi;
- yoqilg'i quyish (kolonkalari) shahobchalari.

Xizmat ko'rsatish zonasi quyidagilardan tashkil topadi:

- tashrif buyuruvchilarni qabul qilish saloni;
- kutish xonasi va kafe;
- ehtiyot qismlari bilan savdo qiladigan savdo shahobchasi.

Ushbu xizmatlar (avtotransport xizmatlari bagaj va yuklarni transportda tashish bo'yicha xizmatlar, axborot-ma'lumot xizmat ko'rsatish) yo'lovchilar, ularning bagajlari, yuklarni uzoq va yaqin masofalarga tashish bo'yicha aholining ehtiyojlarini qondiradi.

Transport xizmatlari moddiy-texnika bazasi asosida ko'rsatiladi. Uning tarkibiga transport vositalari, transportga xizmat ko'rsatish vositalari, ta'mirlash bo'yicha asbob-uskuna, transport vositalarining turishi va ta'mirlanishi uchun binolar kiradi.

Transport xizmatlarining bevosita bajaruvchilari bo'lib haydash, yo'lovchilar va yuklarni tashish huquqiga ega bo'lgan shaxslar, transport va asbob-uskunalarga xizmat ko'rsatish va ta'mirlash bo'yicha masterlar (ustalar) hisoblanishadilar.

Transport xizmatlarini ko'rsatish oldindan berilgan buyurtma (yoki u siz) bo'yicha xizmat ko'rsatishga shartnomani rasmiylashtirish orqali amalga oshiriladi. YUklarni tashish bo'yicha xizmatlar transport ekspeditsiyasi shartnomasi asosida rasmiylashtiriladi. Transport xizmati-belgilangan normalar va talablarga mos kelgan holda yo'lovchi, yuk jo'natuvchi va yuk qabul qiluvchilarning tashishga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish bo'yicha transport xizmati bajaruvchisining faoliyat natijasidir.

Transport xizmatlari guruhleri va turlarga tasniflashtiriladi.

Transport xizmatlari uch guruhga bo'linadi:

- Yo'lovchi transport xizmatlari;
- YUk transporti xizmatlari;
- Transport ekspeditsiyasi xizmatlari.

Transport xizmat ko'rsatishi-belgilangan norma va talablarga mos kelgan holda iste'molchilarga transport xizmatlari taqdim etish jarayonidir. Transport servisi-yuklarni va yo'lovchilarni tashishda taqdim etiladigan transport xizmatlarining to'plami.

Asosiy transport xizmatlaridan tashqari hamroh xizmatlar ham taqdim etiladi.

Hamroh xizmatlar – yo'lovchi, yuk jo'natuvchi yoki yuk qabul qiluvchilarga transport kompleksi tashkilotlari yoki tadbirkor fuqarolar tomonidan, tashish bilan bevosita bog'liq bo'lmagan, taqdim etilayotgan xizmat, masalan ovqatlanish va aloqa xizmatlari.

Transport xizmatlari yo'lovchi va yuklarni tashishni ta'minlovchi umumiy foydalanishdagi transportdan (temir yo'l, xavo, dengiz, avtomobil, daryo transporti) foydalanish va transport ekspeditsiyalari xizmatlaridan foydalanish yordamida amalga oshiriladi.

Transport xizmatining bajaruvchisi-xizmat ko'rsatuvchi, tashish shartnomasining ishtirokchisi bo'lgan jismoniy va yuridik shaxs.

Transport xizmatining iste'molchisi-xizmatni iste'mol qiluvchi tashish shartnomasi qatnashchisi bo'lgan jismoniy va yuridik shaxs.

Yo'lovchi transportining xizmatlari olti turga bo'linadi;

- yo'lovchi temir yo'l transporti xizmatlari; yo'lovchi daryo transporti xizmatlari;
- yo'lovchi dengiz transporti xizmatlari;
- yo'lovchi xavo transporti xizmatlari;
- yo'lovchi avtomobil transporti xizmatlari;
- yo'lovchi shahar elektr transporti xizmatlari.

Yo'lovchi tashishlar yo'lovchilar tashishning xavfsizligi o'z vaqtidaligi, va qulayligi shuningdek ular bagajlarining saqlanishi bilan bog'liq bo'lgan yo'lovchilarni tashish bo'yicha transport xizmatlari. Transport vositalari yordamida harakat qiluvchi insonlar yo'lovchilar bo'lib hisoblanadilar. Yo'lovchi-tashish shartnomasiga (chiptaga) ega bo'lgan jismoniy shaxs.

Transport xizmatlarining ikkinchi guruhi yuk transporti. Bunday xizmatlar besh guruhga bo'linadi:

- temir yo'l transporti xizmatlari;
- daryo transporti xizmatlari;
- dengiz transporti xizmatlari;
- havo transporti xizmatlari;
- avtomobil transporti xizmatlari.

YUk tashishlar - bu saqlanish va o'z vaqtida etkazish bilan bog'liq bo'lgan moddiy boyliklarning harakati bo'yicha transport xizmatlari.

YUk tashishlar bo'yicha xizmatlarni ko'rsatishda yukni jo'natuvchi va qabul qiluvchi tomonlar mavjud bo'ladi.

YUk jo'natuvchisi - tashish shartnomasida jo'natuvchi sifatida ko'rsatilgan va tashishga yukni topshirgan transport xizmatlarining iste'molchisi.

YUkni qabul qiluvchi-tashish shartnomasida qabul qiluvchi sifatida ko'rsatilgan, tashishdan so'ng yukni qabul qiluvchi transport xizmatlarining iste'molchisi.

Transport xizmatlari tashish shartnomasi asosida ko'rsatiladi.

Tashish shartnomasi - transport xizmatlarining bajaruvchisi va iste'molchisi o'rtasidagi hujjat (kelishuv). Unda tashish bo'yicha tomonlarning o'zaro majburiyatlari va javobgarliklari reglamentlashtiriladi.

Transport xizmatlarining uchinchi guruhi-transport ekspeditsiyasidir.

Transport ekspeditsiyasi-bu yukni jo'natish va qabul qilish jarayonini tashkil qilish bilan bog'liq bo'lgan transport xizmati, shuningdek shartnomaga mos ravishda tashishga bog'liq bo'lgan qolgan ishlarning ham tashkil etilishi.

Transport ekspeditsiyasining asosiy turlariga quyidagilar kiradi:

- yuklarni hujjatlashtirish bo'yicha xizmatlar;
- yuklarni qayta ishlash xizmatlari;
- transport eksplatatsiyasining qolgan xizmatlari.

YUklarni tashishda transport xizmatlarini tashkil etishga va taqdim etuvchi korxona yoki mutaxassis ekspeditor deb nomlanadi.

Yo'lovchi avtomobil transporti xizmatlari quyidagilarga bo'linadi:

- avtotransport vositalaridan foydalanilgan holda yo'lovchilar va ular bagajlarining bevosita harakati bo'yicha xizmatlar;
- avtotransport vositalaridan foydalanilgan holda yo'lovchilar va ularning bagajlarining harakatiga bog'liq bo'lmagan, lekin tashishga bevosita aloqasi bo'lgan xizmatlar.

Tashish xizmatlarni amalga oshirish muntazamligi bo'yicha muntazam va nomuntazam (bir martalik) bo'lishi mumkin.

Tashish parametrlarini o'rnatishda yo'lovchining qatnashish darajasiga bog'liq holda, xizmatlar quyidagilarga bo'linishi mumkin:

- yo'lovchi marshrut to'xtash joyi va jo'nash vaqtini aniqlaydi;
- yo'lovchi to'xtash joyini aniqlaydi, marshrut va harakat jadvali oldindan o'rnatilgan;

- yo'lovchi tashish parametrlarini aniqlashda qatnashmaydi, chunki ular oldindan o'rnatilgan. Yo'l qatnovi turiga bog'liq holda tashishlar shahar ichida, shahardan tashqarida, shaharlararo va davlatlararo bo'lishi mumkin.

Belgilanishiga ko'ra tashish bo'yicha xizmatlar umumiy foydalanishdagi tashishlar va maxsus tashishlarga (maxsus tashkil etilgan insonlar guruhlarini) bo'linadi.

Foydalanilayotgan transport vositalarining turlariga bog'liq holda tashish bo'yicha xizmatlar quyidagilarga bo'linadi:

- avtobuslar bilan tashishlar;
- engil avtomobillar bilan tashishlar;
- yo'lovchilarni tashishga maxsus jihozlangan yuk avtomobillari bilan tashishlar.

Avtotransport vositalaridan foydalanilgan holda yo'lovchilar va ular bagajlarining harakatlari bilan bog'liq bo'lmagan, lekin tashishga bevosita aloqasi bor xizmatlar o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- transportda yurish hujjatlarini sotish bo'yicha xizmatlar (transportda yurish hujjatlarini sotish va qabul qilish, joylarni rezervlashtirish, ko'rsatilgan manzilga chiptalarni etkazish va hokazolar);

- axborot xizmatlari (avtotransport vositalarining jo'nash joyi va vaqti, harakat jadvali, tariflar, tashish qoidalari va boshqalar to'g'risida ko'rinadigan va tovushli axborot taqdim etish);

- tibbiy punktlar, ona va bola xonalari, yo'lovchilarning dam olish xonalarida va boshqa joylarda xizmatlar ko'rsatish;

- sanitar-gigienik xizmatlar ko'rsatish;

- bagajni saqlash bo'yicha harakatlar (bagajni o'rash, saqlash kameralari xizmatlari, tashuvchilar xizmatlari va hokazolar).

Yo'lovchi avtotransportiga umumiy talablar quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- xizmat ko'rsatish jarayonini boshqarishga talablar;

- xizmat ko'rsatish jarayoniga talablar;

- xizmat ko'rsatish natijasiga talablar. Transport xizmatlarini ko'rsatuvchi korxona xodimlari tarkibiga quyidagi mutaxassislar kiradi:

- xizmatlarni ko'rsatishda yo'l harakati xavfsizligi bo'yicha;
- tashishlarni taqdim etish bo'yicha;
- avtotransport vositalarini texnik jihatdan soz holatda ushlab turish, xodimlarning kasbiy yaroqliligini ta'minlash, yo'l harakati xavfsizligini ta'minlash bo'yicha chora-tadbirlarni taqdim etish bo'yicha; xaydovchilar;

- dispetcherlar, kolonna mexaniklari (masterlari), texnik nazorat bo'limlari va hokazolar.

Xizmatlarni ko'rsatishda yo'l harakati xavfsizligini ta'minlash bilan bog'liq bo'lgan rahbarlar va mutaxassislar, avtomobil sohasi bo'yicha oliy va o'rta maxsus ma'lumotga ega bo'lishlari lozim yoki belgilangan tartibdagi maxsus malaka tayyorgarligini o'tkazishlari, shuningdek amalga mos kelishlik attestatsiyasidan o'tganlikni tasdiqlovchi hujjatga ega bo'lishlari lozim.

Xodimlarning (haydovchilarning) tayyorgarligi maxsus o'qitish, yo'riqnomalar, malaka oshirishlar, malaka imtihonlari, attestatsiyalar, sog'liq holatini nazorat qilish asosida amalga oshiriladi. Avtotransport xizmatlarini taqdim etish bo'yicha servis faoliyati, avtotransport vositalarini saqlash, ularga texnik xizmat ko'rsatish va ta'mirlash, davlat texnik ko'riklarini o'z vaqtida o'tkazish, reysdan oldingi va reysdan keyingi texnik ko'riklar, ehtiyot qismlar va materiallarni harid qilish, axborot ta'minoti va boshqalar uchun tashkiliy-texnologik imkoniyatlarni talab qiladi.

Texnik vositalar va xizmatlarning hujjatli ta'minlanishi o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- avtotransport vositalari;
- yoqilg'i-moylash materiallari;
- avtotransport vositalarini ta'mirlash va texnik xizmat ko'rsatish uchun vositalar;

- dispetcherlik aloqa vositalari, asbob-uskunalar, jihozlanish va hujjatlar (yo'l varaqalari, haydovchilarning ish grafiklari);

- haydovchilarning ko'rsatma va tibbiy ko'rikdan o'tganliklari, avtotransport vositalarining texnik ko'riklari, avtotransport vositalarining liniyadan chiqishlarining hisobi va tahlili, harakatni tashkil qilishda aniqlangan kamchiliklar hisobi va yo'llar, ko'chalar holatining jurnallari;

- marshrutlarni kerakli qurilmalar bilan jihozlash va ularning axborot bilan ta'minlanganligi.

Servis faoliyati o'z ichiga oladi:

- reysdan oldingi (reysdan keyingi) xizmat ko'rsatish;
- yo'lovchilarni chiqarish (tushirish) va bagajni yuklashni (tushirish)ni;
- yo'lovchilar va bagajni tashishni.

Reysdan oldingi (reysdan keyingi) xizmat ko'rsatish, yo'lovchilarga (iste'molchilarga) o'z vaqtidagi axborot xizmat ko'rsatish ishlarni avtotransport vositalarini jo'nash (kelish) vaqti va joylari yurish marshrutlari va hokazolar to'g'risidagi axborotlarni, tashish shartnomalarini tuzish, yurish hujjatlarini harid qilish va joylarni rezervlashtirish qulayliklarni tashkil etishni ko'zda tutadi.

Yo'lovchi avtomobil transporti xizmatlari o'z ichiga yo'lovchilarning avtovokzallar va yo'lovchi avtoto'xtash joylarida bo'lishlari uchun qulayliklarni yaratishni o'z ichiga oladi. Yo'lovchilarga kutish zali, dam olish xonalari, bagajni saqlash kameralari, tibbiy xizmat ko'rsatish punktlaridan foydalanish imkoniyatlari taqdim etiladi. Undan tashqari yo'lovchilarga ommaviy ovqatlanish xizmatlari ham taqdim etiladi.

Avtotransport vositalari belgilanishi va bajarilish turiga ko'ra, tashish turlariga, yo'l va tabiiy-iqlimiy sharoitlarga mos kelishi lozim. Yo'lovchilarni tashishni amalga oshiradigan haydovchilar taaluqli kategoriyadagi avtotransport vositalarini boshqarish huquqini beruvchi haydov guvohnomasiga, belgilangan muddatlarda tibbiy ko'rikdan o'tganlikni tasdiqlovchi hujjatga, reysdan oldingi tibbiy ko'rikdan o'tganligi belgisi qo'yilgan yo'l varaqasiga, avtotransport vositasining reysdan oldingi ko'rigiga, hamda alohida turdagi tashishlarni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan qolgan hujjatlarga (harakat grafigiga, xavfli

uchastkalarni ko'rsatgan holdagi marshrut sxemasi va boshqalarga) ega bo'lishlari lozim.

Xizmat sifati o'z vaqtidalik va tezlik, qulaylik, etika va estetika, komplekslik, axborotlilik va ishonchlilik, hammabopligi, bagajning saqlanishi, xavfsizligi, ekologiyaligi bilan tavsiflanadi.

O'z vaqtidalik va tezlik tashish shartnomasida ko'zda tutilgan jadval, avtotransport vositalarining vaqti va tezligi bo'yicha qolgan talablarga mos ravishda tashishni amalga oshirishni ta'minlaydi.

Qulaylik, etika va estetika yo'lovchilarning avtotransport vositalarida, shuningdek harakatning dastlabki, o'rta va oxirgi punktlarida bo'ladigan vaqtlarida xizmat ko'rsatish sharoitlariga bo'lgan talablarga rioya qilish orqali ta'minlanadi. Ushbu talablar jumlasiga quyidagilar kiradi:

- avtotransport vositasidagi yo'lovchilar soni tashish shartnomasida belgilanganiga, shuningdek avtotransport vositasining texnik tavsifida ko'zda tutilgan joylashish normalariga mos kelishi lozim;
- tashish bo'yicha xizmatlar bajaruvchi xodimlar umumiy qabul qilingan o'zlarini tutish qoidalariga (xushmuomalalik, xayrihoxlik, so'z madaniyati, tashqi ko'rinish) rioya qilishlari shart;
- avtotransport vositalarining salonlari, to'xtash punktlari, avtovokzallar va yo'lovchi avtostansiyalari binolari toza, estetik, yoritilgan bo'lishi lozim. Yo'lovchilar sog'lig'i va mulkiga zarar etkazishi mumkin bo'lgan nosozliklarga yo'l qo'ymasligi lozim;
- avtotransport vositalarining, to'xtash punktlarining, avtovokzallar va yo'lovchi avtostansiyalarning jihozlanishi va mazmuni, xodimlarning tashqi ko'rinishi umumiy qabul qilingan normalar va bajaruvchining firmali uslubiga mos kelishi lozim;
- avtotransport vositasining saloni va boshqa joylaridagi harorat, havo tarkibi va shovqin darajasi belgilangan normativlarga mos kelishi lozim.

Xizmatni ko'rsatishdagi komplekslilik, xizmatning texnologik mazmunini tashkil etuvchilar barchasining bajarilishini ta'minlaydi, shuningdek tashish shartnomasida belgilangan hamroh xizmatlarni ham ko'rsatadi.

Axborotlilik va ishonchlilik xizmat ko'rsatish jarayonida yo'lovchilarga avtotransport vositalarining jo'nashi (kelishi), transportda yurish va bagajni tashish qoidalari, marshrut, o't o'chirgich va dori qutichalarining joylari, avariya holatida chiqish joylari va ularni ochish yo'llari to'g'risida kerakli va ishonchli ma'lumotlarni taqdim etish orqali ta'minlanadi.

Hammaboplik (dostupnost) xizmatning tegishli ijtimoiy, iqtisodiy va texnik tavsiflari hisobiga iste'molchilarning (yo'lovchilarning) turli guruhlarining xizmatlardan uning belgilanishiga mos ravishda foydalanishga ruxsat berish orqali ta'minlanadi. Bagajning saqlanishi uning belgilangan punktga o'z vaqtida yo'qotishlarsiz va shikastlantirmasdan etkazish orqali ta'minlanadi. Xavfsizlik talablari tashkiliy-funksional strukturaga va xodimlarga, rahbarlarga va operativ boshqaruvga, resurslar holatiga, tashishga talablar kompleksiga rioya qilish hisobiga ta'minlanadi.

4.4-mavzu. Savdo servis xizmat ko'rsatishning turlari va shakllari

Savdo – bu, tovarlarning oldi-sotdisi va haridorlarga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq bo'lgan tadbirkorlik faoliyatidir. Savdo faoliyati yuritish shakllariga ko'ra ulgurji va chakanalarga bo'linadi. Ulgurji savdo – bu, tovarlarni keyinchalik sotish yoki ulardan professional foydalanish maqsadida tashkil etilgan tovarlar savdosi. Ulgurji savdo xizmati-ulgurji sotuvchining buyurtmalar bo'yicha shakllantirilgan, iste'molchilarning tovar partiyalariga ehtiyojlarini qondirish maqsadidagi faoliyati, ulgurji va chakana sotuvchilarning o'zaro harakatlari natijasidir. Ulgurji savdo xizmatlari ulgurji savdo korxonalari tomonidan taqdim etiladi.

Ulgurji savdo korxonasi – bu, keyinchalik qayta sotish maqsadida tovarlarning oldi-sotdisini amalga oshiruvchi, shuningdek tovarlarning ulgurji aylanishini tashkil etish bo'yicha xizmat ko'rsatuvchi savdo korxonasidir.

Ulgurji savdoning asosiy xizmati-ulgurji haridorlarga tovarlarni sotishdir. Ulgurji savdoning qo'shimcha xizmatlari jumlasiga: tovarlarga buyurtmalar va talabnomalarni qabul qilish, tovarlarni sotishdan oldin tayyorlash (tovarlarni sifat bo'yicha sortlarga ajratish, tovar partiyalarini komplektlash, qadoqlash, yuvish, tozalash, dezinfektsiyalash, o'rash, markirovkalash), tovarlarni berish, axborot xizmatlari, iste'molchiga tovarni etkazish, qaytarilgan tovarlarni qabul qilish va saqlash, chiqitlarni qaytarish va utilizatsiya qilish, chiqitlarni qayta ishlashlar kiradi.

CHakana savdo – bu, tadbirkorlik faoliyati bilan bog'liq bo'lmagan shaxsiy, oila va uyda foyalanish uchun tovarlar savdosi va haridorlarga xizmatlar ko'rsatishdir.

CHakana savdo xizmati – bu, chakana sotuvchining iste'molchi bilan o'zaro harakatlarining natijasi, shuningdek chakana sotuvchining, iste'molchining yakka nusxadagi tovarlar yoki kompleks o'ralgan birliklar ehtiyojlarini qondirish bo'yicha faoliyatidir. CHakana savdo xizmatlarini chakana savdo korxonalari ko'rsatishadilar.

CHakana savdo korxonasi – bu, tovarlar oldi-sotdisini amalga oshiruvchi shaxsiy, oilaviy uyda foydalanish maqsadida ishlarni bajaruvchi va xizmat ko'rsatuvchi savdo korxonasi. CHakana savdoning asosiy xizmati bo'lib, iste'molchilarga tovarlarni sotish hisoblanadi. CHakana savdo shahobchalari aholiga zarur bo'lgan tovarlar savdo assortimentlarini shakllantirishadilar va tovarlarni tanlash, harid qilish uchun sharoitlar yaratishadilar. Savdo shahobchalariga tashrif buyuruvchilarga qulaylikni tashkil etish maqsadida axborot-maslahat xizmatlari, harid qilish chog'ida yoki undan foydalanishda yordam ko'rsatish bo'yicha xizmatlar kabi qo'shimcha xizmatlar ham ko'rsatiladi. CHakana savdo shahobchasining ishi tijorat faoliyatiga va assortimentni shakllantirish, tovarlarni qabul qilish, ularning saqlanishini ta'minlash, tovarlarni sotishdan oldin tayyorlash va peshtaxtalarga qo'yish, haridorlarga tovarlarni taklif etish, haridor bilan hisob-kitob qilish, tovarlarni berish kabilarni o'z ichiga olgan savdo-texnologik jarayonga asoslanadi. Tovarlarni sotish savdo shahobchalarida

yoki undan tashqarida amalga oshiriladi. Tovarlarini savdo shahobchalarida sotish quyidagilarni oladi:

- tovarlarni univermagda sotish;
- tovarlarni universamda (supermarketda) sotish;
- tovarlarni gipermarketda sotish;
- tovarlarni savdo shahobchasi-omborda sotish;
- tovarlarni kundalik ehtiyoj mollari shahobchasida sotish;
- tovarlarni ixtisoslashtirilgan (yoki ixtisoslashtirilmagan) oziq-ovqat shahobchasida sotish;
- tovarlarni ixtisoslashtirilgan (yoki ixtisoslashtirilmagan) nooziq-ovqat shahobchasida sotish;
- ommaviy ovqatlanish korxonalari mahsulotlarini turli tipdagi savdo shahobchalarida sotish.

Mayda chakana statsionar shahobchalarda (kiosklar, pavilionlar) tovarlarni sotish, o'z ichiga alohida ommaviy ovqatlanish va nooziq-ovqat tovarlari turlarining cheklangan assortimentdagi sotishni oladi. Kiosk va pavilionlar orqali nooziq-ovqat tovarlari bo'lgan davriy nashriyotlar, devonxona tovarlari, suvenirlar, tamaki mahsulotlari, shuningdek ommaviy ovqatlanish mahsulotlari hisoblangan muzqaymoq, sharbatlar, gazlangan suvlar sotiladi. Mayda chakana harakatdagi shahobchalarda (palatkalar, avto savdo shahobchalari, avtolavkalar, avtodo'konlar, sisternalar va boshqalar) tovarlarni sotish, savdo shahobchalari soni cheklangan uzoq aholi punktlarida joylashgan haridorlarga, savdo xizmatlarini taqdim etishning samarali shakllaridan hisoblanadi. Undan tashqari harakatdagi chakana savdo shahobchalaridan, yarmarkalar va bozorlardan ham foydalaniladi.

Savdo agentlari orqali tovarlarni sotish iste'molchilar uchun ko'lay hisoblanadi. Odatda, savdo agentlari tomonidan tovarlarni sotishda katta e'tibor axborot-maslahat ishiga, tovar xususiyatlarini iste'molchilarga namoyish qilishga qaratiladi. Tovarlarini pochta (jo'natma) savdosi orqali sotish, iste'molchilarga savdo shahobchasiga tashrif buyurmasdan tovarlarni harid qilish, ushbu shahar yoki tumanda sotilmaydigan tovarlarga buyurtma berishlariga imkon yaratadi.

Jo‘natma savdosi orqali asosan nooziq-ovqat mahsulotlari sotiladi. Tovarlarini sotish bo‘yicha e‘lonlar reklama-axborot va davriy nashriyotlarda chop qilinadi. Savdo shahobchalardan uzoqda joylashgan iste‘molchilar, tovarlarini harid qilish bo‘yicha talabnomalarni to‘ldirishadilar va ularni pochta orqali ta‘minotchiga yuborishadilar. Savdo shahobchasi tovararni pochta orqali iste‘molchilarga yuboradi. Tovarlarini savdo avtomatlari orqali sotish, iste‘molchilarga qo‘shimcha qulayliklarni yaratadi. Chunki ushbu avtomatlarni shaharning turli joylarida joylashtirish mumkin (avto bekatlarda, vokzallarda, stansiyalarda, binolar yonida). Avtomatlarda cheklangan assortimentdagi tovarlar sotiladi. Ular jumlasiga sigaretlar, gazlashtirilgan suv, qandolatchilik mahsulotlari, davriy nashriyotlar va hokazolar. Telesavdo shahobchalari va internet tizimidagi elektron savdo shahobchalari, iste‘molchilarning savdo shahobchalariga borish va tovar harid qilish uchun sarflanadigan vaqtlarini tejashadilar. Elektron savdo shahobchalari va telesavdo shahobchalari iste‘molchilar uchun juda qulaydir. Iste‘molchilar tomonidan tovarlarini o‘rganish televizorda maxsus reklama-axborot teleko‘rsatuvi yoki internet tizimidagi elektron savdo shahobchasi sayti yordamida amalga oshiriladi. Tovarlar buyurtmasi telefon yoki internet tarmog‘i savdo shahobchasining sayti yordamida amalga oshiriladi. Tovarlarini etkazish va harid qilish, iste‘molchi uchun qulay bo‘lgan xoxlagan joyda va u bilan kelishilgan vaqtda amalga oshiriladi.

Harid qilishda va undan foydalanishda yordam ko‘rsatish bo‘yicha xizmatlar ko‘rsatishga quyidagilar kiradi:

- tovarlarga buyurtmalarni qabul qilish va bajarish (telefon bo‘yicha bevosita savdo tashkilotlarida yoki undan tashqarida buyurtmalarni qabul qilish va rasmiylashtirish, buyurtmalarni komplektlashtirish, ularni qadoqlash, tovarlarini bevosita savdo korxonalari orqali berish yoki uyga etkazib berish);
- tovarlarini etkazishni tashkil qilish;
- savdo shahobchasida harid qilingan tovarlarini o‘rash;
- mavjud tovarlardan sovg‘a komplektlarini tuzish va o‘rash.

Komission savdo shahobchalari buyumlarni komissiyaga qabul qilish va baholashni komitetning uyida amalga oshiradilar. Zargarlik va antikvar savdo shahobchalari ushbu turdagi buyumlarning baholanishini uylarda amalga oshiradilar. Oziq-ovqat mahsulotlari savdosi bilan shug'ullanuvchi savdo shahobchalari, iste'molchilardan shisha idishlari va boshqa turdagi qaytariladigan tovarlarni qabul qilishadilar.

Texnik qiyin tovarlar va mebel iste'molchilari uchun muhim ahamiyatni, sotishdan keyingi iste'molchilarga xizmat ko'rsatish egallaydi. Ushbu xizmat ko'rsatish o'z ichiga mahsulotlarni terish va o'rnatishni oladi. Qurilish mahsulotlari bilan savdo qiluvchi savdo shahobchalari iste'molchilarga, savdo shahobchasidan harid qilingan tovarlardan foydalanilgan holda qurilish-ta'mirlash va montaj ishlarini bajarish bo'yicha xizmatlarni taklif etishlari va buyurtmalarni qabul qilishlari mumkin.

Ixtisoslashtirilgan savdo shahobchalari, supermarketlar, gipermarketlar, iste'molchilarga audio va video tovarlarni sotishda, audio kassetalarni va kompakt disklarni eshitish, vidiokasetalarni ko'rish, shuningdek fotoapparatlarni zaryadka qilish uchun maxsus kabinalar va eshitish avtomatlarini taklif etishadilar.

Axborot-maslahat xizmatlariga: – tovarlar va ularni ishlab chiqaruvchilar va savdo shahobchasi tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlar to'g'risida ma'lumot taqdim etish kiradi. Ushbu turdagi xizmatlar audio va video vositalar yordamida va tovarlar bo'yicha mutaxassislar yordamida taqdim etiladi. Bunday xizmatlar elektr maishiy tovarlar, audio va video texnika, sport tovarlari, avtomobillar va qurilish mollarini sotish bilan shug'ullanuvchi savdo shahobchalarda keng tarqala boshlandi. Savdo shahobchalari xodimlari tarkibiga maslahatchilar, sotuvchi-maslahatchilar kiradi. Ular iste'molchilarning iltimosiga ko'ra ekspluatatsiya imkoniyatlari, tovarlarni harid qilish sharoitlari bo'yicha maslahat berishadilar, tovardan foydalanish bo'yicha tavsiyalar beradilar.

YAngi tovarlarni sotishda, savdo shahobchalarida reklama taqdimotlari (tovarlarni ko'rsatish, oziq-ovqat mahsulotlarini degustatsiya qilish) o'tkaziladi. Ushbu faoliliyat turi ham axborot-maslahat xizmatlariga kiradi. Xizmatlar chakana

savdo shahobchalari bazasida, ishlab chiqaruvchi korxonalar va distribyuterlar tomonidan taqdim etiladi. Iste'molchiga qulaylik yaratish bo'yicha xizmatlarga, dam olish joylarini taqdim etish va yaratish, ona va bola xonasi, xizmatlarni taqdim etish, harid qilingan tovarlarni kafolatlangan saqlash, haridorlar buyumlarini qabul qilish va saqlash, haridorlarga ovqatlanishni taqdim etish, savdo shahobchasi yonida haridorlarning shaxsiy avtomobillarini qo'yish bo'yicha xizmatlar kiradi. Ushbu xizmatlar katta savdo maydonlariga ega bo'lgan shahobchalar hisoblanadigan-supermarket va gipermarketlarda taqdim etiladi, chunki ularda tovarlarni ko'rish va harid qilish uchun haridorning ko'p vaqti sarflanadi.

4.5-mavzu. Umumiy ovqatlanish korxonalarida servis xizmat ko'rsatishning turlari va shakllari

Umumiy ovqatlanish korxonalari tomonidan taqdim etilayotgan asosiy xizmatlar bo'lib, pazandalik mahsulotlarini tayyorlash bo'yicha xizmatlar, ularni harid va iste'mol qilish uchun sharoitlar yaratish hisoblanadi.

Umumiy ovqatlanish xizmatlarini taqdim etish bo'yicha faoliyat, Umumiy ovqatlanish xizmatlarini ko'rsatish qoidalari bilan tartibga solinadi. Umumiy ovqatlanish korxonalari tiplar va klasslarga bo'linadi. Umumiy ovqatlanish korxonasi tipi sotiladigan mahsulot assortimenti, uning turli xilligi va tayyorlanish qiyinchiligi, texnologik ta'minlanganlik (moddiy baza, muxandis-texnik jihozlanish va asbob-uskuna, binolar tarkibi, me'moriy-rejalashtirish qarorlari va hokazolar), xizmat ko'rsatish usullari va xodimlar malakasi, taqdim etilayotgan xizmatlar sifati (qulaylilik, muomala etikasi, estetika va hokazolar) va nomenklaturasi bo'yicha aniqlanadi.

Umumiy ovqatlanish korxonasi tipi – bu, xizmat ko'rsatishning tavsifli xususiyatlari, sotiladigan mahsulotning assortimenti va iste'molchilarga taqdim etilayotgan xizmatlar nomenklaturasiga ega bo'lgan korxona turi. Umumiy ovqatlanish korxonasi klassi – bu, taqdim etilayotgan xizmatlar sifati, xizmat ko'rsatish darajasi va sharoitlarini tavsiflovchi ma'lum tipdagi korxonaning farqlanuvchi belgilarining majmuidir. Taklif etilayotgan xizmatlarga bog'liq holda restoran, bar, kafe, oshxona, tamaddixonalarda, choyxonalarda ovqatlanish

xizmatlari bilan farqlanadi. Restoran qiyin tayyorlanadigan taomlarning (buyurtmali va firmennyy taomlar, aroq, tamaki, qandolat mahsulotlarini qo'shgan holda) keng assortimenti, dam olish bilan qo'shilgan holda xizmat ko'rsatishning yuqori darajali umumiy ovqatlanish korxonasi quyidagilar bilan restoranlar farqlanadi:

- sotiladigan mahsulot assortimenti bo'yicha (milliy va chet el taomlari);
- joylashish joyi bo'yicha (mehmonxona, vokzal, dam olish zonasi qoshidagi restoran, vagon-restoran va hokazolar).

Xizmat ko'rsatish darajasi va taqdim etilayotgan xizmatlar nomenklaturasi bo'yicha restoran va barlar uch klassga bo'linadi: lyuks, oliy va birinchi.

Turli klassdagi restoran va barlar quyidagi talablarga mos kelishi lozim:

- «lyuks»-ichki ko'rinishining nozik didligi, qulaylilikning yuqori darajasi, xizmatlarning keng tanlovi, original, nozik didli buyurtmali va firmennyy taomlar, mahsulotlarning assortimenti-restoranlar uchun, buyurtmali va firmennyy ichimliklar va kokteyllarning keng tanlovi barlar uchun;

- «oliy»-ichki ko'rinishning originalligi, xizmatlar tanlovi, qulaylilik, original, nozik didli buyurtmali va firmennyy taomlar mahsulotlarining assortimenti-restoranlar uchun, buyurtmali va firmennyy ichimliklar va kokteyllarning keng tanlovi-barlar uchun;

- «birinchi»-ichki ko'rinishning monandligi, qulaylik va xizmatlar tanlovi, firmali taomlarning turli xil assortimenti, qiyin tayyorlanadigan mahsulotlar va ichimliklar-restoranlar uchun, qiyin tayyorlanmaydigan ichimliklar va kokteyllar, shu jumladan buyurtmali va firmennyy-barlar uchun.

Restoranda ovqatlanish xizmati – bu, yuqori qulaylilik sharoitida dam olishni tashkil etish bilan bog'liq holda malakali ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish xodimlari tomonidan ko'rsatilayotgan, turli xil xom ashyo va harid qilingan tovarlardan tayyorlangan keng assortimentdagi taomlar va qiyin tayyorlanishga ega bo'lgan mahsulotlarni tayyorlash, sotish va tashkil etish bo'yicha xizmat.

Bar-kuchli alkogolli, kuchsiz alkogolli va alkogolsiz ichimliklar, tamaddilar, qandolatchilik va bulochka mahsulotlari, harid qilingan tovarlarni aralash sotuvchi bar ustuniga ega bo'lgan umumiy ovqatlanish korxonasi.

Barlar quyidagicha farqlanadi:

- sotiladigan mahsulot assortimenti va tayyorlanish uslubi bo'yicha (sutli, pivali, vinoli, kofeli, kokteyl-bar, grill-bar);
- iste'molchilarga xizmat ko'rsatish xususiyati bo'yicha (video-bar, varete-bar va boshqalar).

Amerika barlarining dastlabki shakllari bir necha turlarga o'zgarib bordi. Hozirgi paytda ulardan keng tarqalganlari bo'lib quyidagilar hisoblanadi:

- Amerika kokteyl bari;
- otel qoshidagi bar;
- restoran qoshidagi bar;
- kunduzgi bar;
- raqs tushish bari;
- bar-ekspresso;
- muzqaymoq bari, qor bari;
- plyaj bari;
- pul (pool) bari.

Amerika kokteyl bari – bu, barlarning juda eski va keng tarqalgan shakli hisoblanadi. Amerika barlarining asosini mahsulotlarning asosiy qismi, to'plangan baroteka tashkil etadi. Eski barlardan farqli ravishda asbob-uskunalarga qulay kreslo va stolchalar qo'shiladi. Barlar assortimentidagi katta hissani kokteyllar egallaydi. Ayrim ovqatlanish xizmatlari ham taklif etiladi (oddiy taomlar, tamaddilar va kichik hamroh tovarlar). Otellar qoshidagi barlar otellarda yashaydigan insonlarga o'zaro muloqat qilish uchun imkoniyat yaratadi. Bunday barlarda ichimliklar va tamaddilarning keng assortimenti sotiladi, ayrim hollarda musiqa avtomatlari o'rnatiladi. Otellar qoshidagi barlar dizayni ko'pincha Amerika barlari dizayniga o'xshash bo'ladi. Restoranlar qoshidagi barlar ichimliklar va juda ko'p sonli kokteyllarning sotilishini ta'minlaydi. Bar ustuniga tashrif

buyuruvchilariga stollardagi tashrif buyuruvchilarga qaraganda tezroq ichimliklar, menyu taqdim etiladi. Ichimliklarni iste'mol qila turib, tashrif buyuruvchilar asosiy buyurtma berishadilar. Kunduzgi barlar faqat kunduzgi vaqt davomida ishlaydilar. Bunday barlarda ishbilarmon kishilarning uchrashuvlari o'tadi. Kunduzgi barlar Angliya va Amerikada keng tarqalgan va kommunikatsiya markazlari bo'lib hisoblanadilar. Kunduzgi barlarda musiqa bo'lmaydi.

Raqs tushish barlari bar xizmatlari va raqs tushish bo'yicha dam olishni o'tkazish bo'yicha xizmatlarni ta'minlaydi. Ularning zamonaviy shakli bo'lib, diskotekalar hisoblanadi. Diskotekalarda rohatbaxsh va alkogolsiz ichimliklar, shuningdek engil meva hidli alkogolli ichimliklar (alkopopslar) taqdim etiladi. Bar-espressolar Italiya va Fransiyada vujudga kelgan. Ular tashrif buyuruvchilarning tez almashinishiga mo'ljallangan. Barlarning mebel bilan ta'minlanishi ichimliklarni turgan holda iste'mol qilinishini ko'zda tutadi, o'tiradigan joylar soni chegaralangan. Assortimentdagi katta hissani kofe turlari (kofe-espresso) va operativlar egallaydi. Taomlar soni cheklangan. Muzqaymoq barlari va qor barlari qishki sport turlari bilan shug'ullanuvchi insonlar bor joylarda juda ko'p bo'ladi. U erlarda barlar uchun binolar ayrim hollarda qor va muzdan quriladi. Bunday barlarda issiq ichimliklarga buyurtma beriladi (glintveyn, grog, choy, kofe). Plyaj barlari plyajlarda bar xizmatlarini ta'minlaydilar. Juda ko'p sonli alkogolsiz va engil alkogolli ichimliklar taklif etiladi. Pul barlari suzish xavzalari yonida joylashadilar. Ichimliklar assortimenti ekzotik kokteyllardan iborat bo'ladi. Barda ovqatlanish xizmati – bu, keng assortimentdagi ichimliklar, tamaddilar, qandolat mahsulatlari harid qilingan tovarlarning tayyorlash va sotish va ularni bar ustini yoki zalda iste'mol qilish uchun sharoitlar yaratib berish bo'yicha xizmat.

Kafe restoranga qaraganda cheklangan assortimentdagi mahsulotlarning taqdim etish orqali iste'molchilarga ovqatlanish va dam olishni taminlaydi. Kafeda firmenny, buyurtmali taomlar, mahsulotlar va ichimliklar sotiladi.

Kafelar quyidagicha farqlanadi:

- sotiladigan mahsulotlar assortimenti bo'yicha (muzqaymoq-kafe, qandolat-kafe, sut-kafe);

- kontingent bo'yicha (yoshlar, bolalar va hokozalar);

Kafe ovqatlanish xizmati – bu, asosan qiyin bo'lmagan tayorlanishdagi, qolgan tipdagi tashkilotlarga qaraganda cheklangan assortimentdagi pazandalik mahsulotlari va harid qilingan tovarlarni tayyorlash va sotish shuningdek ularni harid qilish uchun sharoitlarni yaratish bo'yicha xizmat. Oshxona hafta kunlari bo'yicha tuzilgan turli xil menyularga mos holda taomlarni tayyorlovchi va sotuvchi hammabob yoki malum kontingentdagi iste'molchilarga xizmat ko'rsatish oshxonalar ko'yidagilar bilan farq qiladi:

- sotilgan mahsulot assortimenti bo'yicha (umumiy turdagi parhezlik);

- xizmat ko'rsatilayotgan kontingent bo'yicha (maktab, talabalar va hokazo);

- joylashish joyi bo'yicha (o'qish, ish joyi bo'yicha umumiy hammabob).

Oshxonada ovqatlanish xizmat ko'rsatishi – bu, turli xil pazzandachilik mahsulotlarini xaftaning kunlari bo'yicha yoki turli guruhlardagi xizmat ko'rsatish kontingenti (ishchilar, maktab o'quvchilari, talabalar) uchun maxsus ratsiondagi ovqatlarni tayyorlash bo'yicha xizmat, shuningdek korxonada ularni sotish va iste'mol qilishni tashkil etish uchun sharoitlar yaratish hisoblanadi.

Tammaddixonada iste'molchilarga tez xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan, ma'lum turdagi xomashyodan qiyin bo'lmaydigan tovar tayorlaydigan, cheklangan assortimentli umumiy ovqatlanish korxonasi. Tammaddixonalar umumiy tipdagi mahsulotni sotish assortimenti va maxsuslarga (sosiskaxonalar, chuchvaraxonalar, somsaxonalar, ponchik xonalar, pirojnixonalar, shashlikxonalar, pitsseriya, hamburgerxonalar va hokazolar).

Tamaddixonada ovqatlanish xizmat ko'rsatishi – bu, tor assortimendagi pazandalik mahsulotlarini tayyorlash bo'yicha xizmat, shu jumladan belgilangan turdagi xomashyodan, shuningdek uni sotish va iste'mol qilish uchun sharoitlar yaratish hisoblanadi. CHoyxonalar milliy taomlarni tayyorlashga mo'ljallangan

umumiy ovqatlanish korxonasi hisoblanadi. Ularning vujudga kelish tarixi qadim zamonlarga borib qadaladi. CHoyxonalar asosan mahallalar qoshida tashkil etilgan bo'lib, ularning qurilishi mahalliy byudjet, mahalla fuqarolari tomonidan yoki ayrim tadbirkorlarning mablag'lari hisobiga amalga oshiriladi.

CHoyxona xizmat ko'rsatishi – bu, nafaqat choy va milliy taomlarni iste'mol qilish joyi, balki mahalla a'zolari va boshqa fuqarolarning madaniy dam olish, turli xildagi to'y va boshqa marosimlarni o'tkazish joylariga aylanib bormoqda. Masalan, Farg'ona vodiysida mehmonlarni kutib olish asosan choyxonalarda (samovar ham deyiladi) bo'ladi. YA'ni olib kelingan massalliqlardan yuqori malakali oshpazlar, xalqimizning sevimli taomi bo'lib hisoblangan palovni qoyilmaqom tarzda tayyorlashadilar. Kafelar, oshxonalar, tamaddixonalar va choyxonalar klasslarga bo'linmaydi.

Restoranlar, kafelar, barlar, choyxonalar mahsulotlarni tayyorlash, sotish va iste'molni iste'molchilarning dam olishi va xordiq chiqarishlari bilan birgalikda tashkil etishadilar. Pazandalik va qandolat mahsulotlarini tayyorlash bo'yicha xizmatlar quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- umumiy ovqatlanish korxonalarida iste'molchilarning buyurtmalariga asosan pazandalik va qandolat mahsulotlarini tayyorlash, shu jumladan qiyin bajarilishda va qo'shimcha bezalgan holdagi;
- korxonada buyurtmachining xomashyosidan taomlar tayyorlash;
- oshpaz, qandolatchining uyida taomlar, pazandalik va qandolatchilik mahsulotlarini tayyorlash bo'yicha xizmatlari.

Mahsulotlarni iste'mol qilishni tashkil etish va xizmat ko'rsatish bo'yicha xizmatlar o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- tantanalar, oilaviy ovqatlanish, konferensiyalar, seminarlar, majlislar, dam olish zonalarida madaniy umumiy chora-tadbirlarni tashkil etadi va xizmat ko'rsatadi;
- uyga xizmat ko'rsatish bo'yicha ofitsiant (barmen) xizmati;
- pazandalik va qandolatchilik mahsulotlarini iste'molchilar buyurtmalariga ko'ra etkazish;

- umumiy ovqatlanish korxonasi zalida joylarni bronlashtirish;
- komplektlangan ratsionlar bo'yicha xizmat ko'rsatishga talonlar va abonementlarni sotish;
- ratsional kompleks ovqatlanishni tashkil etish.

Pazandachilik mahsulotlarini sotish bo'yicha xizmatlar quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- pazandachilik va qandolatchilik mahsulotlarini savdo shahobchalari va tashkilotdan tashqaridagi bo'limlar orqali sotish;
- pazandachilik mahsulotlarini tashkilotdan tashqarida sotish;
- taomlarni uyga etkazish;
- pazandachilik mahsulotlari to'plamini yo'lga komplektlash, shu jumladan sayyohlar uchun, mustaqil ravishda pazandachilik mahsulotlarini tayyorlash uchun (mayda chakana savdo shahobchalariga).

Dam olishni tashkil etish bo'yicha xizmatlar o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- musiqali xizmat ko'rsatish, konsertlarni, varete va video dasturlarni o'tkazishni tashkil etish;
- gazetalar, jurnallar, o'yin avtomatlari, billiardni taqdim etish.

Axborot-maslahat xizmatlari o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- pazandachilik va qandolatchilik mahsulotlarini tayyorlash va jihozlash, dasturxonni tuzash bo'yicha mutaxassislar maslahatlari, turli xil kasalliklarda pazandachilik mahsulotlaridan foydalanish bo'yicha parhez hamshiralari maslahatlari (parhez bo'limlarda va oshxonalarda);
- pazandachilik mahoratiga o'rgatish.

Umumiy ovqatlanish korxonalari tomonidan ko'rsatilayotgan qolgan xizmatlar turli xildir, masalan, marosimlarni o'tkazish uchun oshxona idish-tovoqlarini, anjomlarini foydalanishga berish. Bunday xizmatlardan odatda aholi yoki bayram o'tkazishni mo'ljallagan korxona va tashkilotlar foydalanishadilar. Qo'shimcha xizmatlarga tashrif buyuruvchilar o'zlari bilan olib kelmoqchi bo'lgan pazandachilik mahsulotlarini o'rash xizmatlari kiradi.

Ovqatlanish punktlaridagi yuqori qulaylik telefon aloqasining mavjudligi bilan ta'minlanadi, xususan magistral yo'llar va qishloq joylarida. Agarda tashrif buyuruvchi avtomashinada kelgan bo'lsa, unga korxonaning avtoto'xtash joyiga qo'yish bo'yicha xizmatlar, agarda piyoda kelgan bo'lsa, taksi chaqirish bo'yicha xizmat taqdim etilishi mumkin.

Umumiy ovqatlanish korxonalari xodimlari tarkibiga taomni tayyorlash xizmatlarini bajaruvchi mutaxassislar (oshpazlar va pazandalar) va tashrif buyuruvchilarga xizmat ko'rsatuvchi servis bo'yicha mutaxassislar (ofitsiantlar, barmenlar, boshqaruvchilar, metrodotellar) kiradi. Ushbu ishlovchilar maxsus kasbiy tayyorgarlikka egalar va normativ hujjatlarning majburiy talablariga mos ravishda tibbiy ko'rikdan o'tishadilar.

Umumiy ovqatlanish korxonasi binolari tarkibiga xizmat ko'rsatish zonasi (kontakt zonasi) va boshqaruv, ishlab chiqarish zonalari kiradi.

Tashrif buyuruvchilarga xizmat ko'rsatish zonasi ovqatlanish zali, vestibul, kiyim osadigan joy, xojatxona va boshqalardan iborat. Zal ovqatni iste'mol qilish uchun mebel, taomlarni etkazish mebellari va moslamalari, ichimliklarni quyish vositalari bilan komplekslashtiriladi. Ichki qiyofa tashkilotning firmali stiliga mos kelgan holda jihozlanadi. Odatda restoran zallarida musiqa ansambli uchun joy, raqs uchun maydoncha ko'zda tutiladi.

Restoran zallari qoshida banket zallari ham mavjud bo'lib, ular yoki alohida, yoki umumiy maydondan to'siqlar orqali yopilishi mumkin.

Korxona ishi samaradorligini oshirish uchun, ishlab chiqarish binolarini joylashtirishda, o'z mahsulotlarini ishlab chiqarishning texnologik jarayoni bosqichlarini va tashrif buyuruvchilarga xizmat ko'rsatishni izchillik bilan amalga oshirish tamoyillariga rioya qilinadi.

Ishlab chiqarish sexlariga asbob-uskunalarni tanlashda, umumiy ovqatlanish korxonalarini quvvatlar va korxona tipiga bog'liq holda texnologik, sovitish va boshqa turdagi asbob-uskuna bilan jihozlashning qabul qilingan normalari inobatga olinadi.

Oshxonaning ishlab chiqarish sexlarida texnologik jarayonning tavsifiga mos ravishda turli xil asbob-uskunalar joylashadi.

Ovqatlanish mahsulotlari tayyorlanadigan texnologik xonalar o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- sovuq tamaddilarni tayyorlash bo'yicha sex;
- issiq taomlarni tayyorlash bo'yicha sex;
- go'sht sexi;
- baliq sexi;
- sabzavot sexi;
- qandolatchilik sexi va nonvoyxona;
- gazlangan suvlar va ichimliklar ishlab chiqarish;
- yuvish xonasi;
- servis xonasi;
- kiyim va to'shanchiq xonasi;
- omborxonalari (ovqatlanish mahsulotlarini saqlash uchun muzlatkich ombori, asbob-uskuna ombori).

Sovuq tamaddilar tayyorlash bo'yicha sexda go'sht, baliq va sabzavotlardan sovuq taomlar, shuningdek shirin taomlar va buterbrodlar tayyorlanadi. Sexda amalga oshirishning asosiy operatsiyalari mahsulotlarni kesish, ularni porsiyalarga bo'lish, sovuq taomlar va tamaddilarni bezash. Sex muzlatkich shkaf, past haroratli peshtaxta, tarqatish ustuni bilan jihozlanadi. Issiq taomlar tayyorlash bo'yicha sexda, ovqatni tayyorlashning yakunlovchi texnologik jarayon operatsiyalari bajariladi, mahsulotlarni issiqlik qayta ishlanishi amalga oshiriladi, yarim fabrikatlar tayyorlik holatiga etkaziladi, birinchi va ikkinchi taomlar tayyorlanadi, sovuq taomlar uchun mahsulotlar tayyorlanadi. Sex plitalar, ovqat qaynatish qozonlari, elektr tovarlar, muzlatish shkaflari, stilajlar, ishlab chiqarish stollari bilan jihozlanadi. Go'sht sexida turli xil xayvon va parranda go'shtlaridan yarim fabrikatlar ishlab chiqarish bo'yicha operatsiyalar bajariladi. Baliq sexida baliqni birinchi qayta ishlash va baliq yarim fabrikatlari tayyorlash bo'yicha operatsiyalar bajariladi. Sabzavot sexida sabzavotlarni birinchi qayta ishlash va o'zlarida ishlab

chiqarish uchun sabzavot yarim fabrikatlarini tayyorlash operatsiyalari bajariladi. Sabzavot sexida kartoshka va boshqa sabzavotlarni sortlarga ajratuvchi kalibrovka mashinalari, kartoshka tozalovchilar, sabzavot kesuvchilar, universal oshxona kombaynlari joylashadi. Qandolatchilik sexining va nonvoyxonada turli xil unli qandolatchilik va pazandalik mahsulotlarini ishlab chiqarishni ta'minlovchi operatsiyalar bajariladi. Tarqatish xonasi iste'molchilarga tayyor ovqat mahsulotlarini vaqtinchalik saqlash va uzatishni ta'minlaydi. Oshxona idishlarini yuvish xonasi issiq sex yonida joylashishi mumkin. Unda yuvish uchun kelib tushgan idishlar taxlanadigan podtovarniklar, ovqat chiqitlari uchun tara, vannalar, yuvilgan idishlarni quritish uchun stilajlar joylashadi. Undan tashqari yuvish xonasi idish yuvish mashinalari bilan jihozlanadi. Servis xonasi farfor, shisha, metallardan qilingan oshxona idishlari va anjomlarni saqlash va ofitsiantlarga berish uchun xizmat qiladi. Omborxonalar tez buziladigan mahsulotlar va yarim fabrikatlar uchun sovitish kameralari va quruq mahsulotlar, sabzavotlar uchun sovutilmaydigan xonalar, inventar, oshxona kiyimlari va to'shanchiqlar va boshqa moddiy-texnika jihozlari va predmetlarini saqlash uchun xonalardan iborat bo'ladi.

Tashrif buyuruvchilarga xizmat ko'rsatish texnologiyasi korxonaning tipi va klassiga bog'liq. Restoran va kafelarda xizmat ko'rsatishni ofitsiantlar amalga oshirishadilar. Oshxonalar o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish usulida ishlashadilar. Barlarda xizmat ko'rsatishni barmen bajaradi, ayrim hollarda stollarga xizmat ko'rsatishni ofitsiantlar bajarishadilar. Restoranda iste'molchiga xizmat ko'rsatish o'z ichiga iste'molchini kutib olish, ovqatlantirish xizmatlarini taklif etish, stulga o'tqazish, buyurtmani qabul qilish, taomni berishlarni oladi. Taomlar tanlangandan so'ng buyurtmani qabul qilishda yoki xizmat ko'rsatishdan so'ng ofitsiant buyurtmaga naqt yoki naqtsiz hisob-kitob bo'yicha haq oladi, bu xizmat ko'rsatish shakliga bog'liq bo'ladi. Stollarda o'tirgan tashrif buyuruvchilarga xizmat ko'rsatishni ofitsiantlar bajarishadilar.

Xizmat ko'rsatish dastlabki operatsiyalarni o'z ichiga oladi: stol va stullarni o'z joylariga joylashtirish, stollarni dasturxonlar bilan yopish, stol tuzashni amalga oshirish. Ofitsiantlar ishining asosiy bosqichlari stol atrofida o'tirgan tashrif

buyuruvchilarga menyuni berish, buyurtmani qabul qilish, tayyor ichimliklarni tortiq qilish, soʻngra non, sovuq tamaddilar, salatlar, birinchi issiq va ikkinchi issiq taomlar va dissertni tortiq qilishdan iboratdir. Zaruriyatga qarab, ofitsiant boʻshagan idishlarni oladi. Tashrif buyuruvchining iltimosiga koʻra, ofitsiant schet taqdim etadi, pulni qabul qiladi va chekni beradi. Tashrif buyuruvchi ketgandan soʻng, ofitsiant stoldagi idishlarni yigʻishtiradi, dasturxonni almashtiradi, kelgusi tashrif buyuruvchilar uchun stolni tuzatadi. Barda tashrif buyuruvchilarga xizmat koʻrsatish oʻz xususiyatlariga ega. Bardagi tashrif buyuruvchilarga xizmat koʻrsatishdan oldin barmen bar uchun stolchalarning tayyorgarligini amalga oshiradi: kuldonlar, chipslar, yongʻoqchalar va boshqa tamaddilarni stolchalarga qoʻyish, ichimliklarni tayyorlash.

Bar ustuni yonida tashrif buyuruvchilarga xizmat koʻrsatish barmen yoki barboy tomonidan bajariladi. Barmen buyurtmani qabul qiladi, ichimliklarni tayyorlaydi, ichimliklar ajralmas tarkibiy qismlarini aralashtiradi, zaruriyat tugʻilganda ularni mikserda chayqashtiradi, kassada buyurtmani rasmiylashtiradi, buyurilgan ichimlik bokallari va stakanlari ostiga qoʻyiladigan tagliklarni oʻrnatadi, bar ustuni yonida isteʼmolchi joyini tuzaydi, isteʼmolchiga uning iltimosiga koʻra schet taqdim etadi va u bilan hisob-kitob qiladi, soʻngra tashrif buyuruvchilar bilan xayrlashadi, bar ustunini yuvadi va tamaddilar (yongʻoqchalar va chipslar) turadigan vazachalarni yangilaydi.

Buyurtmadan soʻng isteʼmolchi xohlagan vaqtda oʻz tomonidan buyurilgan buyurtmalardan voz kechishi mumkin, faqat shu shart bilanki, bajaruvchiga haqiqiy etkazilgan zararlarni toʻlasa. Isteʼmolchilarga xizmat koʻrsatishda umumiy ovqatlanish korxonasi isteʼmolchilarga taklif etilayotgan mahsulotlarning ogʻirligi va hajmini tekshirib koʻrish uchun imkoniyat yaratishi lozim. Tashrif buyuruvchilarga xizmat koʻrsatishda tarkib va taomlarni tortiq qilish menyu orqali tartibga solinadi. Menyu (fransuz tilida menu, lotin tilida minuo-kichik qismlarga boʻlaman) – bu, umumiy ovqatlanish korxonalarida, nonushta, kunduzgi va kechki ovqatlanishga tortiq qilingan taomlar va ichimliklar roʻyxatidir. Kundalik asosiy menyu bir necha taom turlaridan iborat boʻladi. Bu umumiy ovqatlanish

korxonasining turi va hajmiga bog'liqdir. Bosh oshpaz va dieta hamshirasi menyuga talab, milliy xususiyatlar, tashrif buyuruvchilarning yoshi va dini, ovqatlanishning zamonaviy shakllari, mahsulotlarning kaloriyaligi, hammaboblighi, shuningdek ta'm sifatlariga ko'ra o'zgartirishlar kiritishadilar. Menyuni tuzishda oshxona maydoniga bog'liq holda ishlab chiqarish imkoniyatlari, ventilyasiya, asbob va mashinalar, idishlar, yordamchi va maxsus materiallarning mavjudligi inobatga olinadi. Menyuni tasdiqlashda iqtisodiy ko'rsatkichlar (kalkulyasiya, tannarx, baholar, xomashyo resurslarining mavjudligi) tahlil qilinadi.

Ovqatlanish xizmatlari bilan bir qatorda tashrif buyuruvchilarga qolgan xizmatlar ham taklif etilishi mumkin. Agarda qo'shimcha xizmatlar umumiy ovqatlanish xizmatlaridan tashqari alohida ko'rsatilsa, bajaruvchi uni zo'rlab taklif qilishga haqqi yo'q. Iste'molchi bevosita umumiy ovqatlanish xizmatlari bilan bog'liq bo'lmagan, taklif etilayotgan xizmatlardan voz kechishga haqlidir. YUqorida bajarilgan "YUlduz" restorani misolida olib borilgan tadqiqotlar va olingan natijalar tahlili shuni ko'rsatdiki, restoranlarda xizmatchi va iste'molchi tizimidagi xizmat ko'rsatishni texnologik modernizatsiyasi va uning samaradorligini oshirish uchun quyidagilarni bajarish lozim bo'ladi: – restoranda ishlab chiqarilgan tayyor mahsulotlar realizatsiyasi bo'yicha xizmat ko'rsatish, ya'ni ofitsiantlar tomonidan yoki o'z o'ziga xizmat ko'rsatish usuli asosida olib borish kerak; xizmat ko'rsatishda tayyor mahsulot realizatsiyasi xizmat ko'rsatish usulidan kelib chiqqan holda ikki: tayyor mahsulotning realizatsiyasi va iste'molchi tashkillashtirish bosqichida olib borish lozim; tayyor mahsulotning realizatsiyasi (birinchi bosqichi) ofitsiantlar tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlar **4.5.1- rasmda** agar o'z o'ziga xizmat ko'rsatish bo'yicha bo'lsa; **4.5.1a- rasmda** keltirilgan texnologik jarayonlar tuzilmasi asosida olib borilishini taklif etamiz; ovqatlanish korxonasida ishlab chiqarilgan mahsulotlarni iste'molini tashkillashtirishda (ikkinchi bosqichda) ofitsiantlar tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlar **4.5.1- rasmda**, agar o'z o'ziga xizmat ko'rsatish bo'yicha bo'lsa, **4.5.1a- rasmda** keltirilgan xizmat ko'rsatish texnologik jarayonlar tuzilmasidan foydalanish lozim. Taklif etilgan ofitsiantlar bilan xizmat ko'rsatish yoki o'z o'ziga

xizmat ko'rsatish tuzilmalardan xizmat ko'rsatish xodimlari servis xizmat ko'rsatish vaqtida bajarishlari shart bo'lgan ishlar, ularning malaka majburiyatlari kiritilishini taklif qilamiz.

Tayyor mahsulotning realizatsiyasi (birinchi bosqich)

№	Asosiy xizmat jarayonlari	Xizmat ko'rsatish jarayonlarining guruhlari	Guruhlar bajariladigan ishlar ro'yxati	Bajariladigan ishlar sifati va samarasini oshirish
1	Tarqatishga tayyorlash	Jihozlarni ishga tayyorlash	Jihozlarni yokish va kurib chikish	Nosoz bo'lsa sozlashga berish yoki sozlash
			Kassa apparatini ishga tayyorlash	Sinovdan o'tkazish chek urib ko'rish
		Tarqatish jihazlarini mahsulotlar bilan to'ldirish	Marmitlarni mahsulotlar bilan tuldirish	1 va 2 ovqatlar marmitlarini mos ravishda to'ldirish
			Muz generatorini ozukaviy muzlar	
		Bufetlarni tayyorlash	Tovarlarni olish	Issiqlik, sovitish jihazlarini to'g'ri ishlashga ishonch hosil qilish
			Tovarlarni bilan ta'minlash	
2	Tayyor mahsulotni olish (tarqatish)	Mahsulotlarni olish xuquqini	Taomni tayyorlash uchun buyurtmani berish	Buyurtma aniqligiga ishonch hosil qilish, chekga va mahsulot etiketiga mos bo'lishiga erishish
			CHeklarni urib berish	
			Mahsulotlarning markalarini ko'rsatish	
		Taom va ichimliklarni tarqatish	Asosiy mahsulotlarni porsiyalash	Porsiyalashda taomnomada ko'rsatilgan vazniga mos bo'lishi,bezashda zamonaviy taom dizayni bajarish
			Garnirlarni porsiyalash	
			Souslarni porsiyalash	
			Taomni bezash	
		Taom va ichimliklarni olish	Markasi to'g'riligini bufetga chek va hujjatlarni oshxonaga berish	Belgilangan assortimentga olingan mahsulotlar saqlanish muddatiga rioya etish
			Taomlarni va ichimliklarni olish	

			(assortiment asosida)	
3	Tarqatish xonasida ishlarni tugatish	Tarqatish xonasini tozalash	Qolgan mahsulotlarni saqlashga berish	Sanitariya gigiena qoidalarini, mahsulotlar saqlash rejimini bajarish
			Ish joyini tozalash	
		Qilingan ishlar bo'yicha hisobot	Kassa apparatidan schyotchik ko'rsatkichlarini echib olish	Ko'rsatkichlarni oldingisi bilan taqqoslash, hujjatlarni sinchkovlik bilan tekshirish
			Berilgan mahsulot kiymati va schyotchikdagi ko'rsatkich orasidagi boglikligini hujjatashtirish	
			Tushgan daromadni topshirish	

4.5.1-rasm. Ofitsantlar tomonidan ko'rsatiladigan xizmat ko'rsatish jarayonining tuzilmasi

Iste'molni tashkillashtirish (ikkinchi bosqich)

№	Asosiy xizmat jarayonlari	Xizmat ko'rsatish jarayonlari ning guruhleri	Guruhlar bajariladigan ishlar ro'yxati	Bajariladigan ishlar sifati va samarasini oshirish
	Iste'molchilarni qabul qilish jarayoniga tayyorgarlik ko'rish	Iste'molchilar uchun binolarni tayyorlash	Pollarni tozalash	Tozalash ishlarida zamonaviy texnik vositalardan keng ko'lamda foydalanish
			Gilam-dorojkalarni tozalash	
			Mebellarni artib chikish	
			Moddiy-texnik ta'minot predmetlari bilan ta'minlash	
		Personalni xizmat ko'rsatish uchun tayyorlash	Ish boshlashdan oldin instruktaj o'tkazish	Instruktajda shaxsiy namuna ko'rsatish
			SHaxsiy tayyorgarlik kurish	
		Stollarni servirovka qilish	Stol belyosini olish	Ushbu ishlarni bajarishda yuqori kasbiy etiket qoidalariga rioya etish,
			Uni zalga olib kelish	
			Stollarni dasturxon billan bezash	
			Oshxona idishlari va priborlarini olish	
			Ularni saykallash	

			Ziravorlarni tayyorlash	iste'molchiga noqulay vaziyat yaratmasdan barcha servirovka ishlarini oldindan bajarish yoki ish davrida maksimal diqqatni oshirish
			Stollarga servirovka narsalarini kuyish	
			Guldonlarni gul bilan tayyorlab kuyish	
			Idishlarni, ziravorlarni, guldonlarni gul bilan olib kelish	
	Iste'molchilarga zalda xizmat ko'rsatish	Xizmatni ko'rsatish uchun buyurtmalar ni qabul qilish	Iste'molchilarni kutib olish	Butun ish davomida iste'molchilar bilan muloqotda, xizmat ko'rsatuvchilar o'zlarining tashqi ko'rinishlarida sanitariya gigiena talablarini bajarishlari, vaqt vaqti bilan xizmat ko'rsatishda qo'llaniladigan barcha vositalarning tozaligiga qat'iy rioya etishlari
			Taom va ichimliklar uchun buyurtma olish	
		Taom va ichimliklarni tarqatish	Tayyor mahsulotni zalga olib kelish	
			Ularni porsiyalash	
			taom va ichimliklarni stolga qo'yish	
		Iste'molchilar bilan hisob-kitob	Hisob-kitobni rasmiylashtirish	
			Pulli (talon buyicha) hisob-kitob	
		YAngi buyurtmalar ni bajarishga tayyorgarlik kurish	Foydalanilgan idish va salfetkalarni yig'ish	
			Ularni yuvish xonasiga olib borib berish	
			Toza idish va salfetkalarni olish	
			Ularni zalga olib kelish	
			Servirovka narsalarini stolga kuyish	

4.5.1a- rasm. Ofitsiantlar tomonidan ko'rsatiladigan xizmat ko'rsatish jarayonining tuzilmasi

Tayyor mahsulotning realizatsiyasi (birinchi bosqich)

№	Asosiy xizmat jarayonlari	Xizmat ko'rsatish jarayonlari guruhlari	Guruhlar bajariladigan ishlar ro'yxati	Bajariladigan ishlar sifati va samaradorligini oshirish
----------	----------------------------------	--	---	--

	Tarqatishg a tayyorlash	Jihozlarni ishga tayyorlash	Tarqatish jihozlarini yoqilganligini ko‘rish va tekshirish	Jihozlarni ishga tayyorlashda barcha nosozliklarni oldindan bartaraf etish, ularning sanitar gigienik holatiga e’tibor berish, olingan mahsulotlar va taomlar sifatini tekshirish, yaxshilanganligini ta’minlash
			Hisob-kitob yuritadigan tarmokni ishga tayyorlash	
		Tarqatish jihozlarini mahsulotlar bilan to‘ldirish	Mahsulotlarni olish (oshxonadan)	
			Peshtaxtalarni va sovitadigan vitrinalarni, marmitlarni mahsulotlar bilanto‘ldirish	
	Tarqatish xonasida iste’molch ilarga xizmat ko‘rsatish	Mahsulotla rni tarqatish(as sortiment asosida)	Asosiy mahsulotlarni porsiyalash	Porsiyalashda assortimentda ko‘rsatilgan massasiga rioya etish, taomlar tarkibini aralashtirmaslik, iste’molchilar bilan hisob kitobni to‘g‘ri rasmiylashtirish
			Garnirlarni porsiyalash	
			Sous va boshqalarni porsiyalash	
		Iste’molchi lar bilan hisob-kitob qilish	Kassa apparatida cheklarni urib berish	
			Pulli yoki abonementli hisob-kitob qilish	
	Tarqatish xonasida ishlarni tugatish	Tarqatish xonasini tozalash	Qolgan mahsulotlarni saqlash uchun topshirish	Tozalashda zamonaviy vositalardan foydlanilgan holda sanitariya gigiena qoidalariga rioya etish. Rasmiylashtirishda hujjatlar mosligini tekshirish to‘g‘riligini ta’minlash
			Ish joyini tozalash	
		Qilingan ishlar bo‘yicha hisobot	Kassa apparatidan schetchikning ko‘rsatkichini	
			Realizatsiya qilinganmahsulotlar ko‘rsatkichi va schyotchikning ko‘rsatkichlari orasidagi mosligini hujjatlashti-rib rasmiylashti-riladi	

4.5.2-rasm. O‘z-o‘ziga xizmat ko‘rsatish jarayonining tuzilmasi

Iste'molni tashkillashtirish (ikkinchi bosqich)

№	Asosiy xizmat jarayonlari	Xizmat ko'rsatish jarayonlarining guruhlari	Guruhlar bajariladigan ishlar ro'yxati	Bajariladigan ishlar sifati va samaradorligini oshirish
	Iste'molchilarni qabul qilish jarayoniga tayyorgarlik kurish	Iste'molchilar uchun binoni (xonalarni) tayyorlash	Mebel va deraza ostilarini artish	Iste'molchilar uchun xonalarni shamollatib turish, konditsirlash, uning harorati, namligi, havo tezligi komfort talabida bo'lishini ta'minlash
			Pollarni yuvish (artish), gilamli qoplamalarni tozalash	
			Ko'rsatilgan moddiy-texnika ta'minot predmetlari bilanta'minlash	
		Stollarni servirovkalashtirish	Guli vazalarni tayyorlash	Servirovkani oldindan yoki iste'molchiga noqulaylik yaratmasdan, yuqorida darajada bajarish uning to'liqligini ta'minlash
			Stollarda idishlarni servirovkalashtirish	
			Tuz, ziravorlarni tayyorlash, salftkalarni, oshxona idishlari va boshqalarni olish	
		Xizmat ko'rsatishga personalni tayyorlash	Ish kunining boshida instruktajotkazish	Ish kuni davomida tashqi ko'rinishda kasbiy etikasiga qoidalarini qat'iylik bilan bajarish
			SHaxsiy tayyorgarlik	
	Iste'molchilarga zalda xizmat ko'rsatish	Zallarni tozalash	Foydalanilgan idishlarni yig'ish	Tozalashda zamonaviy vositalardan foydalanish, zallarni shamollatish, konditsirlash, komfort metrologik harorat, namlik va havo tezligi sharoitini yaratish
			Idishlarni yuvishxonasiga berish	
			Zalda va stollarda tozalikka rioya qilish	
		Xizmat ko'rsatish jarayonini tartibga solib turish	Xizmat ko'rsatish uchun taxminiy buyurtmalarni qabul qilish	Barcha ishlarda xushmuomalada bo'lish, etika etiket qoidalariga rioya etish
			Zalga iste'molchilarni kelish oqimini tartibgasolish	

4.5.2a- rasm. O'z-o'ziga xizmat ko'rsatish jarayonining tuzilmasi

Yuqorida qayd etilgan xizmat ko'rsatish jarayonini texnologik modernizatsiyalash, xizmat ko'rsatish va band bo'lgan kanallarning foydalanish koeffitsientini, ovqatlanish zallaridan foydalanish samaradorligini, xizmat ko'rsatishda navbat kutishni pasaytirish, xizmat ko'rsatishni xohlamagan iste'molchilar sonini kamaytirish, xizmat ko'rsatish madaniyatini tubdan o'zgartirish va h.k., samaradorligini oshirishga sabab bo'ladi.

Xuddi shuningdek, umumiy ovqatlanish korxonalaridagi xizmat ko'rsatishni samaradorligini oshirishda yuqorida keltirilgan xizmat ko'rsatish texnologik jarayonlar tuzilmasi va olingan natijalarni korxonada xizmat ko'rsatish sohasidagi kadrlarni o'rgatib ularda amaliy ko'nikmalar hosil qildirish lozim bo'ladi.

Kalit so'zlar:

Kommunal xizmat ko'rsatish, transport xizmat ko'rsatish, qurilish xizmat ko'rsatish, savdo servisi, hamroh xizmatlar, ulgurji savdo, kafe, oshxona, restoran, bar, o'z o'ziga xizmat ko'rsatish jarayoni, amerika kokteyl bari.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. O'zbekiston Respublikasi Uy-joy kommunal xizmat ko'rsatish vazirligining asosiy vazifalarini sanab bering
2. Kommunal xizmatlarning bajaruvchilari bo'lib kimlar hisoblanadilar?
3. Kommunal xizmatlarning asosiy guruhlarini sanab bering
4. O'zbekiston Respublikasi Qurilish vazirligining asosiy vazifalari sanab bering
5. O'zbekiston Respublikasi Transport vazirligi asosiy vazifalari sanab bering
6. O'zbekiston Respublikasi Transport vazirligi o'ziga yuklangan vazifalarga muvofiq qanday funksiyalarni amalga oshiradi?
7. Transport vositalarini ta'mirlash va texnik xizmat ko'rsatish paytida iste'molchilarga qanday qulayliklar tadim etiladi.
8. Transport xizmatlari guruhleri va turlarga qanday tasniflanadi?
9. Hamroh xizmatlar deganda nimani tushunasiz?
10. Savdo faoliyati yuritish shakllariga ko'ra nechaga bo'linadi?
11. Ulgurji savdo korxonasiga ta'rif bering
12. Xizmat ko'rsatish darajasi va taqdim etilayotgan xizmatlar nomenklaturasi bo'yicha restoran va barlar qanday guruxga bo'linadi?
13. Kafe ovqatlanish xizmatiga ta'rif bering
14. CHoyxona xizmat ko'rsatishiga ta'rif bering

V-bob.REAL SEKTORDA SERVIS TIZIMI XIZMATLARINIG SIFATI VA SAMARADORLIGI

5.1.Real sektorda servis tizimi xizmatlarining sifati

5.2. Real sektorda xizmat ko'rsatish sifati ko'rsatkichlari tizimini takomillashtirish.

5.3. Servis korxona va tashkilotlarida ishlab chiqarishni hamda marketing xizmatlarini rejalashtirish

5.4. Real sektordagi servis korxonalarida mehnatning mohiyati, mehnat munosabatlari

5.1-mavzu. Real sektorda servis tizimi xizmatlarining sifati

Iste'molchining xizmatdan qoniqish darajasi xizmat sifati, bajarilishi va xizmat natijasiga bog'liq bo'ladi. Xizmat sifati – bu, iste'molchining belgilangan va ko'zda tutilayotgan ehtiyojlarini qondirish imkoniyatlarini aniqlovchi xizmatlarning tavsiflari yig'indisidir. Xizmat sifati ko'pchilik holatlarda iste'molchilarga xizmat ko'rsatish sifatiga bog'liq. Xizmat ko'rsatish sifati – bu, iste'molchining belgilangan va ko'zda tutilayotgan ehtiyojlarining qondirilishini ta'minlaydigan jarayon va xizmat ko'rsatish sharoitlarining tavsiflari yig'indisidir. Xizmatlar iste'molchiga xizmatning bajaruvchisi va iste'molchisi o'rtasida tuziladigan pudrat shartnomasi (moddiy xizmatlar uchun) va xizmat ko'rsatish shartnomasi (ijtimoiy-madaniy xizmatlar uchun) asosida taqdim qilinadi. Xizmatlar sifatiga shartnoma shartlariga rioya qilish (bajarilgan ishlar nomenklaturasi, muddatlar, ishlar sifatiga talablar) orqali baho berish mumkin. Barcha taqdim etilayotgan xizmatlar normativ talablarga mos kelishi lozim. Xizmatlar bajaruvchisi davlat standartlari texnologik reglamentlar, sanitar, yong'inga qarshi qoidalar va boshqa normativ hujjatlarda belgilangan xizmatlar sifati ularning hayot, insonlar sog'lig'i, atrof-muhit va mulkka xatarsizligi bo'yicha majburiy talablarga rioya qilishi shart. Xizmatlar sifati ularning iste'mol xususiyatlari orqali aniqlanadi va tovarlar sifatiga qaraganda qiyin kategoriya bo'lib hisoblanadi, chunki iste'molchi nafaqat xizmat natijasini o'zlashtiradi, balki qator holatlarda uni ko'rsatish ishtirokchisi bo'lib ham hisoblanadi.

Undan tashqari, ko'pchilik tovarlar bir andozada va iste'molning standart sharoitlariga mo'ljallangan hisoblanadi, xizmatlar esa iste'molchining shaxsiy

holatini inobatga olgan xolda yakka tartibda ko'rsatiladi. Xizmat (xizmat ko'rsatish) xususiyatlari – bu, xizmatning (xizmat ko'rsatishning) ob'ektiv xususiyatlaridir. U uni ko'rsatish va iste'molida (xizmat ko'rsatishni amalga oshirishda) namoyon bo'ladi. Xizmatlar va xizmatning ko'rsatkichlari sifati, sifat ko'rsatkichlari bilan tavsiflanadi.

Xizmat (xizmat ko'rsatish) sifat ko'rsatkichi – bu, ularning sifatini tashkil etuvchi xizmatning (xizmat ko'rsatishning) bir yoki bir necha xususiyatlarining son tavsifidir.

Xizmatlar sifati ko'rsatkichlari quyidagilarda foydalaniladi:

- standartlar va texnik reglamentlarda o'xshash xizmatlar guruhlar (turlari) xizmatlar ko'rsatish jarayonlari, servis korxonalari, xodimlari va sifatni boshqarish bo'yicha sifat ko'rsatkichlari nomenklaturasini shakllantirishda;
- xizmatlar taaluqliligiga (servis korxonasi xodimlarining xizmat ko'rsatish jarayoni), o'lchash (nazorat, baholash) parametri va ularning metrologik ta'minlanganligining taaluqliligini baholash bo'yicha qoida hamda takliflarni ishlab chiqishda;
- xizmat natijalarini qadoqlash, o'rash, yuklash-tushirish va saqlash qoidalarini ishlab chiqishda;
- xizmat natijalari va xizmat ko'rsatish jarayoniga ekspluatatsiya, ta'minlash, reklamatsiyalar taqdim qilish qoidalarini ishlab chiqishda.

Undan tashqari, sifat ko'rsatkichlaridan kontraktlarda (shartnomalarda), sifat ko'rsatkichlari nomenklaturasini tuzishda foydalaniladi.

Sifat ko'rsatkichlarining asosiy funksiyasi bo'lib, xizmatlar sifatini, korxona xodimlarining xizmat ko'rsatishi, ishi va boshqalarni nazorat qilish hisoblanadi. Sifat ko'rsatkichlari asosida sifatni nazorat qilish va baholash amalga oshiriladi.

Xizmatni bajarish sifati xizmat bajaruvchisining kasbiy mahoratiga bog'liq bo'ladi. Xizmat natijasining sifati ishlab chiqarish jarayonida foydalangan materiallar va xomashyolar, xizmat ko'rsatish texnologiyalarini takomillashtirish, iste'molchilarga xizmat ko'rsatuvchi mutaxassislar mahorati va usta-texnologlar kasbiy malakalariga bog'liq bo'ladi. Mahsulotlarni ta'mirlash va tayyorlash,

kimyoviy tozalash va mahsulotlarni bo'yash bo'yicha moddiy harajatlar natijalari sifatini ta'mirlangan, bo'yalgan va tayyorlangan mahsulotlar sifatlari ko'rsatkichlari asosida hisob-kitob usullari orqali baholash mumkin. Qolgan turdagi xizmatlarni bajarish natijasining sifatini, son jihatidan baholash qiyin hisoblanadi. Baholash sub'ktiv va noaniq tavsifga ega bo'ladi. SHu sababli xizmat natijasining iqtisodiy samaradorligini baholashni amalga oshirish mumkin.

Xizmatlar sifati ko'rsatkichlarining nomenklaturasi bir necha guruh ko'rsatkichlaridan tashkil topadi: belgilanish, xavfsizlik, ishonchlilik, xodimlarning kasbiy darajasi, ijtimoiy belgilanish, estetik ko'rsatkichlar va axborotlashtirish ko'rsatkichlari. Xizmatlar sifati darajasiga baho berishda xizmat bahosi, uni yaratish va taqdim etish harakatlari kabi iqtisodiy ko'rsatkichlarni ham inobatga olish lozim. Xizmatning belgilanish ko'rsatkichlari funksiyalarning bajarilish sifatini aniqlashga mo'ljallangan, xizmat xususiyatlari to'plamini tavsiflaydi.

Belgilanish ko'rsatkichlari to'rtta kichik guruhlarga bo'linadi:

1. Qo'llanilish ko'rsatkichlari;
2. Bir biriga moslik ko'rsatkichlari;
3. Korxona ko'rsatkichlari;
4. Alohida xizmat turlariga xos bo'lgan o'ziga xos ko'rsatkichlar;

Qo'llanilish ko'rsatkichlari ularning bajarilishiga mo'ljallangan va ularni tarqatish sohasini asoslaydigan, asosiy funksiyalarni aniqlaydigan xizmatning xususiyatlarini tavsiflaydi. Qo'llanilish sohasini asoslovchi ko'rsatkichlar bo'lib, shuningdek mahsulotning bir biriga mosligi ko'rsatkichlari xizmat qiladi. YA'ni moddiy xizmatlar natijasini qolgan mahsulotlar bilan mosligi yoki bir xizmatni taqdim qilish jarayonining boshqa xizmat ko'rsatish jarayoniga mos kelishi.

Mos kelishning quyidagi turlari mavjud:

- funksional (boshqa xizmatni bajarishga to'siqlarning bo'lmasligi);
- geometrik (mavjud xizmatning qolgan hamkorlikda foydalaniladigan mahsulotlar bilan qo'shilishi yoki kenglik razmerlari, shakllari bo'yicha mos kelishi);

- biologik (turli xil dorilar yoki muolajalar, oziq-ovqat mahsulotlari, kosmetika vositalarining, tibbiy xizmat ko'rsatishda yoki ovqatlanishda allergiya reaksiyalari bo'lmashligi bilan mos kelishi);
- elektromagnit (xizmat natijasi bo'yicha hamkorlikdagi ish va qolgan mahsulotlarning o'zaro elektromagnit to'siqlarining bo'lmashligi bo'yicha mos kelish imkoniyati);
- elektrik (xizmatlar natijasini elektr toki, quvvatlariga ulash imkoniyati);
- dasturli (hamkorlikda foydalaniladigan xizmat natijalari va boshqa mahsulotlar uchun yagona dasturlar va dasturlashtirish tillaridan foydalanish imkoniyatlari bilan aniqlanadi);
- texnologik (xizmatni taqdim etish jarayonida yoki uning natijasida, qolgan hamkorlikda foydalaniladigan ob'ektlardagi texnologiyalarga mos kelmaslikning bo'lmagani bilan aniqlanadi);
- metrologik (hamkorlikda foydalaniladigan xizmat natijasi va boshqa mahsulotlarning normalar va parametrlarga o'zaro to'g'ri kelishi, o'lchash vositalarining kichik xatoliklarining mos kelishi);
- axborot (taqdim etilayotgan axborotning hajmi, turi va shakllarining iste'molchi yoki hamkorlikda foydalaniladigan ob'ektlar talablariga mos kelishi).

Xizmat ko'rsatish bo'yicha uning asosiy imkoniyatlarini tavsiflovchi xizmat sohasi korxonasining sifati ko'rsatkichlariga korxonaning moddiy texnika bazasi, iste'molchilarga xizmat ko'rsatishning sanitariya pokizalik va ergonomik sharoitlari, muomala etikasi va qo'shimcha xizmatlar olish imkoniyatlari, kutish yoki iste'molchiga xizmat ko'rsatishning o'rtacha vaqti, muayan vaqt birligida xizmat ko'rsatilgan iste'molchilarning o'rtacha soni, shuningdek xizmat ko'rsatish qoidalarida ma'lum ustuvor kategoriyadagi iste'molchilarga (bolalar, nogironlar, qariyalar va boshqalar) xizmat ko'rsatishning mavjudligi kiradi.

Moddiy texnika bazasi quyidagilar bilan tavsiflanadi:

- foydalaniladigan sotish va xizmat ko'rsatish usullari, ko'rsatiladigan xizmatlar assortimentini inobatga olgan holdagi ma'lum turlar va modellar,

razmerlar, shakllar va belgilanishdagi texnologik asbob-uskuna, anjomning ratsional to'plamining mavjudligi;

- xizmat ko'rsatish jarayoni va iste'molchilarning ratsional harakatini tashkil etish uchun zaruriy binolarning mavjudligi, ularning ratsional joylashishi, qo'yilgan mahsulot namunalarining maksimal ko'rinishi, xizmatlarning tariflanishi;

- axborotni qayta ishlash uchun texnik vositalarning mavjudligi.

Servis tashkilotlarining xizmatlari yuqori malakali ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish xodimlari tomonidan yuqori qulaylik va moddiy-texnik ta'minlanganlik sharoitida taqdim etilishi lozim. Iste'molchilarga xizmat ko'rsatishning ergonometrik sharoitlari, xizmat ko'rsatish sharoitlarining iste'molchilarning gigienik, psixofiziologik xususiyatlariga mos kelishini tavsiflaydi. Ergonomika talablariga rioya qilish qulaylikni ta'minlaydi va iste'molchilarning sog'lig'i va mehnat qobiliyatlarining saqlanishiga imkoniyat yaratadi.

Xizmat ko'rsatishning ergonomik sharoitlari tavsiflanadi:

- iste'molchilarning fiziologik va psixologik xususiyatlariga mos kelishi bilan;

- xizmatni bajarishda iste'molchilarga qulaylik yaratish bilan ushbu qulayliklarga: tovarlarni savdo zallariga, iste'molchilarni salonlarda, kirish-chiqishlarda, seksiyalarda, buyurtmani qabul qilish punktlarida qulay joylashtirish va boshqalar kiradi;

- sanitariya-pokizalik ko'rsatkichlari bilan (mikroiqlim, xizmat ko'rsatish zali va asbob-uskunalarining tozaligi, xodimlar tashqi ko'rinishi va kiyimlarining tozaligi, shovqin darajasi va boshqalar).

Tashrif buyuruvchilarga xizmat ko'rsatish salonining tashqi qiyofasining bezatilishi va joylashuvini rejalashtirish, mebel va asbob-uskunani joylashtirish, xodimlarning tashqi ko'rinishi, iste'molchilarda shakllangan psixologik qabul qilish, tashkilotning ixtisosi va firmali uslubiga mos kelishi lozim. Xizmat ko'rsatish zalidagi muhit uning rang, yorug'lik va tovushli jihozlanishi,

iste'molchilarda ijobiy ta'surot qoldirishi lozim. Xizmatlarning insonning fiziologik va psixologik xususiyatlariga mos kelishi, iste'molchiga qulaylik, shinamlik tuyg'usini ta'minlashi lozim.

Qulay sharoit va shinamlikni tashkil etishda muhim rolni iste'molchilar bilan muomala etikasi o'ynaydi. Iste'molchilar bilan muomala etikasi servis tashkiloti xizmat ko'rsatish xodimlarining madaniyati va ushbu etik qoidalarga rioya qilinishiga asoslanadi.

Kutish va xizmat ko'rsatishning o'rtacha vaqti xizmatlarni ijro etishning muddati va davomiyligi daqiqalarda, soatlarda, kalendar kunlarida va boshqalarda o'lchanadi. Xizmat ko'rsatishning davomiyligi va xizmat ko'rsatish vaqti xizmat turi va ish tavsifiga bog'liq. Masalan, sartaorshxonada uzoq qabulni kutish, havo transportida uzoq vaqt uchish, uzoq qurilish va ta'mirlash iste'molchilar tomonidan salbiy baholanadi va aksincha kosmetolog-vizajist, sotuvchi maslahati ijobiy baholanadi. Ko'pchilik holatlarda xizmatlar bajarilishining davomiyligi qancha kam bo'lsa, uning iste'molchiga qimmatliligi yuqori bo'ladi va raqobatbardoshligi oshadi. Xizmat iste'molchi tomonidan belgilangan aniq vaqtda bajarilishi lozim, aks xolda u o'z qimmatini yo'qotishi mumkin. Masalan avtomobilni ta'mirlash muddatining cho'zilishi ish qobiliyatining yo'qolishiga olib keladigan dam olish va ish uchrashuviga borishni bekor qilish bilan yo'qotilgan vaqt, tibbiy xizmat ko'rsatishni bekor qilish kabi qoplanib bo'lmaydigan yo'qotishlarni vujudga keltiradi.

Xizmat ko'rsatish vaqti deganda iste'molchining bevosita xizmat bajaruvchisi bilan o'zaro harakati davomidagi davr tushiniladi. Normativ ko'rsatkich sifatida xizmatni bajarishning davomiyligi ko'rsatkichidan foydalaniladi, ya'ni xizmatni bajarish uchun belgilangan normativ vaqtdan.

Xizmatni bajarish muddati – bu, xizmat bajarilishi mumkin bo'lgan kalendar sanadir. Xizmatni bajarish muddati shartnomada aks ettiriladi.

Xizmatni bajarish muddatining buzilishi, xizmatlar sifatini kamaytiradi va servis tashkiloti uchun noxush oqibatlarga olib keladi. Jumladan ommaviy ovqqatlanish xizmatlarini ko'rsatish bo'yicha qoidalarda quyidagilar ta'kidlanadi

«Xizmatlar ko'rsatish bo'yicha oldindan berilgan buyurtmalarni bajarish muddatlari buzilsa, ko'rsatilayotgan xizmatlarda kamchiliklar aniqlangan bo'lsa, iste'molchi o'z xohishiga ko'ra quyidagilarga haqlidir:

- bajaruvchiga yangi muddat belgilashi, ushbu muddat davomida bajaruvchi xizmatni ko'rsatishga kirishishi yoki uni tugatishi va ko'rsatiladigan xizmat bahosini kamayishini talab qilishi;

- ko'rsatilayotgan xizmat bahosining kamaytirilishini talab qilishi;

- iste'molchi tomonidan belgilangan muddatda kamchiliklarning beg'araz bartaraf etilishini yoki ta'luqli sifatda o'xshash oziq-ovqat mahsulotining tayyorlanishini yoki uni boshqa mahsulotga almashtirilishni

- talab qilishi;

- xizmatdan voz kechishi».

Iste'molchi shuningdek xizmat ko'rsatish boshlanish va tugatish muddatlarini buzilishiga bog'liq xolda, unga etkazilgan zararlarning to'liq qoplanishini talab qilishga haqlidir.

Xizmatlar tashkilotning ish rejimiga ta'luqli ravishda ko'rsatiladi. Davlat tashkilotlaridagi ish rejimi mahalliy hokimiyat organlari tomonidan belgilanadi, qolgan mulk shakllaridagi korxonalar va yakka tartibdagi tadbirkorlar uchun ish rejimi, ular tomonidan mustaqil ravishda belgilanadi.

Xizmatlarni vaqtinchalik to'xtatish holatlarida (rejali sanitar kunlarini o'tkazish, ta'mirlash va boshqa holatlarda) bajaruvchi iste'molchiga o'z faoliyatini to'xtatish sanasi va muddatlari to'g'risida o'z vaqtida axborot berishi lozim.

Xavfsizlik ko'rsatkichlari xizmatlar taqdim etish natijasi va jarayonining fuqarolar hayoti, sog'lig'i, mulkiga va atrof-muhitga xavfsizligini tavsiflaydi. Xizmatlar va ularni taqdim etish sharoitlari iste'molchilar hayoti va sog'lig'iga xatarsiz bo'lishi va ularning mulklarining saqlanishi va atrof-muxitni qo'riqlashni ta'minlashi lozim.

Iste'molchi uchun xizmat xatarsizligi – bu, unda zarar va yo'qotishlar xavf-xatari mumkin bo'lgan daraja bilan chegaralanadi.

Xavfsizlik xizmat ko'rsatish jarayoni hamda xizmatning moddiy natijasini iste'mol qilishda ta'minlanishi lozim. Xizmatlarni taqdim qilishda, ularni ishlab chiqarishda taqdim qilinadigan xomashyo va materiallarning xavfsizligi ta'minlanishi lozim.

Xizmatni taqdim etish, iste'mol qilishga xizmat ko'rsatish va uni tashkil etish, ishlarni bajarish, mahsulotlarni saqlash sharoitlari, mahsulotlarning ta'luqli normativ-texnik hujjatlashtirish normalari, sanitar norma va qoidalarga, sanitar-gigienik, mikrobiologik va tibbiy-biologik ko'rsatkichlar talablariga javob berishi lozim.

Servis tashkilotining ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish xodimlari ta'luqli maxsus tayyorgarlikga ega bo'lishlari va sanitariya, shaxsiy pokizalik talablariga rioya qilishlari lozim.

Xavfsizlik ko'rsatkichlari uch kichik guruhga bo'linadi:

1. Fuqarolarning hayoti, sog'lig'i va mulklari xatarsizligi ko'rsatkichlari;
2. Atrof-muhit uchun xavfsizlik ko'rsatkichlari;
3. Mol-mulk va axborotning saqlanishi ko'rsatkichlari.

Fuqarolarning hayoti, sog'lig'i va mulki xavfsizligi xizmatni taqdim etish natijalari va jarayonlarining, xavfli va zararli ta'sir turlarining barcha talablariga mos kelishini aks ettiradi.

Quyidagi ko'rsatkichlar asosiy bo'lib hisoblanadi:

- elektr xavfsizligi;
- yong'in xavfsizligi;
- portlash xavfsizligi;
- radiatsiya xavfsizligi;
- kimyoviy va ifloslantiruvchi moddalar ta'siri xavfsizligi;
- mashinalar va asbob-uskunalaridan foydalanish xavfsizligi;
- ximoya vositalari va chora-tadbirlar hisobiga xavfsizlik;
- akustik (shovqinlar, ultra tovush signallari), issiqlik (infra qizil) tarmoqli (shu jumladan lazer) nurlanishlar ta'siridan xavfsizlik;

- xizmat ko'rsatish jarayonida texnologik muhitlar va boshqa omillar ta'siridan xavfsizlik.

Atrof-muhit uchun xavfsizlik ko'rsatkichlari (ekologik xavfsizlik) o'rab turgan tabiiy muhitning xizmatni taqdim etish natijasi yoki jarayonidan himoyalaniish darajasini aks ettiradi. Atrof-muhitni qo'riqlash, xududning atrof-muhitini qo'riqlash bo'yicha belgilangan talablarga rioya qilish, binolarning texnik holati, vintilyasiya, suv ta'minoti, suvoqova va boshqa omillarga bog'liq bo'ladi. Sanitariya normalari va qoidalari, qurilish normalari va qoidalari, mehnat xavfsizligi tizimining davlat standartlariga ta'luqli ravishda atrof-muhitga zararli ta'sir ko'rsatadigan moddalarning mavjudligi xizmatni taqdim etishning ishlab chiqarish jarayonida, hamda xizmatni iste'mol qilishda kuzatilmasligi lozim. Atrof-muhit xavfsizligining ushbu ko'rsatkichlari xizmat natijasini ishlab chiqarishda, saqlashda, yuklash-tushirishda, ekspluatatsiyada (qo'llanishda), utilizatsiya qilishda va xizmat ko'rsatish jarayonida flora, fauna, havo va suv basseymlariga, tuproqqa, ionosferaga va boshqalarga ta'sirini inobatga oladi.

Ekologik xavfsizlik ko'rsatkichlari o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- atrof-muhitga mumkin bo'lgan (daraja va vaqt bo'yicha) kimyoviy, mexanik, radiatsion, elektromagnit, issiqlik, biologik ta'sir;
- xizmat natijasining barcha hayotiy sikllarida (utillashtirishni qo'shgan holda) yoki uni ko'rsatish jarayonida (chiqitlarni ko'mishni qo'shgan holda), atrof-muhitga tushadigan ifloslantiradigan, zaharli va xavfli moddalarning barqarorligi (zararli va xavfli ta'sir vaqti).

Fuqarolar mulki saqlanishi yoki axborot saqlanishi (konfedensallik) ko'rsatkichlari xizmat ko'rsatish jarayonida taaluqli himoya darajasini aks ettiradi. Fuqarolar mulkining saqlanishi ko'rsatkichlari kafolat (zararni kompensatsiya qilish) orqali aks ettirilishi yoki sug'urtalash sharoitlari orqali aniqlanishi mumkin.

Axborot saqlanishi ko'rsatkichlari xizmat iste'molchisining barcha turdagi intellektual mulkiga bog'liq barcha turdagi xizmatlarga o'rnatiladi. Xavfsizlik kafolati iste'molchining ham moddiy, ham ma'naviy zarariga ta'luqlidir. Axborot konfedensialligini saqlash ko'rsatkichlari kompyuter tizimlariga sanksiyalanmagan

kirishlar va ma'lumotni buzib ko'rsatish kabilarning bo'lmasligi kafolati bilan aks ettiriladi.

Ishonchlilik ko'rsatkichlari xizmatlar natijasining tashqi ta'sirlarga ishonchliligi va chidamliligini, xizmat ko'rsatish natijasi va jarayonining to'siqlardan ximoyalanganligini, iste'molchiga xizmatlarni taqdim etishning ishonchliligining xususiyatlarini tavsiflaydi. Xizmatlar ishonchliligi ko'rsatkichlari rejimlar va foydalanish sharoitlari, texnik xizmat ko'rsatish, saqlash, yuklash-tushirishlarga mos kelgan holda belgilangan parametrlar va chegaralarda servis tashkilotining

xizmatni bajarish va iste'molchiga xizmat natijasining saqlanish (ta'mirlangan yoki buyurtma bo'yicha ishlab chiqarilgan tovarning ish qobiliyati) to'g'risida iste'molchiga kafolat bera olish imkoniyatlari orqali aniqlanadi.

Ishonchlilik ko'rsatkichlari to'rt kichik guruhlariga bo'linadi:

1. Xizmat natijasining ishonchliligi;
2. Xizmat natijasining tashqi omillar ta'siriga chidamliligi;
3. To'siqlardan ximoyalanganlik;
4. Xizmatni taqdim etish ishonchliligi.

Xizmat natijasi ishonchliligi ko'rsatkichlari ular tomonidan o'z funksiyalarini bajarishni (saqlanishini) aks ettiradi. Ushbu ko'rsatkichlar mahsulot ishonchliligining kompleks ko'rsatkichlarining son jihatlarini yoki uning to'xtamasdan ishlash, uzoq muddatli ishlash, ta'mirlashga yaroqliligi va saqlanishi kabi bir martalik ko'rsatkichlarda aks ettirilishi mumkin.

Xizmat natijasining tashqi omillarga chidamliligi ko'rsatkichlari ob'ektlar va tabiat muhitining ta'siri natijasida ish qobiliyati saqlanishining ta'minlanishini aks ettiradi va ular jumlasiga quyidagilarni kiritish mumkin:

- mexanik ta'sirlar (silkinishli, zarbali, aylantiruvchi, shamolli va hokazolar);
- iqlimiy ta'sirlar (harorat, namlik va atmosfera bosimi, quyosh radiatsiyasi, atmosfera yog'inlari, chang, suv va hokazolarning o'zgarib turishi);

- maxsus ta'sirlar (biologik, radiatsiya, kimyoviy, shu jumladan agressiv gazlarning, yuvish vositalari, yoqilg'i, yog'lar va hokazolarning elektromagnit maydonlari, dezaktivlashtirish, degazlashtirish, dezinfeksiyalash va hokazolar).

To'siqlardan himoyalaniş ko'rsatkichlari xizmat natijasi yoki uni amalga oshirish jarayonida elektromagnit va ionlashtirilgan nurlanishlarning ta'sir darajasi va to'siqlarning atrof-muhitga ta'sirida, o'z funksiyalarini (xususiyatlarini) ta'minlash (saqlash) darajasini aks ettiradi.

Xizmatni taqdim etish ishonchliligi ko'rsatkichlari muddatlar, hajmlar, shartnoma (kontrakt) pozitsiyasi va nomenklaturasi kabi parametrlar bo'yicha o'z vaqtida va buyurtmaning aniq bajarilishini aks ettiradi.

O'z vaqtida ko'rsatilish ham xizmat sifati va raqobatbardoshligining muhim ko'rsatkichidir. Ayrim xizmatlar faqat ma'lum vaqt mobaynida iste'mol qiymatiga ega bo'ladi.

Xizmat natijasi qiymati kamayishi mumkin. Masalan soch oldirish iste'molchiga samara beradi va bir necha hafta davom etadi, ushbu davr davomida samara vaqt bo'yicha kamayib boradi.

Ijtimoiy-madaniy xizmatlar qiymati iste'molchi tomonidan faqat ularni ko'rsatish chog'ida qabul qilinadi. Ijtimoiy-madaniy xizmatlar natijasi moddiy shaklda saqlanib qolmaydi, balki yaxshi o'tkazilgan vaqt to'g'risida hotirada qoladi yoki inson organizmining fiziologik yoki psixologik holatini tiklashda namoyon bo'ladi.

Korxona (xizmatlar bajaruvchisi) xodimlarining kasbiy darajasi ko'rsatkichlari uch kichik guruhlariga bo'linadi:

- kasbiy tayyorgarlik va malaka oshirish darajasi, shu jumladan nazariy bilimlar va ularni amaliyotga qo'llay olish tajribasi;

- rahbarlikga qobiliyat (korxona rahbarlari, menejerlari, metrdotellar va boshqalar uchun);

- o'zini tutishning kasbiy etikasini bilish va ularga rioya qilish. Xodimlarning kasbiy tayyorgarligi va malakasi darajasi ko'rsatkichlari quyidagi parametrlar bo'yicha baholanishni o'z ichiga oladi:

- o'quv yurtining darajasi (reytingi);
- xodimlarning umumiy va ixtisoslashtirilgan tayyorgarligi (maxsus tayyorgarlikning bo'lmasligi, kollej, oliy o'quv yurti va oliy o'quv yurtidan keyingi tayyorgarlik va qo'shimcha ta'lim);
- umumiy ko'nikmalar (kategoriya, klass, ish staji) va qiyin ishlarni bajarish ko'nikmalari, shu jumladan qandaydir kasbiy mahorat tanlovlarida qatnashish natijalari bo'yicha;
- kasbiy faoliyatga ta'luqli bo'lgan hujjatlar talablarini bilish va ularga rioya qilish, shu jumladan sanitariya, shaxsiy pokizalik va ish joyi pokizaligi talablariga rioya qilish bo'yicha ham;
- yong'in va xavfsizlikning boshqa turlari, mehnatni muxofaza qilish qoidalarini;
- xizmatlar uchun normativ hujjatlarni.

Rahbarlikga qobiliyat ko'rsatkichlari quyidagi parametrlar bo'yicha baholanishni o'z ichiga oladi:

- mehnat qonunchiligi, kasbiy faoliyatga ta'luqli bo'lgan tarmoq hujjatlarini bilish va ularga rioya qilish;
- xodimlar ishini tashkil eta olish tajribasi, ularning o'z vazifalariga rioya qilishlarini nazorat qilish;
- iqtisodiy, moliyaviy va buxgalterlik sohalaridagi qonunchilik va me'yoriy hujjatlarni bilish va ularga rioya qilish;
- korxonada xayrixox muhitni ta'minlash tajribasi, ustuvor kategoriyadagi iste'molchilarga o'z vaqtida va sifatli xizmat ko'rsatish, yong'inga qarshi vositalar va qolgan turdagi ximoya vositalari va signalizatsiyadan to'g'ri foydalanish, ekstrimal holatlarda iste'molchilarni aniq evakuatsiya qilish va ularga zaruriy yordam ko'rsatish.

O'zini tutishning kasbiy etikasini bilish va ularga rioya qilish ko'rsatkichlari quyidagilarni aks ettiradi:

- yakka tartibdagi xususiyatlar, ular qatoriga etikalik, xayrixoxlik, xushmuomalalik, chiqishimlilik va hokazolar, shuningdek tashqi ma'lumotlar kiradi;
- o'zlarining amal doirasida iste'molchilarga nisbatan e'tiborlilik va ogohlantiruvchanlik;
- mehmondo'stlik muhitini yaratish mahorati, chidamlilik, o'zini tuta bilish va mojoroli holatlardan chiqa olish qobiliyatiga ega bo'lish.

YUqorida qayd qilingan xizmatlar sifati ko'rsatkichlaridan tashqari, ijtimoiy belgilanishdagi ko'rsatkichlar, estetik ko'rsatkichlar va axborotlashtirish ko'rsatkichlari ham belgilanishi mumkin.

Xizmatlarning ijtimoiy belgilanish ko'rsatkichlari:

- xizmatlarning ijtimoiy manzilligi;
- aholining ushbu turdagi xizmatlar bilan ta'minlanganligi;
- xizmat sifati darajasining uning chakana bahosiga mos kelishi.

Xizmatlarning ijtimoiy manzilligi, ya'ni xizmatlarning iste'molchilarning turli ijtimoiy guruhlari talablariga mos kelishidir, shu jumladan nogironlarning ham. U servis tashkilotining bino va qurilmalarini loyihalashtirishda, ish rejimini o'rnatishda, xizmat ko'rsatish usulini tanlashda, assortimentni shakllantirishda inobatga olinadi.

Masalan sotiladigan tovarlar turlari va baholariga bog'liq holda tovarlarni sotish bo'yicha chakana savdo xizmatlari turli ijtimoiy manzillikga ega. Obro'li markalardagi qimmat mollarni sotuvchi savdo shahobchalari, moddiy jihatdan ta'minlangan iste'molchilarning ijtimoiy ehtiyojlarini qondiradi, tovarlarni past narxlarda sotuvchi iqtisodiy klassdagi savdo shahobchalari va faxriylar uchun savdo shahobchalari, qulay narxlardagi kundalik ehtiyoj mollariga bo'lgan ehtiyojni qodirishga mo'ljallangan.

Servis tizimi tashkilotining estetik jihozlanishi O'zbekiston Respublikasida aholiga maishiy xizmat ko'rsatish qoidalari va boshqa normativ hujjatlar talablariga javob berishi shart.

Xizmatlar axborotlashtirilishi ko'rsatkichlari. Ular quyidagilar bilan tavsiflanadi:

- xizmatlar assortimenti, bajaruvchilar, xizmat ko'rsatishning qoidalari va iste'molchilar huquqlari haqida zaruriy, haqqoniy axborotning mavjudligi;
- xodimlarning o'z kasbiy belgilanishiga mos kelishi, shu jumladan bilimdonligi va haridorlarga kerakli axborotni taqdim etish qobiliyati.

Xizmatlar axborotlashtirilishiga talablar O'zbekiston Respublikasining normativ hujjatlarida aks ettirilgan. Aholiga maishiy xizmat ko'rsatish qoidalariga ko'ra servis tashkiloti (bajaruvchi) iste'molchiga o'z tashkilotining firmali nomlanishini, uning joylashgan joyini, yuridik manzilini, turi, klassi, ish rejimi haqida ma'lumot etkazishi lozim. Odatda ko'rsatilgan axborot e'lonlar taxtasida joylashadi. Servis tashkiloti (bajaruvchi) iste'molchiga davlat ro'yxatidan o'tish va u kim tomonidan amalga oshirilganligi haqida axborot berishga majbur. Agarda ijrochi tomonidan amalga oshirilayotgan faoliyat turi litsenziyalashtirilishi lozim bo'lsa, iste'molchiga litsenziya raqami, uning harakat muddati, shuningdek litsenziya bergan organ to'g'risida iste'molchiga zaruriy axborot taqdim etilishi shart.

Servis tashkiloti iste'molchiga xizmatlar (ishlar) to'g'risida kerakli va ishonchli axborotni o'z vaqtida taqdim etishi lozim va u quyidagilarni majburiy tartibda aks ettirishi kerak:

- ko'rsatilayotgan xizmatlar (bajarilayotgan ishlar) turlari va ularni taqdim etish shakllari;
- xizmatlar (ishlar) majburiy talablarga mos kelishi lozim bo'lgan standartlarni ko'rsatish;
- xizmatlar ko'rsatish (ishlarni bajarish) muddatlari;
- kafolat muddatlarini ko'rsatish;

- ko'rsatilayotgan xizmatlar (bajarilayotgan ishlar) bahosi va haq to'lash tartibi va shakllari haqida ma'lumotlar;

- xizmatlarning (ishlarning) mos kelishini tasdiqlovchi ma'lumotlar (ta'luqlilik sertifikatini raqami, uning muddati, uni bergan organ).

Tanishish uchun iste'molchiga quyidagilar taqdim etilishi lozim:

- xizmatlar ko'rsatish qoidalari;
- iste'molchilar huquqlarini himoya qilish mahalliy organining manzili va telefoni;

- xizmat ko'rsatish (ishlarni bajarish) bo'yicha shartnomalar (kvitansiyalar va boshqa hujjatlar) namunalari;

- tayyorlanayotgan mahsulotlar namunalari (modellari), mahsulot modellari bilan albom va jurnallar va hokozolar;

- imtiyozlarni olish huquqiga ega bo'lgan iste'molchilar kategoriyalarining soni.

Axborot yaxshi ko'rinadigan va qulay joyda bo'lishi lozim. Xizmatlar bajaruvchisi taqrizlar va takliflar kitobiga ega bo'lishi lozim va u iste'molchiga uning talabiga ko'ra taqdim etilishi kerak. Axborotlashtirish iste'molchini taklif etilayotgan xizmat ko'rsatish va xizmatlar to'g'risida to'liq, ishonchli va o'z vaqtidagi axborot bilan ta'minlashni ko'zda tutadi. Kulinar mahsulotining ozuqaviy va energetik qiymati to'g'risida o'z vaqtidagi va ishonchli axborot, iste'molchiga yosh xususiyatlari va sog'lig'ini inobatga olgan holda kerakli taom va kulinar mahsulotini to'g'ri tanlash imkonini beradi.

Sifat ko'rsatkichlari bo'yicha xizmatlar va xizmat ko'rsatishning nazorati amalga oshiriladi. Sifatning ta'minlanishi sifat nazorati tizimidan bog'liq bo'ladi.

Sifat nazorati tizimi – bu, xizmatlar sifati ustidan umumiy rahbarlikni amalga oshirishni ta'minlaydigan muolaja, jarayonlar va resurslar majmuidir.

Nazorat sifati servis tizimi tashkiloti mutaxassislari tomonidan texnologik jarayonning barcha bosqichlarida amalga oshiriladi. Nazorat tashrif buyuruvchilarga xizmat ko'rsatish jarayoni va ishlab chiqarish texnologik operatsiyalar, ommaviy ovqatlanish xizmatlarini ko'rsatishda oziq-ovqat

mahsulotlari, yangi mahsulotlar va ta'mirlash va tiklanishdan o'tgan mahsulotlar bo'yicha o'tkaziladi.

Mahsulotlar sifati tashqi ko'rinish, razmeri, konstruktiv qarorlar va badiiy jihozlanish normativ talablarga mos kelishi lozim, shuningdek shartnomada ko'rsatilgan xizmatlar iste'molchisining yakka tartibdagi xususiyatlarini ham inobatga olishi lozim. Yakka tartibdagi buyurtma bo'yicha ta'mirlangan va tayyorlangan mahsulotlarning qabul qilish nazorati texnik nazorat va tashkilot tomonidan tayinlangan shaxs tomonidan amalga oshiriladi.

Qabul qilish nazoratida buyurtmachi bilan kelishilgan ish ko'lamini inobatga olgan holda, harakatdagi normativ hujjatlar talablariga mahsulotlarning mos kelishi tekshiriladi. Agarda qabul qilish nazorati natijasida hech bo'lmaganda bir ko'rsatkichning normativ hujjatlarga yoki buyurtmachi bilan kelishuvning bir punkti bo'yicha mos kelmaslik (kamchilik) bartaraf etilguncha mahsulot qaytariladi. Xizmat ko'rsatish sifatini nazorat qilish qiyin va sub'ektivdir. Chunki xizmatlar sifati bo'yicha aniq son ko'rsatkichlari mavjud emas. Servis tashkiloti raqobatbardoshligini oshirish xizmatlar sifatini oshirish bo'yicha chora-tadbirlarga bog'liq bo'ladi. Xizmat ko'rsatish standartlariga iste'mol talablari doimo oshib bormoqda va shu sababli xizmatlarning yuqori sifatiga erishish, servis tizimi tashkilotlarining asosiy vazifasi bo'lib bormoqda. Turli davlatlar olimlari xizmatlar sifatini aniqlovchi omillarni ajratish masalalari bilan shug'ullanishmoqdalar. Xizmatlar sifatini aniqlovchi ushbu asosiy omillarning hisobi, servis tashkilotlarining birinchi darajali vazifasi bo'lib hisoblanadi, chunki undan ularning rivojlanishi va moliyaviy ahvoli bevosita bog'liq bo'ladi. Xizmatlar sifatini oshirish borasida dolzarb yo'nalish bo'lib, iste'molchilarga xizmatlar sifati to'g'risida ob'ektiv ma'lumot taqdim etish, xizmatlar tasnifiga sifat kategoriyalarini joriy etish hisoblanadi. Ushbu muammoni hal etish uchun muhim bo'lib quyidagi vazifalar hisoblanadi:

- texnik tartibga solish ob'ektlarini aniqlashtirish;
- servis xizmat ko'rsatish tizimi tashkilotlarining ixtiyoriy ravishda standartlashtirish va sertifikatlashtirish tizimini yaratish va joriy etish;

- standartlashtirish va sertifikatlashtirish orqali tadbirkorlarning halollik bilan raqobatlashishlari va iste'molchilarning xizmatlar sifati to'g'risida axborot bilan ta'minlanishlariga sharoitlar yaratish.

Xizmatlar sifatini nazorat qilish va xizmatlar sifati ko'rsatkichlariga baho berish, turli usullardan foydalanish orqali amalga oshiriladi va ular quyidagi belgilar bo'yicha tasniflashtiriladi:

1. Qo'llanilish maqsadi;
2. Fizik-statistik belgilar va tartiblar;
3. Natijalarni shakllantirish usullari.

Qo'llanilish maqsadlari bo'yicha nazorat usullari va xizmatlar sifatini baholash uch guruhga bo'linadi:

1. Hizmat uchun standartlarni (xizmat taqdim etish jarayoni, korxona, xodimlar) shakllantirishda, xizmatlar va sifat tizimlariga mos kelishni baholashda, xizmatlar sifatining normativ hujjatlar yoki iste'molchining talablariga mos kelishini aniqlash;

2. Sifatni boshqarishda, xizmatlar sifatining talab qilingan darajasiga erishishga imkoniyat yaratadigan omillarning (sharoitlarning) belgilanishi;

3. Bir hil xizmatlarning turli xil korxonalar tomonidan bajarilish sifatining taqqoslangan bahosi (baravrlashtirish).

Fizik-statistik belgilar va tartiblar bo'yicha nazorat usullari va xizmatlar sifatini baholash ko'rsatkichlari besh guruxga bo'linadi:

1. Jihozli-taaluqli o'lchanishlar natijasi shaklida;
2. Orgonoleptik-nazoratchining sezish organlari reaksiyasi orqali. Baholash natijasi sifat (muqobil yoki izchil baholanish) yoki son tavsifida bo'ladi;
3. Modeli – hisob-kitobli. Baholanayotgan sifat ko'rsatkichining qolgan usullar (determinallashtirish) yoki sifat ko'rsatkichining taxminiy shakllantirish jarayonini modellashtirish (stoxastik) orqali aniqlanadigan bog'liqlikdan foydalanish;

4. Ekspert – ekspertlarning mulohazalari (son va sifat baholari) tahlili asosida;

5. Sotsiologik – sotsiologik tadqiqotlar va olingan ma'lumotlarni tahlil qilish.

Nazorat natijalarini shakllantirish usullari va sifat ko'rsatkichlarini baholash usullari ikki guruxga bo'linadi:

1. Sifatning ayrim ko'rsatkichlaridagi farqlarni aniqlash:

- ahamiyatlarning determinallashgan farqi yoki bir ongli farqi;
- statistik tavsiflardagi (matematik kutish, dispersiya) farqlar;
- belgilangan vaqt uchun ko'rsatkichning prognoz ahamiyatidagi farq, yoki ushbu ko'rsatkichni matematik kutishning o'lchanish tezligi (trend) bo'yicha farq.

2. Umumlashgan ko'rsatkichlarni shakllantirish:

- kvalimetriya usuli-ekspert yo'li bilan «vaznlarni» aniqlash orqali ayrim ko'rsatkichlarni muallaq qo'shishdan foydalanish;

- asosiy ko'rsatkichni tanlash usuli. Unga ko'ra belgilangan talablarga mos kelishi xizmatni sifatli deb tan olishning asosiy sharti hisoblanadi. Qolgan ko'rsatkichlarning kichik chetlanishlari muhim emas deb tan olinadi. Bu erda asosiy ko'rsatkich sifatida xavfsizlik ko'rsatkichi tavsiya etiladi;

- asosiy ko'rsatkich sifatida yuqori tezlikda o'lchanish usuli tanlanishi.

Servis tizimi tashkilotining doimiy ravishda o'zgarib boruvchi bozor munosabatlari sharoitlarida barqaror iqtisodiy rivojlanishi servis faoliyatining samaradorligi tahliliga asoslanadi. Servis tizimi faoliyati ko'rsatkichlarini sistemali tahlil qilish quyidagilarga imkon beradi:

- tashkilotning servis faoliyati natijaviyligini tezda baholash;
- konkret turdagi taqdim etilayotgan xizmatlar bo'yicha olinadigan foydaga ta'sir etuvchi omillarni o'z vaqtida aniqlash;
- harajatlarni (muomala harajatlarini) va ularning tendensiyalarini aniqlash. U o'z navbatida xizmatlar bahosini aniqlash va rentabellikni hisoblash uchun zarur;
- servis tizimi faoliyati samaradorligini oshirish va foyda olishning optimal yo'llarini topish.

5.2-mavzu. Real sektorda xizmat ko'rsatish sifati ko'rsatkichlari tizimini takomillashtirish

Ma'lumki, O'zbekistonda mavjud korxonalari o'zlarining turli ovqatlanish mahsulotlarini va ko'rsatilayotgan xizmatlarining sifat darajasini aniqlash, baholash va nazoratini olib borish dolzarb masalardan hisoblanadi. Ammo, hozirgi vaqtda "sifat"ning yagona ilmiy asoslangan sharhi mavjud emas va uning ta'rifi ham ilmiy, rasmiy adabiyotlarda turlicha talqin etiladi. Kuyida ovqatlanish korxonalari mahsulotlari va xizmatlar sifati ta'riflarining ayrimlarini ko'rib chiqamiz. Xalqaro MS ISO 8402-94 standartlari bo'yicha xizmat ko'rsatish sifati «xizmat ko'rsatish tavsiflari majmuasi, ular xizmat ko'rsatishni shartlashilgan yoki taxmin qilingan ehtiyojlarni qanoatlantirishga layoqatli qiladilar»¹⁴. Sifatga shunday ta'rif Xalqaro ISO seriyasi MS ISO 9000 – 1994, MS ISO 9000 – 9004¹⁵ standartlarida ham qabul qilingan. Yangi xalqaro ISO MS ISO 9000-2000¹⁶ va MS ISO 9000-2004 seriyali standartlarda sifat talablarga xos darajasi kabi xarakterlanadi yoki keng ma'noda sifat ehtiyojlarning farq qiluvchi xossalari mos darajasi sifatida yoki taxminiy yoki albatta majburiy tarzda o'rnatilgan kutilmalarga mos darajada xarakterlanadi. GOST 15467-79 bo'yicha mahsulot sifati mahsulotning shunday xossalari majmuasiki, u tayinlanishiga muvofiq ravishda ma'lum ehtiyojlarni qanoatlantirishga qodirligi bilan belgilanadi (16). GOST R 50791-94 ham xizmat ko'rsatishlar va mahsulot sifatini xizmat ko'rsatishlar xarakteristikallari majmuasi sifatida belgilaydi, ular iste'molchining belgilangan yoki mo'ljallanayotgan ehtiyojini qanoatlantirish qobiliyatini aniqlaydi. Ga GOST R ISO 9000-2001¹⁷ (37) «sifat» terminini yomon, yaxshi, a'lo darajada deb ataladigan sifatlar bilan qo'llanishni tavsiya qiladi. V.N.Golubev va M.P.Mogilnyy tomonidan va GOST R 50764-95 bo'yicha mahsulot va xizmat ko'rsatish sifatiga bir xil ta'rif berilgan, u xizmat ko'rsatishlar yoki mahsulotlar

¹⁴ megainorm.ru/Index2/1/4294850/4294850887.htm

¹⁵ statistica.ru/local-portals/quality-control/standarty-iso-9000-1994

¹⁶ statistica.ru/local-portals/quality-control/standarty-iso-9000-versiya-2000-goda/

¹⁷ docs.cntd.ru/document/1200015260

tavsiflarining shunday tavsiflari majmuiga keltiriladiki, ular iste'molchining belgilangan yoki taxmin qilinayotgan ehtiyojlarini qanoatlantira olish qobiliyatini aniqlab beradi. «Sifatni boshqarish. Terminologik lug'at» kitobida mahsulot (xizmat ko'rsatishlar) xossalari utilizatsiya yoki yo'q qilish ham kiritilgan holda qo'yilgan maqsadga ko'ra foydalanishda talab etilgan ehtiyojlarni u yoki bu darajada qanoatlantira olishga potensial yoki real qobiliyatli mahsulotlar (xizmat ko'rsatishlar)ning muayyan majmuasi sifatida xarakterlanadi. Sifatning nisbatan qabul qilib olinishi mumkin bo'lgan ta'rifi Xalqaro MS ISO 8402-94 standartida berilgan ta'riflar xisoblanadi.

Ayrim xorijiy adabiyotda mahsulot sifati mahsulotlar va xizmat ko'rsatuvlarning iste'molchilar talablariga muvofiqligi deb tushuniladi, ba'zan foydalanishga yaroqlilik deb ifodalanadi. Sifat – bu, mehmon ehtiyojiga javob beruvchi xizmat. SHunga ko'ra, dunyoning rivojlangan mamlakatlari davlatning obro'sini ko'rsatadigan mahsulotning (xizmatning) yuqori sifatini strategik, tijoraviy imperativ, milliy boylik manbai sifatida qabul qiladilar, boshqacha aytganda mahsulot sifati har bir odam va butun bir jamiyatning ehtiyojini qanoatlantirishga asos bo'lib xizmat qiladi, bozorda xizmat ko'rsatish sohasi korxonalar raqobatbardoshligining muhim tashkil etuvchisidir.

K.Grondusning fikricha, sifat-mehmonning sezgisi. Uning ta'biricha sifatda ikki aspekt mavjud: texnik va funksional. Texnik aspekt asosan ishlab chiqarish mahsulotini tavsiflaydi, funksional aspekt esa – mehmon yoki iste'molchi oladigan xizmat usuli. Masalan, qovurilmagan go'sht yoki dizayni past darajadagi, stul va stollari siniq zal mexmonlarda ko'rsatilayotgan xizmat yoki mahsulotga boshqacha ta'surot qoldiradi. Aynan shu xizmat mahsulot sifatining texnik aspekti bilan bog'likdir. Iste'molchi bu aspektni real baholay oladi. Iste'molchining texnik aspekt ta'siri ostida shakllangan fikri mahsulot va xizmat sifatining ikkinchi aspektini kuchli o'zgartirishi mumkin. Masalan, yaxshi qovurilgan go'sht ofitsiant tomonidan xo'mraygan yoki tabassum bilan berilishi mumkin. Birinchi holda, garchi go'sht yuqori sifatda bo'lsa ham, xizmat kursatish yoki mahsulot sifati juda pasayadi, ikkinchi holda esa xizmat kursatish va mahsulot sifati juda yuqori

ko'tarilishi mumkin. SHunday qilib, iste'molchida ko'rsatilayotgan xizmat va mahsulot sifati ikkala aspekt ta'siri ostida shakllanadi. SHu bilan birga, ikkinchi aspekt birinchisiga qaraganda muhimroq va kengroqdir. Ikkinchi aspekt nafaqat xizmat ko'rsatuvchi xodimlarning iste'molchilar bilan xushmuomilaligini, ularning etikasini (nutqiy madaniyat, mimika, qadam tashlashlarini), kiyim uslubini va xizmat ko'rsatish paytida o'zini tuta bilishini ham o'z ichiga oladi. Sifatning ikkinchi aspektini o'lchash ham qiyinroq, chunki u iste'molchining ko'rsatilgan xizmat va mahsulot, ko'rsatilgan xizmatdan olgan ta'suroti haqidagi sub'ektiv fikriga asoslanadi.

YUqorida bayon qilinganlarga asoslanib mahsulot va xizmatlar sifatining mazmuni yoki mohiyatini quyidagicha ta'riflash mumkin:

- sifat – bu, iste'molchilarning to'g'ri aniqlangan ehtiyojlari. Bunda shunday konsepsiya nazarda tutiladiki, unga qaraganda iste'molchilar ehtiyojigagina muvofiq ravishda mahsulot yoki xizmat taqdim etilishi kerak.

- sifat – bu, to'g'ri ko'rsatilgan xizmatlar, bunda xizmatlar nafaqat iste'molchining ehtiyojlariga muvofiq bo'lishi kerak (texnik aspekt), shu bilan birga xizmat ko'rsatishlarning barcha tizimi iste'molchilarga qulaylikni to'liq yaratish, xodimlarning iste'molchilar bilan shaxsiy yaxshi munosabatlari va iste'molchilarning etik madaniyat va ovqatlanish zalining dizayn va shu kabilarni ko'zda tutishi kerak;

- sifat – bu, doimiylik. Bunda xizmatlar va mahsulotni doimo yuqori darajada taqdim etish maqsadga muvofiq ekanligi ko'zda tutiladi. Bu esa sifat – ijrochi tomonidan har soat, kun va yilda o'z funksional vazifalarini yaxshi bajarishi lozimligini bildiradi.

Davlatlararo GOST 30523-97/GOST R 50764-95 standarti tomonidan umumiy ovqatlanish xizmatlari sifati ta'rifi berilgan, unga ko'ra umumiy ovqatlanish xizmati sifati: iste'molchining belgilangan yoki taxminiy ehtiyojlarini qanoatlantirishga qodirligini belgilovchi xizmat tavsiflari majmui.

GOST R 50647-94 bo'yicha yuqorida aytilganicha, kulinariya mahsulotining sifati – unga keyingi ishlov berishga yoki ovqatga ishlatishga yaroqliligi,

iste'molchilar sog'lig'i uchun xavfsizligi, tarkibi va iste'moliy xususiyatlarining stabiligi bilan belgilanadi. Kulinariya mahsulotining sifati uni tashkil etuvchi mahsulotlarga bog'liq. Kulinariya mahsulotini tayyorlash uchun ozuqa mahsulotining keng assortimenti ishlatiladi, shunga ko'ra umumiy ovqatlanish mahsuloti ko'pgina xususiyatlarga ega, ular mahsulotni tayyorlash va iste'mol qilishda, ya'ni tayyorlash, ishlab chiqarish, saqlash, tashish va foydalanishda namoyon bo'ladi.

Mahsulotning oziqaviy qimmatliligi – bu, shunday kompleks ko'rsatkichki, u oqsillar, yog'lar, uglevodlar, mineral moddalar tarkibi bilan, biologik qiymatliligi esa – vitaminlar, gormonlar kabi biologik faol moddalar kompleks tarkibi bilan tavsiflanadi. Kulinar tayyorlik deb iste'mol qilishga yaroqli qiladigan fizik-kimyoviy, strukturaviy-mexanik va organoleptik xossalar kompleksi bilan tavsiflanadigan taomning ma'lum bir holati tushuniladi. Organoleptik qiymatlilik – bu, murakkab ko'rsatkich, o'ziga tashqi ko'rinish, rang, konsistensiya, ta'm, xushbo'y hid kabilardan iborat, ballarda o'lchanadi. Energetik qiymatlilik kulinariya mahsulotining iste'molchining organizmida issiqliq ajrataolishlik qobiliyatini tavsiflaydi, oqsillar, yog'lar, uglevodlarning miqdoriy tarkibi va ularning organizmda grammlarda issiqliqni ajratishga layoqati bilan aniqlanadi.

Kulinariya mahsuloti sifatining kompleks ko'rsatkichini quyidagi formula bo'yicha hisoblash mumkin:

$$K_0 = \sum_x^n K_i k_i,$$

K_0 - analiz qilinayotgan mahsulotning «n» ta har xil xossasini xarakterlaydi;

K_i - baholanadigan mahsulot i - xossasining ko'rsatkichi;

k_i - ko'rsatkich vazminlik koeffitsienti.

Mahsulot sifati kompleks ko'rsatkichini aniqlash uchun bu ko'rsatkichga kiruvchi barcha xossalar bitta o'lchov birligida o'lchanishlari kerak, masalan, ballarda, kkallarda va sh.k. Umumiy ovqatlanish mahsuloti kompleks ko'rsatkich uchun hozirgi vaqtda eng qulay o'lchov birligi ball tizimidir.

Kulinariya mahsuloti sifatining aniqlovchi ko'rsatkichi – bu, shunday ko'rsatkichki, u bo'yicha sifatni baholashga qaror qilinadi. Masalan, ballarda o'lchanadigan xususiyatlar majmui bo'yicha kulinariya mahsuloti sifatini baholash zarur bo'lganda. Amaliyotda qabul qilinganicha, har qaysi ko'rsatkich 1 dan 5 gacha ballga ega bo'lishi mumkin: a'lo-5, yaxshi-4, qoniqarli-3, yomon-2, qoniqarsiz-1. Umumiy ovqatlanish tizimda ovqat brakeraje haqidagi nizomga muvofiq kulinariya mahsuloti sifatini baholash uchun mahsulot sifati ko'rsatkichining vazn koeffitsientini e'tiborga olmaydigan 5 – balli tizimidan foydalaniladi.

Mahsulot sifatining integralli ko'rsatkichi iste'moldan jamlangan foydali effektning uni yaratish va ishlatish yoki iste'mol qilish uchun jamlangan xarajatlarga nisbati kabi aniqlanadi. Umumiy ovqatlanish mahsuloti uchun shunday ko'rsatkichga misol qilib ozuqaviy qimmatlilik ko'rsatkichini keltirish mumkin. «Ozuqaviy qiymat» ozuqaviy, biologik, organoleptik qiymatlarni umumiyashtiradi ya'ni o'z ichiga oladi. Lekin amalda umumiy ovqatlanish mahsuloti taomiy baho ko'rsatkichi turli o'lchov birligiga ega ekanligidan aniqlanmaydi, masalan, agar oziqaviy qiymati kkallarda o'lchansa, organoleptik bahosi ballarda o'lchanadi. Amalda foydalanish uchun oziqa qiymatlarini ko'rsatkichlarining barcha elementlarini bitta o'lchov birligiga, masalan, ballarga keltirish kerak.

Xizmat ko'rsatish yoki mahsulot sifatning muayyan darajasiga ega bo'lishi zarur. Sifat ko'rsatkichlarini baholash darajasi bo'yicha quyidagilarga ajratadilar: – bazaviy; qiyosiy; nominal; cheklangan.

Bazaviy ko'rsatkich – sifatning shunday ko'rsatkichiki, uning qiymati mahsulot yoki sifatning haqiqiy kattaligi bilan solishtiriladi, ya'ni sifat ko'rsatkichining bazaviy qiymati – bu, mahsulot sifatini qiyosiy baholashda asos sifatida olinadi. Bazaviy qiymatlar sifatida vatanimiz va xorijiy eng yaxshi namunalarning qiymatlari qabul qilinishi mumkinki, ularning sifatiga doir ishonchli ma'lumotlar ilgari nazariy yoki eksperimental usullar bilan topilgan yoki perspektivada olinadigan bo'lib, sifat ko'rsatkichlarining bu qiymatlari mahsulotga

nisbatan talablarda berilgandirlar (GOSTlar, OSTlar, TU, Retsepturalar to'plamlari va shu kabilar).

Ma'lumki, ovqatlanish mahsulotlari sifati deganda, ovqatlanishda odamlarning ovqatga bo'lgan ratsional talablarini qondirish uchun ishlab chiqarilgan mahsulotlar iste'mol xususiyatlari qobiliyatlari tushuniladi.

Albatta, mahsulot sifati bilan ko'rsatiladigan xizmatlar sifati chambarchas bog'liq bo'ladi. Ularning darajasini aniqlashda sifat ko'rsatkichlaridan foydalaniladi.

Korxonalar faoliyatidagi mahsulot va xizmat sifat ko'rsatkichlarini aniqlash ularni miqdoriy tahlilini olib borishga yordam beradi va korxona faoliyatidagi "nozik" joylarni aniqlab, uning ichki zahiralari yoki tashqi omillar hisobidan, ya'nixom ashyo bilan ta'minlash, yarim tayyor mahsulotlar va jihozlar, inventarlarni yangilash va boshqalar bilan tashkil qilishga undaydi.

Hozirgi vaqtda umumiy ovqatlanish korxonalarini mahsuloti va xizmat ko'rsatish sifatini aniqlashtiruvchi ko'plab usullar mavjudki, ular asosan umumiy baholashga asoslangan va hamma vaqt ham asoslangan natijalarga olib kelmaydi. SHuning uchun, ushbu ishimizda biz ovqatlanish korxonalar mahsulot sifatida xizmat ko'rsatish sifatini alohida-alohida hisoblab, so'ng bir butun bahoni (darajani) chiqarish usulini ishlab chiqishga harakat qildik.

Ovqatlanish korxonasining ovqatlanish sifatini aniqlash uchun korxonada ishlab chiqarilgan mahsulot-ovqatlar sifati va savdo zalidagi ko'rsatilgan xizmat sifati bo'yicha aniqlaymiz:

Birinchi sifat ko'rsatkichlar aniqlanadi. Mahsulot sifat ko'rsatkichlar asosida: ovqatlar-mahsulotlar ta'mi, xususiyatlari, ovqatlar turi, xili, tashqi ko'rinishi va ishlab chiqarish dasturga mosligi, baholash darajasi va boshqalarni olish mumkin.

Xizmat ko'rsatish sifat ko'rsatkichlariga: ovqatni suzish, berish qoidasiga amal etilishi, ovqatlarning bezalishi, savdo zalining komfortligi, sanitar holati, estetik ko'rinishi, mebellarning qulayligi, xodimlarning etika-etiket qoidalariga rioya etishlari, xizmat ko'rsatishning tezligi, stolning servirovkasi, idish-tovoq va

priborlarning sifati, hisob kitob aniqligi, musiqali xizmat sifati, ko'ngil ochar dasturlarning mavjudligi va boshqalarni olish mumkin.

Ushbu sifat ko'rsatkichlari bo'yicha baholash mezonini aniqlanadi va 2, 3, 4, 5 ballarda baholanadi.

Mahsulot sifat ko'rsatkichlarini korxonadagi «Brakeraj» jurnali ma'lumotlardan olish mumkin. Huddi shuningdek, mahsulot xizmat ko'rsatishni sifatiga berilgan bahoni «anketa so'rovi» yoki korxonada qo'yilgan hisoblagich orqali bajarish mumkin. Buning uchun korxonada mutasaddi xodimlardan sifat komissiyasi tuzilishi lozim bo'ladi va barcha ishlar shu komissiyaga topshiriladi.

Aniqlangan mahsulotlar maxsus shakldagi 1 va 2-jadvallarga kiritilib, qayta ishlov olib boriladi va korxonadagi mahsulot sifati va xizmat ko'rsatish sifati ballarda baholanadi (balli xisoblar).

YUqorida keltirilganlarni «YUlduz» restorani misolida ko'rib chiqamiz.

Ma'lumki, restoranda turli taomlar ishlab chiqiladi. Ularning turlanishi turi (xili) bo'yicha: birinchi, ikkinchi, gazaklar, shirin taomlar, salqin ichimliklar va qandolatchilik mahsulotlari ishlab chiqariladi. Ular tayyorlanadigan xomashyosining tarkibi bo'yicha: go'shtli, baliqli, sabzavotli, krupali, sutli, unli va tuxumli bo'lishi, hamda berilishi harorati bo'yicha issiq va sovuq bo'lishi mumkin.

SHulardan kelib chiqib, ayniqsa ishlab chiqarilgan mahsulot va ko'rsatiladigan xizmatlarning sifat ko'rsatkichlarini aniqlash va ular orqali sifatni baholash va nazoratini olib borish echimini aniqlash zarur bo'lgan masala hisoblanadi. SHuning uchun biz umumiy ovqatlanish korxonalarini modernizatsiyalash va uning samaradorligini oshirish uchun mavjud umumiy ovqatlanish korxonalarida ishlab chiqariladigan mahsulot va xizmat ko'rsatish sifatining ko'rsatkichlari tizimini tahlilini olib borib takomillashtirilgan ko'rsatkichlar tizimini ishlab chiqdik.

Mahsulot va xizmatlar tashkil etuvchi ovqatlanish sifati va ishlab chiqarish-savdo sharoiti ko'rsatkichlari tizimini rasmda keltirdik.

Ma'lumki, umumiy ovqatlanish korxonasi ish faoliyatida asosan uch funksiyani: tayyor mahsulotni ishlab chiqarish, mahsulotlarni realizatsiyasi

(bo'lim, muomalaga chiqarish, tarqatish) iste'molni tashkil etishni bajaradi. Bundagi oxirgi ikki funksiyasi xizmat ko'rsatishga kiradi. Huddi shuningdek, mahsulotlarni ishlab chiqarish bilan birga tayyor mahsulotlarni ham sotib olib xizmat ko'rsatishadi. Ana shunday fuksiyalarni hisobga olgan holda mahsulotlar sifati: o'zida ishlab chiqarilgan va chetdan sotib olingan tovarlarga bo'linadi. Xizmatlar sifatini esa mahsulotlarni realizatsiyasi xizmatlari va iste'molni tashkil etish sifatini tashkil etadi.

Agar o'zida ishlab chiqarilgan mahsulotlar sifati ko'rsatkichiga, mahsulotlarning ishlab chiqarish dasturiga mosligini hisobga olingan bo'lsa, sotib olingan mahsulotlar sifatiga ularning assortimenti (kengligi, to'laligi, yangiligi, baholash darajasi) tovar tashqi ko'rinishi (aksiz markasi, ochilgan yoki ochilmaganligi, qo'llash muddati) sifat ko'rsatkichlari kiritiladi.

Korxonada ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini baholash va nazoratini to'laligini amalga oshirish uchun uni ham realizatsiya qilish xizmatlar sifatiga va ovqat iste'molini tashkil etish sifatiga bo'ldik.

Mahsulotlarni realizatsiyasi xizmatlari sifati o'z tarkibiga tayyor ovqatlarni suzish, taqdim etish qoidalariga amal etish, uzatiladigan ovqatlarning harorati, qancha vaqt saqlangan vaqti va beriladigan ovqatlarning bezash sifati hisobiga olingan.

Iste'molni tashkil etish sifat ko'rsatkichlariga savdo zalining holati (komfortligi, sanitar-gigienik holat, estetik ko'rinishi va mavjud savdo ovqatlanish mebellarining qulayligi) xizmat ko'rsatish darajasi (personalning etika va etiket qoidalariga amal qilishni, xizmat ko'rsatish tezligi, stol servirovkasi, ovqatlanish idish tovoqlarning, priborlarning sifati va iste'molchilar bilan hisob kitob qilishning to'g'riligi) ovqatlanish vaqtida dam olishni tashkil etish (musiqiy xizmatlarning sifat, ko'ngil ochar dasturlarning mavjudligi va boshqalar) sifat ko'rsatkichlari tashkil etadi.

Albatta ovqatlanish sifat ko'rsatkichlari tizimiga ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sharoiti sifat ko'rsatkichlari ham ushbu tizimning to'laligini tashkil etadi.

Keltirilgan mahsulotlar va xizmatlar sifatini tashkil etuvchi ovqatlanish sifati
va ishlab chiqarish-savdo sharoiti ko'rsatkichlar

Ovqatlanish va savdo xizmatlar sifati

Mahsulot sifati

Xizmat ko'rsatish sifati

O'zida ishlab chiqarilgan mahsulot sifati

Sotib olingan mahsulot sifati

Realizatsiya xizmat ko'rsatish sifati

Iste'molni tashkil etish xizmat ko'rsatish sifati

Mahsulot ta'm xususiyatlari

Ovqatlar turli xilligi

Ovqatning tashqi ko'rinishi

Ishlab chiqarish dasturiga mosligi

Assortiment

Mahsulotning tashqi ko'rinishi

Kengligi, to'raligi, yangiligi, baholash darajasi

Aksiz marka borligi, ochilgan, ochilmaganligi, ishlab chiqarilgan sanasi, iste'mol muddati

Ovqatni suzish taqdim etish qoidasi

Ovqatlar harorati va saqlash vaqti

Ovqatni bezash sifati

Savdo zalining sifati

Xizmat ko'rsatish darajasi

Dam olishni tashkil etish

Ishlab chiqarish sharoiti

Sotib olingan mahsulot saklash sharoiti

Realizatsiya xizmat ko'rsatish sharoiti

Komfortliligi, sanitar holati, estetik ko'rinishi

Personal etik qoidalarini bajarishi; Xizmat ko'rsatish tezligi; Stol servirovkasi; Idish tovoq sifati; Hisob kitob to'g'riligi;

Musiqiy xizmat sifati; Ko'ngil ochar dasturlar va boshqalar

Asosiy texnologik jarayonni yordamchi ishlarni tashkil etish

Xomashyo va yarim tayyor mahsulotlar assortimenti va sifati

Ishlab chiqarish texnikaviy darajasi va jihozlarning ekspluatatsion tavsifi

Saqlash ombori, transportirovkalash sharoiti

Xizmat ko'rsatish texnologiyasi

Xizmat ko'rsatishni tashkil etish

Xizmat ko'rsatish sistemasini mustahkamligi, iste'molchilarning va iste'molchilar oqimining notekisligi

Xizmat ko'rsatish madaniyati va sanitar gigienik va estetik sharoiti

Yorxona joylashgan joyi zalning ishlash rejimi

Istemolni tashkil etish xizmat kursatish sharoiti

5.2.1-rasm. Umumiy ovqatlanish korxonalarida xizmat ko'rsatish sifati ko'rsatkichlarning takomillashtirilgan tizimi

5.3-mavzu. Servis korxona va tashkilotlarda ishlab chiqarishni xamda marketing xizmatlarini rejalashtirish

Xo'jalik yuritishning bozor tizimiga xos bo'lgan iqtisodiy munosabatlar rivojlanishning noaniqligi, korxona iqtisodiyoti rivojlanishining mos keluvchi yo'nalishlarini ishlab chiqish zaruriyatini belgilab beradi. Bu vazifa amalda rejalashtirish va bashorat qilish yordamida amalga oshiriladi.

Basharot – bu, korxona, ob'ekt yoki xodisaning kelajakdagi ahvoli va ularni amalga oshirish variantlari va muddati to'g'risidagi ilmiy jihatdan asoslangan mulohazadir. Bashoratlarni ishlab chiqish jarayoni bashorat qilish, ya'ni kelajakni hozirgi paytdan kelib chiqqan holda oldindan ko'ra bilish deb ataladi.

Korxona hamda butun iqtisodiyot miqyosida bashorat qilishning ob'ektlari sifatida iqtisodiy-ijtimoiy, fan-texnika va boshqa jarayon va hodisalarni ko'rsatish mumkin. Korxonalar faoliyatida **iqtisodiy bashoratlar** alohida va etakchi o'rin egallaydi. Ularning asosiy vazifalari qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin: rivojlanish maqsadlarini belgilash, optimal yo'nalishlar va ularga erishish vositalarini izlab topish, resurslarni va qo'yilgan vazifalarni bajarish muddatlarini belgilash, korxona rivojlanishiga ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan cheklashlarni aniqlash.

Rejalashtirish – qaror qabul qilishning uzluksiz bir jarayoni bo'lib, bu jarayon davomida korxona faoliyati va rivojlanishining maqsad va vazifalari atrofda ro'y berayotgan o'zgarishlarni inobatga olgan holda vaqt bo'yicha aniqlanadi va belgilanadi hamda ularni amalga oshirish uchun resurslar aniqlanadi. Mazmuniga ko'ra, rejalashtirish texnik-iqtisodiy va tezkor-ishlab chiqarish turlariga bo'linadi.

Texnik-iqtisodiy rejalashtirish – korxona faoliyatining barcha (iqtisodiy, texnik, ijtimoiy va hokazo) jihatlarini qamrab oluvchi rejalashtirish turi bo'lib, asosan bir yilga mo'ljallangan iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanish rejasi shaklida

amalgga oshiriladi. Mazkur rejalashtirish turining soddalashtirilgan ko‘rinishi ko‘pincha korxona faoliyatining yillik rejasi deb ataladi.

Tezkor – ishlab chiqarish rejalashtirish texnik-iqtisodiy rejalashtirishning davomi bo‘lib, korxona faoliyati yillik rejasini yanada qisqaroq muddatga - sutka, o‘n kunlik, oyga bo‘lib muayyanlashtirish bilan tavsiflanadi. Tezkor-ishlab chiqarish rejalashtirish-kalendar rejalashtirish va dispetcherlashdan iborat bo‘ladi.

Kalendar rejalashtirishda korxona yillik rejasida va birinchi o‘rinda ishlab chiqarish dasturi (mahsulot tayyorlash rejasi)ni o‘n kunlik, hafta, kun va smena bo‘yicha aniqlashtirish hamda bu ko‘rsatkichlarni bajaruvchilarga etkazish ko‘zda tutilgan.

Dispetcherlashtirish oylik, o‘n kunlik, kunlik sutka-smenalik rejalarni bajarishni tezkor boshqarishda ifodalanadi.

SHuni qayd qilish kerakki, yuqorida ko‘rsatib o‘tilgan rejalashtirish turlari asosan mashinasozlik, samolyotsozlik, avtomobilsozlik kabi sohalarning yirik va ba’zi hollarda o‘rta korxonalari uchun xosdir. Garchi, biznes-reja hozirgi kunda “ommaviy” bo‘lib yirik va o‘rta korxonalarda qo‘llansada, asosan ishlab chiqarish hajmi katta bo‘lmagan hamda xodimlar soni 100 kishigacha bo‘lgan kichik korxona va mikrofirmalar biznes-rejalar asosida faoliyat yuritadi.

Yana bir muhim narsani aytib o‘tish lozim. Hozirgi paytda iqtisodiyotga oid bo‘lgan adabiyotlarda rejalashtirishga nisbatan **strategik, uzoq muddatli, qisqa muddatli va joriy rejalashtirish** kabi tushunchalar qo‘llanmoqda. Ularning har biri o‘z shakli, ko‘rsatkichlarni ishlab chiqish va hisoblash usullariga ega.

Strategik rejalashtirish xo‘jalik yuritishning bozor tizimidagina vujudga kelib, 10-15 yillik davrni o‘z ichiga oladi. U korxona rahbariyatining mas’uliyatli vazifasi hisoblanadi hamda rivojlanishning ustuvor yo‘nalishlarini topish va bozorda yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan talabni inobatga olgan holda resurs bilan ta’minlashga qaratilgan.

Strategik rejalashtirish asosida yaqin 3-5 yilga mo‘ljallangan **uzoq muddatli rejalashtirish** amalga oshiriladi. U korxona faoliyatining ishlab chiqarish, sotish,

xarajatlar, moliya kabi turlarini o'z ichiga oladi hamda o'z mazmuni va maqsadli funksiyalariga ko'ra, strategik rejalashtirishdan farq qilmaydi.

Qisqa muddatli rejalashtirishda korxona faoliyati va rivojlanishi 1-3 yilga mo'ljallab rejalashtiriladi. Uning o'ziga xosligi shundaki, birinchi yil ko'rsatkichlari har chorakda, ikkinchi va uchinchi yil ko'rsatkichlari esa har yarim yil yoki bir yilda aniqlashtiriladi va to'g'rilashlar kiritilib boriladi. Buning maqsadi sifatida esa, reja ko'rsatkichlarining iqtisodiy muhit, bozor va fan-texnika taraqqiyotida yuz berayotgan o'zgarishlarni to'laroq aks ettirishga intilishni ko'rsatish mumkin.

Bozor munosabatlarida raqobatchilikni kuchaytirish hamda xo'jalik yuritish va hayotiy jarayonlar dinamikasi hisobiga **joriy rejalashtirish** amalga oshirilib, unga choraklarga bo'lingan yillik rejalar asos qilib olinadi. Ushbu rejalar qoidaga ko'ra, o'zgaruvchan bo'lib, joriy yilning birinchi uch oyi uchun **qat'iy, hayotiy ko'rsatkichlar** belgilanib, keyingi to'qqiz oy davomida ularga to'g'rilashlar (korrektirovka) kiritiladi. Ular qisqa muddatli rejalariga qaraganda, ayniqsa, ishlab chiqarish harakati va moddiy-tovar boyliklari zahirasi, bahoni shakllantirish qismida yanada aniqroq hisoblanadi. Umuman olganda, korxonaning turli bo'lim va xizmatlari vazifalari bunday rejalarda o'zaro bog'lanadi.

Rejalashtirishning istalgan turi korxona faoliyatining biron-bir jihatini aks ettiruvchi, umumiy va xususiy, sifat va miqdor ko'rsatkichlariga asoslanadi.

Umumiy va umumlashtiruvchi ko'rsatkichlar korxonada ishlab chiqarish rivojlanishining yo'nalishi va darajasini aks ettiradi. Bunday ko'rsatkichlar qatoriga ishlab chiqarilayotgan mahsulot hajmi, mehnat, tannarx va jamg'armalar bo'yicha ko'rsatkichlarni kiritish mumkin.

Xususiy ko'rsatkichlar umumlashtiruvchi ko'rsatkichlar asosini tashkil qiluvchi alohida elementlarni, masalan, material, yoqilg'i, energiya va shu kabilarning mahsulot tannarxidagi salmog'ini tavsiflaydi. SHuningdek, bu ko'rsatkichlar asosiy ko'rsatkichlar darajasiga ta'sir o'tkazuvchi alohida omillarni ham tavsiflab beradi. Masalan, yordam ko'rsatuvchi ishchilar salmog'ining mehnat, ishlab chiqarishi darajasiga ta'siri; asbob-uskunalarini ish bilan ta'minlash

koeffitsientining ishlab chiqarilayotgan mahsulot hajmi va korxona ishlab chiqarish dasturining bajarilishiga ta'siri; xom ashyo va materiallardan foydalanish koeffitsientining mahsulot tannarxi pasayishiga ta'siri va hokazolar.

Umumlashtiruvchi hamda xususiy ko'rsatkichlar ikkita kategoriyaga - miqdor (absolyut) va sifat (nisbiy) kategoriyalariga bo'linishi mumkin.

Miqdor ko'rsatkichlari korxonaning ishlab chiqarish va xo'jalik yuritish faoliyatini hajm o'lchamida izohlaydi. Bunday ko'rsatkichlar qatoriga ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar miqdori, ishlayotgan xodimlar soni va mehnatga haq to'lash fondi, mashina va asbob-uskunalar parki, ishlab chiqarish dasturini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan materiallar miqdori, sex hamda ish joylari soni va hokazolarni kiritish mumkin.

Sifat ko'rsatkichlari korxonaning ishlab chiqarish faoliyatidagi o'zgarishlarni nisbiy kattaliklar: mehnat mahsuldorligining o'sishi, mahsulot tannarxining bazis davrga (yoki reja hisobotiga) nisbatan foizlarda kamayishi, mahsulotning to'liq tannarxiga nisbatan foizlarda daromad hajmi, korxona rentabellik darajasining o'sishi va shu kabilar yordamida tavsiflaydi.

Sifat ko'rsatkichlari aksariyat hollarda pul qiymatida ifodalanishi sababli, korxonalarning xo'jalik faoliyatini rejalashtirish va tahlil qilish amaliyotida asosiy va aylanma fondlar, asbob-uskunalar, sarflanayotgan yoqilg'i, energiya va boshqa materiallar kabi qiymat ko'rsatkichlaridan foydalaniladi. Qiymat ko'rsatkichlari korxona faoliyatida qo'llaniluvchi turli xildagi vositalarni statika va dinamikada taqqoslash imkonini beradi. Bundan tashqari, soliqlar va turli xil to'lovlar hamda korxona daromadi foizlardan tashqari pul ko'rinishida ham o'lchanadi.

Korxona faoliyatini rejalashtirish korxona va uning bo'linmalari faoliyatini tahlil qilishdan boshlanishini aytib o'tish muhim. Mazkur tahlil davomida rejaning sifat, miqdor va qiymat ko'rsatkichlari bo'yicha bajarilishiga baho beriladi hamda talofat va yo'qotishlar aniqlanib, korxona faoliyatini yaxshilash bo'yicha chora-tadbirlar ishlab chiqiladi. Aynan shu chora-tadbirlar va yangi maqsadlardan kelib chiqqan holda joriy rejalashtirish amalga oshiriladi hamda yangi reja davriga korxona faoliyati rejalari ishlab chiqiladi.

Rejalashtirish uslubi – bu, iqtisodiyotni boshqarishning turli bo‘g‘inlarida, jumladan, korxonalarni boshqarishda rejalarini ishlab chiqish usullari majmuasidir. Avvalgi rejali iqtisodiyot sharoitlarida u avvalo reja organlarining, ham sobiq ittifoq miqyosida, ham alohida respublikalar miqyosida amal qilgan iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishning asosiy yo‘nalishlarini ishlab chiqish bo‘yicha uslubiy ko‘rsatmalarga tayanar edi. Iqtisodiyotning muhim soha va tarmoqlarini joriy va istiqbolli rejalashtirish ushbu ko‘rsatmalar asosida amalga oshiriladi.

Mazkur holatda rejalashtirish uslubiyatiga ko‘ra, “yuqoridan pastga” tamoyili asosida nazorat raqamlari, limit va normativlar tushirilar, keyin esa “pastdan yuqoriga” tamoyili asosida, ya’ni korxonalardan yuqori turuvchi organlarga qayta uzatilar edi. “YUqori” darajada reja ko‘rsatkichlari yiriklashgan tavsifli bo‘lsa, korxonalar miqyosida esa ishlab chiqarish bilan bog‘liq holda muayyan va detalli tavsifga ega bo‘ladi. Rejalashtirishda ushbu tizimning kamchiligi shunda ediki, deyarli har bir korxonaning faoliyat rejasi majburiy tarzda “yuqoridan” tasdiqlanishi zarur edi. Busiz reja o‘z realligini yo‘qotar edi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitlarida korxonalar o‘z faoliyatini rejalashtirishni mustaqil ravishda amalga oshiradi. Biroq bu rejalashtirishning tekshirib ko‘rilgan va foydali usullaridan voz kechishni anglatmaydi. Bugungi sharoitlarda ham korxonalar faoliyatini rejalashtirish texnik-iqtisodiy hisob-kitoblar, progressiv norma va normativlar, iqtisodiy tahlil, muqobil variantlarni tanlashga asoslanadi.

Rejalashtirishning eng ko‘p tarqalgan usullari qatoriga quyidagilarni: – balans, normativ, iqtisodiy-matematik, statistik, omillar bo‘yicha, ko‘p variantli hisob-kitob usuli kabilarni kiritish mumkin. Rejalarning asoslanganlik darajasini oshiruvchi va ularni tezda amalga oshirilishiga xizmat qiluvchi, shuningdek, tavakkalchilik va vujudga kelishi mumkin bo‘lgan talofatlarni kamaytiruvchi usul eng samarali usul hisoblanadi.

Hozirgi paytda balans usulining ahamiyati oshib bormoqda. Ushbu usulning mohiyati, o‘zaro aloqada bo‘lgan ko‘rsatkichlarni solishtirish bilan ifodalanadi. Balans usuli asosida korxonaning ishlab chiqarish vositalari, ishchi kuchi, ishlab chiqarish quvvatiga bo‘lgan talablari va ularning manbalari aniqlanadi. Bundan

kelib chiqqan holda moddiy balans, ishlab chiqarish quvvatlari balansi, ishchi kuchi balansi, ish vaqti balansi, qiymat balansini ajratib ko'rsatish mumkin. Balanslar, qoidaga ko'ra, ehtiyojlar va ularga mos keluvchi resurslarning mavjudligi yoki manbalarini o'z ichiga oluvchi, o'zaro moslashuvchi jadval shaklida tuziladi.

Balans usuli normativ usuli bilan birgalikda qo'llanadi. Normativ usulida resurslarni sarflashning yo'l qo'yish mumkin bo'lgan eng yuqori va eng quyi chegaralari aniqlanadi. Bunda ishlab chiqarishni rejalashtirish va tashkil etishda norma va normativ kabi tushunchalardan foydalaniladi.

Norma (me'yor) – bu, belgilangan sifatdagi mahsulot birligi (ish, xizmat) tayyorlash uchun sarflanuvchi xomashyo, material, yoqilg'i, energiya va boshqa resurslardan foydalanishning yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan maksimal yoki minimal chegarasidir. Agar resurslardan foydalanish normalarini kamaytirish mahsulot sifatining pasayishiga yoki belgilangan standartlar talablarining buzilishiga olib keladigan bo'lsa, u holda bu normalarni kamaytirish mumkin emas.

Normativ – bu, nisbiy kattalik bo'lib, asosan foizlar yoki koeffitsientlar yordamida aks ettiriladi. U mehnat vositalari va predmetlaridan foydalanish darajasini, ularning har bir maydon birligi, og'irlik birligi, hajm birligiga sarflanishini tavsiflab beradi. Masalan, asosiy fondlarning birlik qiymatiga mahsulot ishlab chiqarish (fond qaytimi), sutning moylilik, vinoning spirtlilik darajasi (foizlarda), avtomashinaning bosib o'tgan yo'li, avtomobil shinasining ekspluatatsiyasi va hokazo.

Norma va normativlar progressiv tavsifga ega bo'lishi, ya'ni ularni ishlab chiqishda zamonaviy fan, texnika va texnologiya rivojlanishining darajasi, mehnat va ishlab chiqarishni tashkil etish, ishlab chiqarish quvvatlaridan to'liq foydalanish hamda ilg'or korxonalarning tajribalarini hisobga olish zarur. SHuningdek, ular doimiy ravishda qayta ko'rib chiqilishi, eskirgan norma va normativlar yangi, xo'jalik hayoti va davr talablariga javob beruvchi norma va normativlar bilan almashtirilishi lozim.

Norma va normativlar quyidagi asosiy guruhlar asosida ishlab chiqiladi:

- * tirik mehnat xarajati normalari (mahsulot biriligiga sarflanuvchi ish vaqti normasi, vaqt biriligidagi ishlab chiqarish normasi, xizmat ko'rsatish normasi, miqdor normativi);

- * moddiy xarajat normalari (xomashyo, material, yoqilg'i, energiya, butlovchi qismlar);

- * ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish normativlari (ishlab chiqarish siklining davomiyligi, tugallanmagan ishlab chiqarish hajmi, ishlab chiqarish zahiralari va hokazo);

- * mehnat vositalaridan foydalanish normalari (mashinalar, asbob-uskunalar, mexanizmlar, qurilmalar);

- * korxona, sex, asbob-uskunalarining loyiha quvvatiga chiqish vaqti normalari.

Ko'rinib turibdiki, rejalashtirish juda murakkab va mehnat talab qiluvchi jarayon bo'lib, korxona faoliyatining resurslar xarajatini normalashtirishdan to mahsulot ishlab chiqarish va realizatsiya qilishgacha barcha ko'rsatkichlarini inobatga oladi. Rejalashtirishning asosiy vazifalari quyidagilar:

- * maqsadni belgilash;

- * korxona faoliyatining turli xil yo'nalishlari, ayniqsa, xalq xo'jaligi va aholi uchun zarur bo'lgan mahsulot ishlab chiqarishning iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiqligini asoslab berish;

- * zaruriy moddiy-texnika asossini shakllantirish;

- * moliyalashtirish manbalarini aniqlash;

- * yakuniy natijalarning ijobiy bo'lishiga erishish.

Amaliyotda bu vazifalarni korxona direktori yoki iqtisodiy-rejalash xizmatining o'zi bajarmaydi yoki bajarishi lozim emas. Bunda butun jamoa, ayniqsa, agar bu korxona aksiyadorlik jamiyati shaklida faoliyat ko'rsatayotgan bo'lsa, ishtirok etishi zarur. Afsuski, korxona xodimlari ko'pincha "rahbarga ko'proq narsa ko'rinadi" tamoyili asosida ishlaydilar va yaxshiroq natijalarga erishish uchun tashabbuskorlik ko'rsatmaydilar. Tajribalar esa korxona

muammolarini hal qilish barcha xodimlar, jumladan, ishchilarga ham bo'lgan holdagina bu korxonalar gullab-yashnashi mumkinligini ko'rsatadi.

Bugungi kunda bozor iqtisodiyoti korxonaning ishlab chiqarish faoliyatini rejalashtirish va ratsional boshqarish tizimi hamda maksimal ravishda qulay sharoitlarni yaratmoqda. Bunday sharoitlarda rejalashtirish bozor iqtisodiyoti va bozor munosabatlarining barcha imkoniyatlaridan foydalanishga xizmat qilishi lozim. Korxona faoliyatini umuman emas, balki har bir muayyan holdagi vazifalarni hal qilishga yo'naltirgan holda rejalashtirish zarur. Buning uchun rejalashtirishning ilmiylik, komplekslilik, uzluksizlik, optimallik, moslashuvchanlik kabi tamoyillariga tayanish zarur.

Korxona, ayniqsa, agar u yirik bo'lsa, asosiy, yordamchi va xizmat ko'rsatuvchi sexlardan iborat bo'lib, ularning har biri faqat o'ziga xos bo'lgan vazifani bajaradi va shunga mos holda faoliyatni rejalashtirish va tartibga solishning o'ziga xos xususiyatiga ega bo'ladi. SHundan kelib chiqqan holda etakchi bo'g'inni ajratib ko'rsatish rejalashtirishning asosiy tamoyillaridan biri bo'lib xizmat qiladi. Bunda korxonaning asosiy ishlab chiqarish vazifalari bajarilishini ta'minlovchi bo'linmasini rivojlantirishga ko'proq e'tibor qaratiladi. Masalan, bunday bo'g'in sifatida mashinasozlik zavodida yig'uv sexi, to'qimachilik kombinatida yigiruv va to'quv sexlari, qandolatchilik fabrikasida tayyor mahsulot sexini ko'rsatish mumkin.

Etakchi bo'g'inni ajratib ko'rsatish korxonaning barcha bo'linmalarini birgalikda kompleks ravishda rivojlantirishni ko'zda tutadi. CHunki busiz rejalashtirish bir tomonlama bo'lib qolishi hamda ishlab chiqarishni tashkil etishda "tor joylar" va disproporsiyaning vujudga kelishiga olib kelishi mumkin. SHu sababli korxona faoliyatining iqtisodiy-ishlab chiqarish rejasi ko'rsatkichlari va bo'limlarining o'zaro aloqada bo'lishini hamda kompleks rejalashtirishni ta'minlash muhim ahamiyat kasb etadi. Bu erda ham rejalashtirishning balans usuli katta ahamiyatga ega.

Rejalashtirishning yana bir muhim tamoyili **ilmiylik** bo'lib, u avvalo tayyorlanayotgan rejalar va ishlab chiqarishni rivojlantirish dasturlariga,

shuningdek, fan-texnika taraqqiyoti talablari, raqobatchilik va bozor talablarini hisobga olishga asoslanadi. Rejalashtirishning ilmiyligi, jonli mehnat va mahsulotga aylangan mehnat xarajatlarining eng kam miqdorida iloji boricha yuqori natijalarga erishishga, shuningdek, korxona xodimlari manfaatdorligini oshirishga ko‘maklashadi.

Komplekslilik tamoyili ishlab chiqarishni, birinchidan, zamon va makonda, ikkinchidan, ishlab chiqarishni boshqarishning gorizontal va vertikalida, uchinchidan, ishlab chiqarishning resurs asoslarini ta‘minlashda, to‘rtinchidan, ishlab chiqarishdagi “tor joylarni” hisobga olish va ularni yo‘qotish chora-tadbirlarida, beshinchidan, xodimlarning o‘z mehnatlari natijasidan moddiy va ma‘naviy qoniqishida, oltinchidan, korxonaning mo‘ljallanayotgan daromad yoki foyda olishini amalga oshirishni ko‘zda tutadi.

Proporsionallik nafaqat ishlab chiqarishni rejalashtirishda, balki ishlab chiqarishni boshqarishda ham muhim ahamiyat kasb etadi. Zarur proporsiyalarga amal qilish ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchining sexlar va ish joylari bo‘yicha hamda ishlab chiqarish bosqichlarida to‘g‘ri taqsimlanishiga va ulardan to‘g‘ri foydalanishga ko‘maklashadi. Proporsiyalarga amal qilmaslik esa, aksincha, ishlab chiqarishning ba‘zi uchastkalarda kuchayib, boshqalarida pasayishiga, ya‘ni disproporsiyalarning vujudga kelishiga hamda korxonalarning noritmik tarzda faoliyat yuritishiga sabab bo‘ladi. Zaruriy proporsionallikni ta‘minlashda ishlab chiqarishni tashkil etishni texnik-iqtisodiy normalashtirish katta rol o‘ynaydi.

Rejalashtirishning uzluksizligi ishlab chiqarishni va umuman, korxona faoliyatini tashkil etishning muhim tamoyili hisoblanadi. Bu tamoyil amalda joriy rejalarning istiqboldagi rejalar bilan, istiqboldagi rejalarning esa bashoratlar (prognoz) bilan bog‘liq bo‘lishida o‘z aksini topadi. Boshqacha qilib aytganda, rejalashtirish qisqa muddatli tavsifga ega bo‘lgan indikativ reja tabiatiga mos kelmovchi, yanvardan martgacha yoki martdan dekabrgacha, ya‘ni “...dan” “...gacha” tamoyili asosida amalga oshirilmasligi lozim. Rejalashtirishning “...dan” “...gacha” tamoyilini inkor qilganda biz avvalo vaqt bo‘yicha rejalashtirish uzilishining oldini olishni ko‘zda tutamiz. Masalan, o‘sha indikativ reja o‘z

davomiga ega bo'lishi, ya'ni korxona o'z faolitini yanvar-mart oylariga rejalashtirganda keyingi davrlarda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan vazifalarni ham, albatta, bozor kon'yunkturasi, iste'molchilar manfaati va ishlab chiqarish holatlarining o'zgarishini ko'zda tutishi lozim. Bu vazifa asosan yil davomida amalga oshiriluvchi rejalarni aniqlashtirish va muayyanlashtirish yo'li bilan bajariladi.

Optimallik ham rejalashtirish tamoyillari qatoriga kiradi. Rejalar barcha ishlab chiqarish resurslaridan chiqitlar va yo'ldosh mahsulotlardan keng foydalanishni inobatga olgan holda iloji boricha ratsional va unumli foydalanishni ta'minlashi hamda yuqori natijalarga erishish uchun eng samarali yo'llarni tanlashi kerak.

Rejalashtirishning optimalligiga iqtisodiy-matematik usullar va elektron hisoblash mashinalarini qo'llash, rejalarining bir nechta variantlarini ishlab chiqish yordamida erishiladi. Ko'p variantlilik eng tejamkor reja varianti yoki korxona faoliyati dasturini tanlashga imkon yaratadi.

Moslashuvchanlik rejalashtirishning bozor sharoitlaridagi muhim tamoyili hisoblanadi. U ishlab chiqarish rejalariga o'z vaqtida o'zgartirishlar kiritish, iste'molchilar va xaridorlar talablarini hisobga olish, ishlab chiqarishning yuzaga kelishi mumkin bo'lgan pasayishi va inqirozlarning oldini olishga yordam beradi. "Korxonalar to'g'risida"gi qonun ishlab chiqarishni rejalashtirishda ushbu tamoyilni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan sharoitlarni yaratadi.

Biroq hech qanday tamoyil, jumladan, yuqorida sanab o'tilgan tamoyillar ham, o'zidan-o'zi, ya'ni shu tamoyillar uchungina kerak emas. Agar amaliyotda qo'llanmasa bu tamoyillar faqat qog'ozda qolib ketishi yoki oddiy chaqiriq bo'lib qolishi mumkin. SHu sababli korxona rahbarining rejalashtirish jarayonini, aniqrog'i, rejaning bajarilishi hamda rejalashtirishning belgilangan va boshqa tamoyillari qanday aks ettirilganligini **nazorat qilishi** muhim ahamiyat kasb etadi. Nazorat kerakli natijalarga erishish, yuzaga kelishi mumkin bo'lgan disproporsiyalarni aniqlash va ularning oldini olish, shuningdek, zahiralarni aniqlash va ulardan foydalanish yo'llarini belgilashga imkon berdi.

Tadbirkorlik – korxonalar xo‘jalik yuritish faoliyatining uzluksiz qismi bo‘lib, foyda (daromad) olish va uni ko‘paytirishga qaratilgan bo‘ladi. Korxonalar hayotida u, boqibeg‘amlikka berilish, turg‘unlik va isrofgarchilikni inkor qilishni anglatadi. Korxona rahbari yoki mutaxassis tadbirkorlik va tashabbuskorlik “ruhiga” ega bo‘lmasa, demak, u bo‘sh yoki yomon xodim, xizmatda belgilangan soatlarni o‘tkazib o‘tiruvchi shaxs hisoblanadi. Aksincha, tadbirkorlik va tashabbuskorlik “ruhiga” ega bo‘lgan mutaxassis yoki mansabdor shaxslar ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va rivojlantirish, mehnat sifatini ko‘tarish va korxonaning oladigan daromadlarini ko‘paytirish yo‘llarini izlab topadilar.

Tadbirkorlikni ko‘pincha muayyan shaxsga “bog‘lab qo‘yadilar” hamda bu shaxsni tadbirkor yoki biznesmen deb ataydilar. Bundan tashqari bir guruh shaxslardan tashkil topuvchi jamoa tadbirkorligi ham mavjud. Bu holatni jamoa biznesi yoki jamoa tadbirkorligi deb atash mumkin.

Agar yakka shaxs individual tarzda yoki kichik bir jamoa vositachilik, oldi-sotdi, maslahat va boshqa xizmatlar bilan shug‘ullansa, u holda biznes-reja talab qilinmaydi. Boshqa hollarda **biznes-reja** yangi korxona tashkil qilish yoki biron-bir tijorat loyihasini amalga oshirish uchun mo‘ljallanayotgan asoslangan xatti-harakatlarni o‘z ichiga oluvchi hujjat hisoblanadi. Uning asosiy vazifasi, korxonaga o‘z imkoniyatlarini baholash, bozordagi istiqbolni, zaruriy xarajatlarni aniqlash, korxona faoliyatining birinchi yillarida “suv ostidagi toshlar”ni aniqlash hamda mazkur faoliyat turining foydali yoki zararli ekanligini baholash ko‘rsatkichlari yordamida hisoblashga yordam berishda deb belgilanadi.

Biznes-rejani tayyorlash natijasida «Ishni nimadan boshlash kerak?»; «Samarali ishlab chiqarishni qanday tashkil qilish lozim?» «Birinchi foyda yoki daromad qachon olinadi?», «Investorlar va kreditorlar bilan qachon hisob-kitob qilish mumkin?», «YUzaga kelishi mumkin bo‘lgan xavf-xatarni qanday kamaytirish mumkin?», «Raqobatchilar bilan kurashda qanday choralardan foydalanish mumkin?» kabi savollarga javob olinadi.

Biznes-rejani tuzishda quyidagi shartlarga alohida e‘tibor qaratish zarur:

* biznes-reja professional va shu bilan bir paytda sodda, bajarish uchun tushunarli va oson bo‘lishi lozim;

* biznes-reja investor yoki boshqa manfaatdor shaxs o‘ziga kerakli ma’lumotlarni qidirib topishi uchun bo‘limlarga (BOBlarga) bo‘linishi lozim;

* Biznes-rejani tayyorlashda korxonaning bosh rahbari albatta qatnashishi shart, chunki investor, bank yoki boshqa moliya idorasi korxona rahbari qatnashmaganligi yoki boshqa shaxsga topshirilganligi haqida xabar topsa, biznes-rejaning ishonchliligiga shubha uyg‘onishi mumkin;

* biznes-rejaning ob’ektiv baholanishiga erishish kerak, ya’ni unda xatolar va noto‘g‘ri hisob-kitoblar bo‘lmasligi lozim;

* biznes-rejaning tarqatib yuborilmasligini nazorat qilish zarur, chunki unda biznes to‘g‘risidagi maxfiy ma’lumotlar joy olgan bo‘ladi.

Rejalarning har bir turi kabi, biznes-reja ham, bo‘lim va ko‘rsatkichlardan iborat bo‘ladi. O‘ntagacha bo‘limni o‘z ichiga oluvchi biznes reja mazmuni va tuzilishiga ko‘ra, eng maqbul hisoblanadi. Mavjud adabiyotlarda quyidagi bo‘limlarni o‘z ichiga oluvchi biznes-rejalar taklif qilinadi:

1. Tanlangan biznes konsepsiyasi;
2. hozirgi paytdagi holat (maqsad, vazifa va niyatlar);
3. Tashkil qilinayotgan korxona va uning mahsulot hamda xizmatlari tavsifnomasi;
4. Boshqaruv (menedjment);
5. Bozor tadqiqoti va tahlili;
6. Marketing harakatlari rejasi;
7. Ishlab chiqarish rejasi;
8. Tavakkalchilikni baholash;
9. Moliyaviy reja;
10. Biznes-loyihaning samaradorligi.

Tanlangan biznes yo‘nalishining konsepsiyasini tuzishda uning raqobatbardoshligi (sifat, narx, iste’molchiga etkazib berish shakli, tayyorlash texnologiyasi va hokazo); mablag‘larga bo‘lgan ehtiyojlar; o‘ziga jalb qilishning

asoslanganligi (taklif qilinayotgan mahsulotning boshqa mahsulotlardan afzalliklari, mahsulot ishlab chiqarishning qaysi bosqichda ekanligi va hokazo)ga katta e'tibor qaratish lozim.

Konsepsiyada tanlangan tovar bozoridagi ahvol; korxonaning tanlangan biznes sohasidagi kuchli va kuchsiz tomonlari; boshqa bozorga chiqish imkoniyatlari; bozorga ta'sir o'tkazuvchi qonunchilik, siyosat, demografik holat kabi omillar aks ettiriladi. Bundan tashqari konsepsiya bahoning o'zgarishi, inflyasiyaning o'sishi, kapital olib chiqish yoki mahsulot olib kirishni cheklovchi qonun hujjatlarini qabul qilinishi kabi sharoitlarda, mahsulotni sotishni ko'paytirish uchun zarur bo'lgan chora-tadbirlarni ham o'z ichiga oladi. Ushbu bo'lim tanlangan biznes yo'nalishi maqsadlari va niyatlarining shakllanishi bilan yakunlanadi.

Korxona, uning mahsulot va xizmatlari tavsifnomasi bo'limida korxonaning joylashgan manzili, bozorga chiqish shakli, bozordagi ulushi, asosiy raqobatchilari va ularning kuchli tomonlari, texnologiya darajasi va xarajatlar tahlili aks ettiriladi.

Mulkchilik shakli, xodimlarning malakasi, tashqi muhit bilan munosabatlar **“Boshqaruv”** bo'limida ko'rsatiladi.

“Bozor tadqiqoti va tahlili” bo'limida tanlangan bozor asoslab beriladi, xaridorlarni korxona mahsulotlariga jalb etuvchi raqobatchilik usullari hamda bozorda bahoni shakllantirish va hokazolar ko'rib chiqiladi.

Marketing rejasining asosiy vazifasi korxonaning bozordagi imkoniyatlariga baho berishdadir. Marketing rejasining asosiy elementlari sifatida tovarlarni tarqatish tizimi, bahoni shakllantirish, reklama, savdoni rag'batlantirish usullari, sotilgandan keyingi xizmat ko'rsatishni tashkil qilish, korxona (firma) va uning mahsulotlari haqida jamoatchilik fikrini shakllantirish kabilarni ko'rsatib o'tish mumkin.

“Ishlab chiqarish rejasi” potensial xaridorlarga kerakli mahsulotlar hajmini o'z vaqtida ishlab chiqarish imkoniyatining mavjudligini ko'rsatadi. Mazkur bo'limda quyidagilar o'z aksini topadi: yangi tashkil qilingan yoki faoliyat

yuritayotgan korxonada tovar ishlab chiqarish joyi; buning uchun zarur bo'lgan ishlab chiqarish quvvatlari va ularning o'sish istiqbollari; xomashyo va material etkazib beruvchilar; ishlab chiqarish kooperatsiyasi; ishlab chiqarish oqimlari tizimini tuzish; sifatni nazorat qilish jarayoni; foydalaniladigan standartlar; vujudga kelishi mumkin bo'lgan ishlab chiqarish xarajatlari.

“Tavakkalchilik va sug'urtalashni baholash” bo'limi ikki qismga bo'linadi. Birinchi qismda tavakkalchilikning barcha turlari (yong'in, zilzila, soliqni boshqarishdagi o'zgarishlar va valyuta kursining tebranishi) oldindan hisoblab chiqiladi. Ikkinchi qismda esa tavakkalchilik xavfining oldini olish, ya'ni tavakkalchilik va zararlarni qisqartirish chora-tadbirlari ko'rsatiladi, shuningdek, tavakkalchilik xavfidan sug'urtalash dasturi amalga oshiriladi.

Moliyaviy reja biznes-rejaning yakunlovchi bo'limi bo'lib, korxona faoliyatining natijalarini tavsiflaydi. U quyidagi bo'limlarni o'z ichiga oladi:

- * savdo hajmining bashorati;
- * pul daromadlari va xarajatlari balansi;
- * foyda va zarar bo'yicha reja.

Mazkur rejaning ko'rsatkichlari sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

- * tovarlarni sotishdan tushgan daromad;
- * ishlab chiqarish xarajatlari;
- * savdodan tushgan umumiy foyda;
- * sof foyda;
- * korxona aktiv va passivining solishtirma balansi;
- * zararsizlikka erishish grafigi.

SHuningdek, mazkur bo'limda ishlab chiqarishni tashkil qilish yoki keqaytirish uchun mablag' jalb qilish rejalari ham ifodalanadi. Bo'limda korxonaning moliyaviy barqarorligi yoki nochorligini aniqlash imkonini beruvchi maxsus ko'rsatkichlar hisob-kitobi ham keltiriladi.

5.4-mavzu. Real sektordagi servis korxonalarida mehnatning mohiyati, mehnat munosabatlari

Ish haqi iqtisodiyotda tashqi ko‘rinishdan bajarilgan ishni ish beruvchi tomonidan, mehnat xarajatlari natijasiga qarab, pul sifatida to‘lanadigan, ishchini rag‘batlantirishning puldagi ifodasidir. Lekin, bunday tarif yuzaki va uni ichki tabiatining mohiyatini yoritmaydi.

Sotsialistik jamiyat davrida ish haqiga davlat tomonidan ishchilarni moddiy va ma‘naviy ehtiyojlarini qondirish uchun mehnatni son va sifatiga qarab taqsimlanadigan milliy daromadning bir qismi sifatida qaralgan. Bunday tarif o‘sha davrning ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlari tavsifiga va ma‘muriy boshqaruv tizimiga mos kelgan.

Bozor iqtisodiyoti ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarning mazmunini tubdan o‘zgartirishga olib keldi va bozor iqtisodiyotiga mos iqtisodiy dastaklarni vujudga keltirdi. Lekin hozirgi iqtisodiy va ommaviy adabiyotlarda iqtisodiy kategoriyalarga, jumladan ish haqiga nisbatan yagona fikr yo‘q. Ularning mazmuniga har xil ta‘riflar berilishi, turli xil yoritilishga olib kelmoqda. SHu sababli biz ish haqiga berilgan ayrim ta‘riflarni keltirishni lozim topdik. O.E.Luchinin «Statistika v rýmochnoy ekonomike» (Rostov-na-donu. «Feniks», 2006) ish haqiga quydagicha ta‘rif beradi: «Ish haqi – ijtimoiy zaruriy mehnatning son va sifatiga bog‘liq holda ishchining mehnat daromadidir» (382 b).

G.X.Gender, N.I.Vedernikovalar «Oplata truda v uprejdeniyax byudjetnoy sferý» (Sankt – Peterburg, «Piter», 2003) ish haqining mohiyatini yoritishda «... bozor iqtisodiyotida ish haqi mehnat resursi bahosi (ishchi kuchi)» deb ta‘riflaydi.

O‘zbekiston Makroiqtisodiyot va Statistika Vazirligining 1998 yil 26 oktyabr №33 qarori bilan tasdiqlangan «Instruksiya po statistike chislennosti i zarabotnoy plate rabotayuyúx po naymu» da (Toshkent, 1999) ish haqi quyidagicha ta‘riflangan: ««Ish haqi» tushunchasi pul va natural shakldagi barcha turdagi maoshlarni (va har xil mukofotlar, ustamalar, qo‘shimchalar, ijtimoiy imtiyozlar)ni... qamraydi».

O‘zbekiston Respublikasining mehnat kodeksida ish haqi atamasi ishlatilmagan, unda «Mehnat haqi» ish haqi mazmunida ishlatilgan. Kodeksning

153-moddasida «Mehnat haqining miqdori ish beruvchi bilan xodim o'rtasidagi kelishuviga binoan belgilanadi deb ta'kidlanadi.

Mehnat haqi shakli va tizimlari, mukofotlar, qo'shimcha to'lovlar, ustamalar, rag'batlantirish tarzidagi to'lovlar, jamoa shartnomalarida, shuningdek ish beruvchi tomonidan kasaba uyushmasi qo'mitasi tomonidan qabul qilinadigan boshqa lokal hujjatlarda belgilanadi. Mehnat haqi, qoida tariqasida pul shaklida to'lanadi. Mehnat haqini natura shaklida to'lash taqiqlanadi. O'zbekiston Respublikasi Hukumati tomonidan belgilangan holda bundan mustasno» – deb yozilgan.

Ish haqiga ta'luqli chet el adabiyotlarda berilgan boshqa ta'riflarning ayrimlarini keltiramiz. Ularda:

Ish haqi – bu, mehnat bahosi; bu ishchi kuchi bahosi; bu mehnat xizmatlari bahosi; bu iqtisodiy rentaning shakli; bu ishchi kuchini ijarasi uchun to'lov kabi ta'riflar keltirilgan.

Bunday ta'riflarni yuzlab keltirish mumkin.

YUqoridagilardan kelib chiqib, ish haqi nihoyatda murakkab iqtisodiy kategoriya ekanligiga shubxa tug'ilmaydi.

Ushbu masala yuzasidan biz o'z mulohazalarimizni bildirib o'tamiz.

Ish haqi nazariy jihatdan tarixiy, ijtimoiy-iqtisodiy kategoriyadir.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida har xil moddiy ne'matlar qatorida ishchi kuchi oldi-sotdi predmeti sifatida mehnat bozori ob'ektiga aylanadi. Ishchi kuchi oldi-sotdi predmeti sifatida iste'mol qiymatga va qiymatga ega bo'lishi kerak. Ushbu tushunchalar boshqa moddiy ne'matlar iste'mol qiymati va qiymat tushunchalariga nisbatan farq qilib, juda murakkab va iqtisodiy-statistik nuqtai nazardan hisobga olinishi allaqancha murakkabdir.

Ko'p hollarda ishchi kuchi va mehnat tovar deb ishlatiladi. Aslida tovarning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyatidan kelib chiqilsa, ishchi kuchi va uning mehnati boshqa tovarlardan shaklan va mazmunan farq qiladi.

Tovar deb o'zi uchun emas, sotish uchun ishlab chiqilgan mahsulotni tushunamiz. Oldi-sotdi natijasida tovarning egasi, undan foydalanish va tasarruf

etish huquqi o'zgaradi. Tovar ayriboshlash jarayonidan chiqib, iste'mol jarayoniga o'tadi va iste'mol predmetiga aylanadi. U iste'molchilarning ehtiyojini qondiruvchi moddiy ne'mat sifatida xizmat qiladi.

Ishchi kuchi birinchidan, shaklan moddiy ne'mat emas, u ishlab chiqarish quvvati sifatida faoliyat ko'rsatuvchi jonli omildir;

ikkinchidan, u oldi-sotdi jarayonida o'zi sotilmaydi, unga egalik qilish huquqi o'zgarmaydi, bozorda mehnat resursi, mehnat jarayonida ishlatiladigan uning kasbiy mahorati, quvvati, ya'ni uning mehnat qobiliyati sotiladi;

uchinchidan, moddiy ne'matlarning oldi-sotdi jarayonida to'la qiymati (bu erda to'la qiymat deganda, uning haqiqiy qiymati emas, ijtimoiy-zaruriy qiymati, ya'ni uning barcha omillar ta'siri natijasida shakllangan qiymatining puldagi ifodasi, ya'ni bahosi e'tiborga olingan), ayriboshlanadi, sotiladi. Ishchi kuchi atamasiga kelsak, unga mehnatining to'la qiymati to'lanmaydi, aksincha qiymatini bir qismi to'lanadi. Chunki, uning mehnati natijasida qo'shimcha qiymat yaratiladi.

Ishchi kuchi mehnatining zaruriy qismiga ish haqi to'lanadi, qo'shimcha qiymat yaratuvchi qismining qiymati ish beruvchi, ya'ni mulk egasi (davlat, jamoa, korxona, ish beruvchilar) hamda jamiyat taraqqiyoti uchun zarur bo'lgan qismida qoladi;

to'rtinchidan, moddiy ne'matlarning oldi-sotdi jarayoni biror bir laxzada sodir bo'ladi, ishchi kuchi mehnatini oldi-sotdi jarayoni uzoq davrda sodir bo'ladi.

Ushbular nuqtai nazaridan kelib chiqib, ishchi kuchi, mehnat alohida, o'z xususiyatiga ega bo'lgan, oldi-sotdi jarayonining predmeti sifatida qaralishi lozim.

Bu borada ish bilan mehnatni farqlash zarur. Ishni ishchi kuchi, ya'ni uning mehnati, mehnat qilish qobiliyati bajaradi. Ish beruvchi ishchining bajargan ishi uchun haq to'laydi. SHuning uchun ham rasmiy hujjatlarda ish haqi atamasi ishlatiladi.

Umuman olganda bozorda ishchining jismoniy va intellektual mehnat qilish qobiliyati sifatida, uning to'la qiymati to'lanmaydi, aksincha uni qiymatining bir qismi-bahosi mehnat qilish jarayonida to'lanib boriladi.

Mehnat – bu, ishchilarning o‘z ehtiyojlarini qondirish maqsadida amalga oshiriladigan ongli faoliyatidir.

SHunday qilib, ishchi kuchi yoki uning mehnatini umuman tovar sifatida tariflash ilmiy-nazariy nuqtai nazardan to‘g‘ri bo‘lmaydi. Ishchi kuchining ongli faoliyati, uning jismoniy va intellektual mehnat qilish qobiliyati bozorda sotiladi va ana shu qobiliyat tovar bo‘lib hisoblanadi.

Ish haqiga esa yuqorida keltirilgan tovar qiymatining bir qismining (zaruriy mehnat) puldagi ifodasi nuqtai nazardan qarash lozim.

Ish haqi ishchi mehnati motivatsiyasini va rag‘batlantirishning shakli sifatida namoyon bo‘ladi.

Ish haqi, mehnat haqi kategoriyalari adabiyotlarda ko‘p ishlatiladi, ayrimlar ularni sinonim qatorida ishlatadi¹⁸, ayrimlar ularni farqlaydi. Bunga tegishli fikrlarni biz yuqorida ham keltirdik. Masalan, YU.F. Elizarov «Ekonomika organizatsii» darsligida (M., «Ekzamen», 2005) «...ish haqidani, mehnatga to‘lov (mehnat haqi) kengroq tushuncha bo‘lib, u ish haqidani tashqari har xil to‘lovlar va imtiyozlarni o‘z ichiga oladi» - deb ta’kidlaydi (115 bet). Muallifning ushbu fikrlariga qisman qo‘shilgan holda quyidagi nazariy fikrlarni e’tirof etish zarur deb hisoblaymiz.

Haqiqatdan olganda har xil qo‘shimcha to‘lovlar ish haqining elementi hisoblanadi. Ish haqini bir necha xil elementlarga bo‘lish mumkin. Ular asosan (bazali) ish haqi, ustamalar, qo‘shimcha to‘lovlar va ish haqining o‘zgaruvchan qismidir (har xil rag‘batlantiruvchi to‘lovlar).

Asosan ish haqi ishchining funksional vazifalarini har qanday sharoitda o‘z vaqtida va sifatli bajarishi uchun to‘lanadigan, belgilab qo‘yilgan, doimiy to‘lanadigan pul to‘lovidir (ayrim hollarda natural holda bo‘lishi ham mumkin).

Ustamalar va qo‘shimcha to‘lovlar ishchi mehnatining alohida shart sharoiti va mazmuni uchun to‘lanadi. Masalan, mehnat staji, qo‘shimcha funksiyalarni bajarganligi, kechqurun, dam olish va bayram kunlarida ishlaganligi uchun,

¹⁸ Раицкий К.А. «Экономика предприятия». М., ИВЦ «Маркетинг», 1999.; Экономика предприятия (фирма), Коллектив авторов, М., ИНФА-М., 2004.; Ворст Й., Ревентлоу П., Экономика фирмы, М., Высшая школа, 1994.

ishlamagan vaqtlari uchun to'lov, hududiy koeffitsientlar, og'ir sharoitlardagi ishlar uchun qo'shimchalar va hokozolar.

Ish haqining o'zgaruvchan qismi rejadan yuqori darajada bajarilgan ish natijalari uchun to'lanadi. Unga har xil mukofotlar kiradi. Masalan, tovar aylanishi rejasini ortig'icha bajargani uchun, biron davr (kvartal, yil) natijalari uchun to'lanadigan mukofotlar, bonus to'lovlar va hokozolar uchun.

Rasmiy statistikada «Ishchi kuchini saqlash uchun ketgan xarajatlar» ko'rsatkichi ishlatiladi. Ushbu ko'rsatkichni bizning fikrimizcha mehnat haqining zaruriy qismining qiymatiga tenglashtirish mumkin.

Mehnat haqiga ish haqidan tashqari madaniy-oqartuv, sog'lomlashtirish, kadrlar tayyorlash va qayta tayyorlash, ijtimoiy sug'urtalar, maxsus to'lovlar va boshqa xarajat kabilar kiradi.

Mehnat haqining ijtimoiy paketi tarkibiga quyidagilarni kiritish mumkin:

- har xil ijtimoiy to'lovlar;
- nomoddiy (pulsiz) imtiyozlar (har xil imtiyozlar, ish vaqtini moslashtirish, qo'shimcha mehnat ta'tilini berish, erta nafaqaga chiqarish va h.k.);
- firma, korxonaning aksiyalarni o'z ishchilariga sotish;
- mehnat sharoiti va mazmunini yaxshilash;
- ishda yaxshi ijtimoiy, psixologik muhitni yaratish;
- ishchilarni xizmat pog'onalaridan ko'tarilib borilishini ta'minlash;

SHunday qilib, «ish haqi» miqdori «mehnat haqi» miqdoridan («Ishchi kuchini saqlash uchun xarajatlar») tarkibi bilan farqlanadi.

Motivatsiya deganda ishchining faoliyat uchun ichki dunyoviy qiziqishini tushunish kerak. Motivatsiya inson ehtiyojini tez mehnati faoliyati orqali qondirishga intilishidir. Mehnat faoliyati orqali inson o'zining nafaqat moddiy ehtiyojlarini, xamda ijtimoiy ehtiyojini ham qondirishga intiladi (masalan, o'zini himoya qilish, do'stona munosabatlar, boshqalar hurmatiga sazovor bo'lish, shon-sharafga ega bo'lish, nufuz kabilar).

Ish haqi kategoriyasini nazariy va amaliy nuqtai nazardan nominal ish haqi va real ish haqiga ajratish zarur. Chunki ish haqining real miqdoriga inflyasiya, baho kabi omillar salbiy ta'sir ko'rsatadi. Ular natijasida nominal ish haqi-ish haqi pul hisobida o'zgarmay tursa, real ish haqi – olingan pulga sotib olinadigan tovarlar va xizmatlar miqdori kamayib boradi. Shuning uchun ham jahon amaliyotida ish haqini indeksatsiya qilish qo'llaniladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida mehnat haqi yoki ish haqini talqin qilganda, bizning fikrimizcha quyidagi nazariy masalalarni e'tiborga olish zarur.

Ish haqi yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan xo'jalik sub'ektlari faoliyati bilan bog'lik bo'lib, u yollanma ishchilarga to'lanadi. Yakkarta tartibdagi yoki oilaviy tadbirkorlarda faoliyat (ish) yurituvchilar uchun mehnat natijasi qanday to'lanadi? Mehnat natijasi ish haqi sifatida namoyon bo'ladimi yoki boshqachami, degan savollar tug'iladi. Ushbu masala bo'yicha biz o'z fikr mulohazamizni bildirmoqchimiz.

Ushbu masalaga nazariy nuqtai nazardan yondashsak bunday xo'jalik sub'ektlari uchun ish haqi kategoriyasi mazmunan mos kelmaydi.

Ular uchun mehnat faoliyati natijasidan olingan daromad kategoriyasini ishlatish maqsadga muvofiqdir. Masalan, yakkarta tartibda ishlayotgan tadbirkorning daromadi, oilaning ish faoliyatidan olgan daromadi. Ushbu daromadni nazariy va amaliy jihatdan yoritishda ularni ikki qismga bo'lib qarash kerak. YA'ni, daromadning bir qismi shaxsiy iste'mol uchun ishlatiladi. Uni shaxsiy iste'mol fondi deb yuritish va ularning ish haqiga tenglashtirish mumkin.

Daromadning ikkinchi qismi faoliyatni kengaytirish yoki takomillashtirish uchun mo'ljallangan bo'lib, uni jamg'arish fondi deb atash mumkin.

Huddi shunday shaxsiy tomorqalarda qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarishda mahsulotga to'lov sifatida ularni natural mahsulotlari xizmat qiladi. Bunda mahsulotning bir qismi bozorga chiqarilib qiymat shakli (pul)da namoyon bo'lishi, ikkinchi qismi urug'lik fondini tashkil qiladi. Yoki mahsulot natural shaklda ishlatilib, bir qismi iste'mol fondini ikkinchi qismi urug'lik fondini tashkil qiladi.

Bular ham mehnat haqi (to'lovi) bilan ish haqini o'rtasidagi farqlarni anglatuvchi belgilardan hisoblanadi.

Ish haqining mohiyati va ahamiyati uning iqtisodiy jarayonda bajarayotgan funksiyalaridan kelib chiqadi.

Ish haqi **birinchidan**, mehnatni moddiy rag'batlantirish funksiyasini bajaradi. Bu funktsiyani iqtisodiy deb ham aytish mumkin. Bu funktsiya iqtisodiy deb yuritilsa ish haqini rag'batlantirish funksiyasiga kengroq qarash zarur bo'ladi. Masalan: ish haqining tabaqalanishi hamda aholining daromadi, xarid qobiliyati, minimal ehtiyoj savatchasining shakllanishi masalalarini kiritish mumkin. Ushbu funktsiyani bajarish orqali ish haqi mehnat motivatsiyasini ko'tarilishini ta'minlaydigan omil sifatida xizmat qiladi;

ikkinchidan, ishchi kuchini takror ishlab chiqarish funksiyasini bajaradi. Ish haqi haqiqatda ishchi kuchini (umuman insoniyatni) takror ishlab chiqarish uchun moddiy omil yaratuvchi vosita sifatida xizmat qiladi;

uchinchidan, ijtimoiy funktsiyani bajaradi. Ish haqi aholining nafaqat moddiy, balki ijtimoiy ehtiyojlarini qondirish uchun ham xizmat qiladi. U orqali ijtimoiy haqiqatni ta'minlash mumkin, aholining yuqori hayot darajasi, ishchilar va ular oilasi hayotini sifati ta'minlanishiga erishiladi;

to'rtinchidan, hisob kitob funktsiyasini bajaradi. Ish haqi orqali ishchining mehnat qilish qobiliyati, quvvati hisob-kitob qilinadi, baholanadi. Jamiyatda faoliyat ko'rsatayotgan har xil tarmoq, sohadagi ishchilarning mehnat qobiliyatini, ularning murakkabligi yoki soddaligini solishtirish imkoniyati tug'iladi. Ishlab chiqarish (ish, xizmat) jarayonida jonli mehnatning xissasini aniqlash imkonini yaratadi (masalan, tovar (ish, xizmat) bahosida, tannarxida, savdoda muomala xarajatlarida va h.k.);

beshinchisi, funktsiyasiga taqsimotni kiritish zarur. Bu funktsiya orqali ish haqi jamiyatda yaratilgan birinchidan, milliy daromadni aholi o'rtasida, ularning mehnatining son va sifat jihatlaridan kelib chiqib pul va natural shaklda taqsimlanishini; ikkinchidan, tovar va xizmatlarni real ish haqi sifatida aholi o'rtasida taqsimlanishi ta'minlanadi;

oltinchidan, ish haqi jamiyatni boshqarishda davlat tomonidan tartibga solish vositasi sifatida ishlatiladi. Ish haqi tovarlar va xizmatlarni tarkibining asosiy elementlaridan biri. Qiymatning klassik formulasiga e'tibor berilsa $c + v + m$ ish haqi tovar va xizmatlar qiymatining ikkinchi elementi «v» sifatida namoyon bo'ladi.

Ushbulardan kelib chiqib davlat «Minimal ish haqi»ni belgilash orqali, bahoni, talab va taklifni tartibga soladi, hamda inflyasiyaning ta'sirini chegaralaydi;

ettinchidan, ish haqi siyosiy funksiyani ham bajaradi, masalan ish haqini kamaytirish aholi tomonidan norozichilikka, ish tashlashlarga olib keladi, bu esa siyosiy muhitni buzib yuboradi. SHu sababli ish haqining darajasini, uning holatini nafaqat iqtisodchilar, balki jamiyat holatini o'rganuvchi siyosatchilar, davlat arboblari, sotsiologlar, psixologlar va boshqa mutaxassislar ham chuqur o'rganishi zarur.

Ish haqining shakllanishi, hisob kitobi, belgilanishi jarayonida butun jahon amaliyotida qabul qilingan, ishlatilayotgan qoidalar mavjud. Ushbu qoidalarga ish beruvchi tomonidan rioya qilinishi, davlat, jamiyat, kasaba uyushma tashkilotlari hamda har bir ishchi tomonidan nazorat qilinishi va talab qilinishi mumkin.

Ushbu qoidalarga quyidagilarni kiritish mumkin:

- mehnatni sifat va son jihatlarini hisobga olish, uni ishlab chiqarish (xizmat) natijalariga qarab rag'batlantirish;
- ish haqini differentsiatsiya qilish. Ushbu qoida ish haqini ishchining malakasi, mehnatining murakkabligi va soddaligiga, aqliy va jismoniy mehnatga, mehnat sharoitiga, mehnatni normallashtirish kabi hamda boshqa omillarni hisobga olgan holda belgilanishini talab qiladi:
- ish haqi har qanday xo'jalik sub'ekti hodimlarining ijtimoiy himoyasini ta'minlash kerak;
- moddiy rag'batlantirish shakllari, miqdori raqobatbardoshlikni ta'minlashi kerak;
- ish haqi davlat tomonidan belgilangan minimal ish haqi miqdoridan kam bo'lmasligi kerak;

- real ish haqining muntazam oshirib borishni ta'minlash zarur. Nominal ish haqi o'sish darajasi inflyasiya darajasiga nisbatan yuqori bo'lishini ta'minlash;

- mehnat unumdorligining o'sish darajasi o'rtacha ish haqining o'sish darajasiga nisbatan yuqori bo'lishini ta'minlash.

Ish haqini tashkil qilish qoidalarini ko'rib chiqishda birinchi omil sifatida davlatning rolini e'tiborga olish maqsadga muvofiq. Davlat ish haqi tizimini qonuniy normalar orqali boshqaradi, u ish haqini boshlang'ich, bazis darajasini belgilaydi. Unga minimal ish haqi miqdori, minimal yashash darajasi kabi ko'rsatkichlarni kiritish mumkin. Bulardan tashqari davlat ish kuni davomiyligini, mehnat ta'tili davrini va ularga to'lov miqdorini belgilaydi. Davlat ishchi va ish beruvchilar o'rtasidagi nizolarni sud orqali hal qiluvchi arbitor bo'lib hisoblanadi.

Ish beruvchi va ishlovchining o'rtasidagi ijtimoiy-mehnat munosabatlari va ish haqi masalalari xo'jalik sub'ektlarining ichida tuzilgan mehnat shartnomasi bilan tartibga solinadi. Ushbu shartnomada mehnat sharoiti, ish haqi, uy joy va meditsina ta'minoti, kafillar va imtiyozlar kabilar o'z aksini topadi. SHartnomalar muddatsiz, biron muddatga (besh yilga) yoki biron ishni bajarish davriga tuziladi.

Jahon amaliyotida ish haqini hisob kitob qilish uchun tan olingan ish haqi shakli va tizimi yaratilgan.

Ish haqi quyidagi ikki shakldan iborat:

— vaqtbay ish haqi;

— ishbay ish haqi:

Ish haqi ikki xil tizimda, ya'ni ta'rifli va ta'rifsiz tizimda amal qiladi.

Vaqtbay ish haqi oddiy vaqtbay (soat, kun, hafta, oy) va vaqtbay – mukofotli tizimlarga bo'linadi.

Ishbay ish haqi esa oddiy (bevosita) ishbay, ishbay-mukofatli, bilvosita-ishbay, akkord tizimlariga bo'linadi.

YUqoridagilar hammasi ta'rifli tizimga kiradi. Bulardan tashqari ta'rifsiz tizim ham qo'llaniladi.

Ish haqini tashkillashtirish xo‘jalik sub’ektlarida quyidagi elementlar (ko‘rsatkichlar)ni ishlab chiqish (shakllantirish, hisoblash, tasdiqlash) bilan amalga oshiriladi:

birinchidan, mehnatni normallashtirish;

ikkinchidan, ta’rif tizimini aniqlash;

uchinchidan, ish haqini muqobil shakli va tizimini tanlash;

to‘rtinchidan, ish haqi fondini shakllantirish;

beshinchidan, moddiy rag‘batlantirish turlarini belgilash.

Mehnatni rag‘batlantirishni tashkil etishning muhim tarkibiy qismi bo‘lib mehnatga haq to‘lashni tashkil etish shakllari hisoblanadi.

Mehnatga haq to‘lashni ikki asosiy shakli mavjud: ishbay va vaqtbay. Qayd qilingan shakllarning har biri turli ko‘rinishlarga ega va ularni mehnatga haq to‘lash sistemasi deb atash qabul qilingan.

Ishbay haq to‘lash shaklida ish haqi o‘rnatilgan rassenkalar bo‘yicha har bir bajarilgan ish yoki tayyorlangan mahsulot uchun ajratiladi. Ushbu shakl quyidagi holatlarda maqsadga muvofiqdir:

- Asoslangan unumdorlik normalari mavjudligida;
- Mehnat natijalarining aniq hisobini olish mumkinligida;
- Normalarni oshirib bajarish texnologik jarayonini buzmasdan mumkinligida;
- Ish joylariga xizmat ko‘rsatish aniq tashkil etilganda.

Mehnatga ishbay haq to‘lash ishchini malakasini oshirishni rag‘batlantiradi, uning mehnat unumdorligining oshishiga moddiy qiziqishini ta’minlaydi.

Ammo ishbay haq to‘lashda mahsulot sifatining pasayishi, texnologik jarayonlar rejimining buzilishi, texnik xavfsizlik talablarining buzilishi, moddiy resurslarning ko‘proq ishlatilishi xavfi mavjud.

Ishbay haq to‘lash shakli quyidagi tizimlarga ega: to‘g‘ri ishbay; ishbay-progrissiv; ishbay-mukofat; akkord; bilvosita-ishbay va boshqalar.

To‘g‘ri ishbay haq to‘lash tizimida ish haqi ishlab chiqarilgan mahsulot (bajarilgan ishlar yoki xizmatlar) sonini o‘rnatigan rassenkaga ko‘paytrish yo‘li

bilan ajratiladi. Bajarilgan ish yoki tayyorlangan mahsulot birligi uchun rassenkalar quyidagi formula bo'yicha aniqlanadi:

$$RqT/Nun \text{ yoki } RqT \times Nvaqt$$

Bu erda: T- bajarilgan ish razryadining soatbay ta'rif stavkasi, so'm

N un-soatbay unumdorlik normasi

N vaqt-mahsulot (ishlar) birligiga vaqt normasi, soat

Mehnatga haq to'lashning ishbay-progressiv shaklida belgilangan unumdorlik normasi doirasida ishlab chiqarilgan mahsulot hajmi uchun to'g'ri ishbay rassenkalari bo'yicha ish haqi to'lanadi, normadan tashqarisiga esa – yuqri rassenkalar bo'yicha.

Mehnatga haq to'lashning ishbay-mukofat shaklida ish haqi to'g'ri ishbay rassenkalaridan, son va sifat ko'rsatgichlarini bajarish va oshirib bajarganliklari uchun mukofatlardan tashkil topadi.

Akkord tizimida mehnatga haq to'lash tizimi ishlarning barcha hajmi uchun o'rnatiladi.

Mehnatga haq to'lashning bilvosita – ishbay shaklida ishlovchilarning ish haqi u xizmat qilayotgan ishchilar mehnat natjalariga bog'liq bo'ladi.

Servis korxonalarida mehnatga ishbay haq to'lashni tashkil etishning xususiyatlari mavjud. Jumladan savdoda ish haqining ishbay shaklini tashkil etish uchun har 1000 so'mlik chakana tovar aylanmasiga ish haqi to'lash rassenkalari hisoblanadi (yoki aylanishga foizlar). Mehnatga haq to'lash rassenkalari shahobchalariga ularning ish sharoitlari, assortimenti, xaridorlar oqimi, joylashishi, ishlovchilar soni, bir ishlovchiga o'rtacha oylik aylanish bo'yicha hisoblanadi.

Restoran, kafelarga ofitsiantlar mehnatiga haq to'lash tashrif buyuruvchilar tomonidan to'langan schetlar summasiga foizlarda o'rnatilishi mumkin (qo'shimcha xizmatlar qiymatini inobatga olgan holda).

Ta'kidlash lozimki, oxirgi yillarda ishbay haq to'lashning kamayishi va vaqtbay haq to'lashning ko'payishi rivojlangan davlatlarda kuzatilmoqda.

Ishbay deb mehnatga haq to'lashning shunday shakli ataladiki, unda ishlovchiga ish haqining ajratilishi ta'riflar stavkasi yoki maosh ishlab chiqarishda haqiqiy ishlagan vaqti uchun bo'ladi. Vaqtbay ish haqi ikki shaklga ega: oddiy vaqtbay va vaqtbay – mukofot.

Oddiy vaqtbay tizimida to'liq ta'rif stavka bo'yicha haq oladi (oklad yakka tartibdagi vazifani 100 foiz bajarilish normasida). Vazifa to'liq bajarilganda haq to'lash tegishli ravishda kamayadi, ammo belgilangan minimal ish haqidan bo'lmagan taqdirda.

Vaqtbay – mukofot haq to'lash tizimida xodim ta'rif stavkalaridan (okladdan) tashqari ma'lum son va sifat ko'rsatkichlariga erishganligi uchun qo'shimcha mukofot oladi.

Real iqtisodiyotda xodimlarga haq to'lashning boshqa shakllari ham mavjud, ular ko'pchilik holatlarda qayd qilingan haq to'lash tizimlarining kombinatsiyasi bo'lib hisobladi.

Mehnatga haq to'lashning umumiy darajasi asosiy va qo'shimcha ish haqidan tashkil topadi.

Kalit so'zlar:

Xizmat sifati, xizmat ko'rsatish sifati, normativ, sifat ko'rsatkichlari, ergonomika, xizmat ko'rsatish vaqti, xavfsizlik ko'rsatkichlari, ishonchlilik ko'rsatkichlari, xizmatni taqdim etish ishonchliligi, sifat nazorati tizimi.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Xizmat sifati deganda nimani tushunasiz?
2. Xizmat ko'rsatish sifati deganda nimani tushunasiz?
3. Taqdim etilayotgan xizmatlar normativ talablarini sanab bering.
4. Sifat ko'rsatkichlarining asosiy funksiyasini sanab bering
5. Xizmat ko'rsatishning ergonomik sharoitlari tavsiflang.
6. Xizmat ko'rsatish vaqtini tavsiflab bering
7. Xavfsizlik ko'rsatkichlari ni sanab bering

8. Xizmatlar axborotlashtirilishi ko'rsatkichlarini tavsiflab bering.
9. Xizmatlar axborotlashtirilishiga qanday talablar qo'yiladi?
10. Sifat nazorati tizimini tavsiflang
11. Fizik- statistik belgilar va tartiblar bo'yicha nazorat usullarini aytib bering.
12. Modeli –hisob - kitobli usul deganda nimani tushunasiz?
13. Nazorat natijalarini shakllantirish usullari necha guruhga bo'linadi?
14. Sifat-mehmonning sezgisi deganda nimani tushunasiz?
15. Umumiy ovqatlanish korxonalarida xizmat ko'rsatish sifati ko'rsatkichlarning takomillashtirilgan tizimini aytib bering

VI-bob.REAL SEKTORDAGI XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARI DAROMADLARI, XARAJATLARI VA FOYDASI

- 6.1. Real sektordagi xizmat ko'rsatish korxonalari daromadlari
- 6.2. Real sektordagi xizmat ko'rsatish korxonalari xarajatlari va foydasi
- 6.3. Servis sohasi samaradorligini real sektor rivojiga ta'siri

6.1-mavzu. Real sektordagi xizmat ko'rsatish korxonalari daromadlari

Servis korxonalarida daromad ular faoliyatining bahosi ya'ni ular faoliyatida sarflangan ijtimoiy zaruriy mehnatning (mehnat vositalari va ishchi kuchi xarajatlari) qiymati va qo'shimcha qiymatning puldagi ifodasini anglatadi. Nazariy jihatdan u « $c + v + m$ »-ga teng. Bu erda « $s + v$ » jonli va jonsiz mehnat sarflarini, ya'ni savdo xarajatlarini anglatadi, « m » - ularni sof foydasini miqdorini anglatadi.

Savdoda ishlab chiqarishdan farqli, barcha xarajatlari daromad (ularni ustamalari) hisobidan qoplanadi, ya'ni ular tovarlar qiymati tarkibida aks topadi, ishlab chiqarishda esa, xarajatlari tannarx tarkibiga kiradi va u mahsulot (ish, xizmat)ni sotishdan olingan sof tushum hisobidan qoplanadi. Umuman ishlab chiqarishda «daromad» kategoriyasi ishlatilmaydi, u erda «daromad», «yalpi foyda» deb yuritiladi. Savdo faoliyati qiymati ($c + v + m$), ularning daromadida o'z

aksini topadi. Ushbular nuqtai nazaridan, bizlarning fikrimizcha savdo sohasidagi «daromad»ni, ular faoliyatida yaratilgan qiymatning puldagi ifodasi sifatida, ya'ni ular faoliyatining bahosi sifatida qaralish iqtisodiy nazariya nuqtai nazaridan haqiqatga yaqin bo'ladi.

Daromad tovarlar bahosining bir elementi hisoblanadi.

Daromadning iqtisodiy yo'naltirilish mohiyati bo'yicha barcha xarajatlar, soliqlar, to'lovlarni va foydani ta'minlashdir.

Ushbu sohada daromad ular tomonidan sotiladigan tovarlarni sotib olingan baholariga qo'yiladigan ustamalar miqdorida o'z aksini topadi.

Savdo sohasida daromadlarni asosiy qismi tegishli tovarlarni sotishdan shakllanadi. Bunda daromadni shakllantiruvchi ko'rsatgich sifatida savdo korxona (shahobcha)larini, tovarlarni sotib olish bahosiga qo'yiladigan ustamalar hisoblanadi. Ushbu korxona (shahobcha)lar tovarlar sotish bilan bog'liq bo'lmagan, bajargan boshqa ishlar va xizmatlardan ham daromadlar oladi.

Savdo korxonalari faoliyatlarini tijoratlanishi natijasida ular daromadini shakllanishi, mohiyati va turlari tubdan o'zgarib ketdi.

Nazariy jihatdan savdo korxonalarni sotishdan olgan daromadi ularni muomala xarajatlarini qoplash va foyda olish manbai bo'lib, u savdoning iste'mol tovarlari bahosidagi hissasining miqdorini anglatadi. Bundan kelib chiqib, savdoning sotishdan olgan daromadi savdo xizmatlarini sotishdan tushgan tushum, ya'ni savdo xizmatlari qiymatini puldagi ifodasidir. Ushbu ta'rif sotishdan olgan daromadni mohiyatini ochib beradi.

Savdoni tovarlarni ishlab chiqarishdan to iste'molchilarga etkazish, uning bilan bog'liq bo'lgan savdo xizmatlarini to'lash tovarlarni chakana bahosi hisobidan amalga oshiriladi va u savdo xizmatining qiymati bo'lib, hisoblanadi.

Savdo harajatlarini to'lash manbai bo'lib, savdo ustamalari xizmat qiladi. U tovarlar chakana bahosi bilan tovarlarni sotib olish (ulgurji savdodan, ishlab chiqarishdan yoki boshqa vositachilardan) bahosi o'rtasidagi farqi sifatida aniqlanadi.

Savdo korxonalarining daromadlari yuqorida keltirilgan Nizom bo'yicha quyidagilardan tarkib topadi:

1. Sotishdan olingan daromad. Savdoning «Tovarlarni sotishdan olgan yalpi daromadi» sotishdan olinadigan sof tushumdan sotilgan tovarlarni harid qiymatini chegirib tashlash orqali aniqlanadi. Sotishdan olinadigan sof tushum tovar aylanishi summasidan tovarlarni sotib olish qiymatiga kiritiladigan, (ishlab chiqarish korxonalarini sotish (ulgurji) baholaridan tashqari) sotib olish bilan bog'liq qo'shimcha xarajatlarni (bojxona to'lovlari – aksiz solig'i, QQS, bojxona boji va yig'implari; vositachilik yoki brokerlik xarajatlari va boshqalarni) chegirib tashlash orqali aniqlanadi;

2. Asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar;

3. Asosiy bo'lmagan faoliyatdan olingan daromadlar. Ular qatoriga moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlar va favqulotdagi daromadlar kiradi.

Savdoda tovarlarni sotishdan olingan daromadiga kengroq to'xtalib o'tamiz. CHakana savdo korxona (shahobcha)lari tovarlari erkin chakana baholarda sotadi. Lekin bozorda baho siyosatiga iste'mol tovarlarini ishlab chiqaruvchilar yoki chet el ta'minotchilari hiyla darajada ta'sir qiladi. YA'ni uni shakllanishiga asos soladi, bu holatga savdoning ta'siri katta emas. SHu sababli savdo korxona (shahobcha)lari tovar ishlab chiqaruvchilarini baho siyosatini hisobga olmay iloji yo'q.

SHu bilan bir qatorda chakana savdo korxona (shahobcha)lari, boshqa savdo bilan shug'ullanuvchi yuridik shaxslar, yakka tartibda savdo qiluvchilar talab va taklifga nisbatan shakllangan hududiy bozor kon'yunkturasidan tovar va xizmatlarni miqdori va sifatidan, ishlab chiqaruvchi va boshqa tovar ta'minotchilarining ulgurji baholaridan kelib chiqib, o'z savdo ustamasini va tovarlarini chakana bahosini bo'lg'ilaydi.

Tovarlarni sotishdan olinadigan daromadni rejalashtirish savdo ustamalarini asoslash orqali amalga oshiriladi.

Savdoda daromadlarining tahlilining vazifasi yalpi daromad, uning tarkibiy turlari bo'yicha rejaning bajarilishi, ularni dinamikasini (o'zgarish) tendensiyalari,

tarkibiy siljishlar hamda ularga ta'sir qilgan omillarni ta'sir darajasini aniqlash asosida korxonani moliyaviy-xo'jalik faoliyati natijasiga baho berish bo'lib hisoblanadi.

Daromadlarni tahlil qilishda buxgalteriya, moliyaviy, statistik hisobotlar va tanlab kuzatish, ekspert baholash natijalari kabi ma'lumotlar ishlatiladi.

Daromadlar miqdori absolyut – so'mda va nisbiy ko'rsatkichlarda hisob-kitob qilinadi. Uning nisbiy ko'rsatkichlariga quyidagilarni kiritishni tavsiya qilamiz:

- sotishdan olingan daromadlarni tovar aylanishiga nisbatan, foizda yoki koeffitsientda;
- sotishdan olingan daromadlarga muomala harajatlarini nisbati, foizda yoki koeffitsientda;
- yalpi daromadlarini barcha aktivlarga nisbati, foizda yoki koeffitsientda;
- yalpi daromadlarni asosiy fondlarga;
- aylanma mabalag'larga, moliyaviy resurslarga nisbati, foizda yoki koeffitsientda;
- moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlarni moliyaviy resurslarga nisbati, foizda yoki koeffitsientda.

Bundan tashqari daromadlarni tarkibi har bir elementini ularga tegishli, ularni shakllantiradigan ko'rsatkichlarga yoki manbasiga nisbatan tegishli ko'rsatkichlar aniqlanishi ham maqsadga muvofiqdir.

Daromadlarni tahlil qilishda yalpi daromadga, uning tarkibiy qismi sotishdan olingan daromadlar, asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar, moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlarga savdoning iqtisodiy faoliyatidan kelib chiqadigan omillar ta'sirini o'rganish katta ahamiyat tutadi.

Daromadlarning hajmiga, uning turlariga mos ravishda bir necha omillar ta'sir qiladi.

Tovarlarni sotishdan olingan daromadlarga quyidagi omillar ta'sir qiladi:

- tovar aylanishining hajmi, tarkibi va assortimenti;
- tovarlarni keltirish shartlari;
- tovarlarni siljitish. Bu jarayonda tovarlar fizik (real) miqdorda ishlab chiqarishdan chakana savdoga etkaziladi. Tovarlarni siljitish bir necha bo'g'inlardan iborat bo'ladi (ulgurji savdo bazalari, skladlari; har xil vositachilar). Ushbu bo'g'inlar qancha ko'p bo'lsa, savdo ustamasi ularning o'rtasida taqsimlanadi va chakana savdoning hissasini kamayishiga olib kelishi mumkin. Ularning soni tovar assortimentlarining murakkabligiga, tovarlarni ishlab chiqarishdan chakana savdoga etkazish shart-sharoitlariga va boshqalarga bog'liq.

- savdo ustamasining darajasi (sotib olish bahosiga nisbatan, %);
- tovarlarni sotishda aholiga ko'rsatiladigan qo'shimcha xizmatlarning soni, sifati va ularning ta'riflari.

Tovar aylanishining ortishi daromadlarni ortishiga olib keladi, chunki qancha tovar ko'p sotilsa, shuncha savdo ustamasining summasi yuqori bo'ladi.

Tovarlarni assortimentiga qarab har xil ustamalar bo'lg'ilanadi, bu esa agar yuqori ustama qo'yilgan tovarlar ko'proq sotilsa, ular uchun ustama summasi yuqori bo'ladi yoki teskari holat ro'y berishi mumkin.

Tovarlarni keltirish shartlariga e'tibor qaratsak baholar o'zgarmagan sharoitda tovarlarni siljitish bo'g'inlari qancha ko'p bo'lsa, chakana savdo bo'g'inlari shuncha kam daromad olishlari mumkin. Bozor iqtisodiyoti sharoitida savdo korxonalari savdo ustamalarini mustaqil belgilaydi. Ayrim tovar guruhlari bo'yicha savdo ustamalari davlat va mahalliy hokimiyatlar tomonidan chegaralanishi mumkin. Buni ular aholining kundalik ehtiyojiga ta'luqli tovarlarni bahosini chegaralash maqsadida ham amalga oshiradi. Bu jahon amaliyotida ham mavjud. Lekin bunday sharoitda bir tomondan daromadni kamaytirmaslik kerak, ikkinchi tomondan, iste'mol tovarlariga raqobatbardosh baholarni ushlab turish zarur bo'ladi.

Daromadlarni boshqa turlariga ta'sir qiluvchi omillar ularning iqtisodiy tabiatidan va shakllanish sharoitidan kelib chiqqan holda aniqlanadi (masalan: har

xil xizmatlar va ularning ta'riflari, qimmatbaho qog'ozlar bahosi, har xil foizlar va h.k.).

Bozor iqtisodiyoti sharoiti savdo korxonalarini daromadlari ularni shakllanish manbalarini hisobga olgan holda rejalashtirish va prognozlashtirishni talab qiladi.

Savdo korxonalari daromadlari ularni shakllanish manbalariga qarab tovarlarni sotishdan olingan daromadlar, asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar (asosiy vositalar sotilishi va boshqa chiqimlardan olingan foyda, boshqa aktivlarni sotishdan va berilishidan olingan foyda, undirilgan jazo, jarima va boqimandalar, qisqa muddatli ijaradan olingan daromadlar va boshqalar), moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlar (royalti ko'rinishidagi nau-xou, litsenziya, kompyuter dasturlarini ijaraga berish va sotish), dividendlar, foizlar, valyuta kurslari farqlari va hokazolar.

Daromadlarni rejalashtirish va prognozlashtirish avvalambor o'tgan yillar ma'lumotlarini tahlil natijalari va xulosalarini hisobga olgan holda amalga oshiriladi.

Daromadlarni rejalashtirish ularning turlari va shakllantirish manbalaridan kelib chiqib, tegishli usullarni ishlatish asosida amalga oshiriladi.

Daromadlarni rejalashtirish va prognozlashtirishda to'g'ridan-to'g'ri texnik-iqtisodiy hisob-kitoblar usuli, korrelyasion usul, elastiklik koeffitsienti orqali aniqlash, bu zararlik nuqtasini aniqlash va boshqa usullardan foydalanish mumkin.

6.2-mavzu. Real sektordagi xizmat ko'rsatish korxonalari xarajatlari va foydasi

Real sektordagi xizmat ko'rsatish korxonalarida bozorga taklif etilishi mumkin bo'lgan tovar soni uni ishlab chiqarish xarajatlari va bahosiga bog'liq bo'ladi.

Bundan kelib chiqadiki, tovarni ishlab chiqarish va sotish xarajatlarini aniq korxona xo'jaligi yuritish samaradorligining muhim shartlaridan biri bo'lib xisoblanadi.

Mahsulot (ishlar, xizmatlar) tannarxi mahsulot (ishlar, xizmatlar) ishlab chiqarish jarayonida ishlatiladigan tabiat resurslari, xomashyo, materiallar, yoqilg'i, energiya, asosiy fondlar, mehnat resurslari va boshqa ishlab chiqarish va sotish xarajatlarining qiymat bahosidan iboratdir. Ushbu xarajatlar hajmi tovarlarni ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan resurslar narxlarini, shuningdek ulardan foydalanish texnologiyasiga bog'liq bo'ladi.

Ishlab chiqarish resurslari xarid qilinayotgan narx korxona faoliyatiga bog'liq bo'ladi. U resurslarga shakllanayotgan mavjud talab va taklif asosida aniqlanadi. SHu sababli korxona uchun ishlab chiqarish xarajatlarini shakllantirishning texnologik aspektlari o'ta muxim hisoblanadi.

Korxona ishlab chiqarishning shunday usullardan foydalanishi lozimki, ular ham texnologik ham iqtisodiy jihatdan samarali bo'lsin va kamroq ishlab chiqarish xarajatlarini ta'minlasin.

Natijada iqtisodiy xarajatlar – bu, korxona tomonidan amalga oshiriladigan ta'minotchiga haq to'lash, shuningdek ishlab chiqarishning ma'lum davrida ushbu korxona tomonidan mavjud resurslar qo'llanilishidir.

Ichki va tashqi xarajatlar farqlanadi. Tashqi xarajatlar – bu, ishlovchilar mehnati yoqilg'i, butlovchi materiallarga haq to'lashdir. Ixtisoslashtirishga bog'liq holda ushbu xarajatlar mikdori bir turdagi mahsulotlarni ishlab chiqarishda ham tebranadi. Jumladan, yig'uvchi zavodlarda tashqi harajatlar hissasi katta. Xususi korxona yoki savdo shahobchasi egasi o'ziga ish haqi to'lamaydi, binosi uchun ijara haqi olmaydi. Agarda u pul mablag'larini savdoga kiritisa, bankka qo'ygan taqdirda olinadigan foydalarni oladi. Aks holada u bu ish bilan shug'ullanmaydi. Ushbu foyda xarajatlar elementini tashqil etadi. Sof va iqtisodiy foyda ajraladi. Uning hajmi umumiy tushumdan tashqari va ichki xarajatlarni ajratgan va normativ foydani qo'shganiga teng bo'ladi. Iqtisodiy farqli ravishda buxgalteriya foyda umumiy tushumdan tashqi jihatlarini ayirish orqali aniqlanadi. Turli xildagi resurslar o'z qiymatini mahsulot qiymatiga turlicha o'tkazadi. Bunga mos ravishda nazariya va amaliyotda ishlab chiqarishning doimiy va o'zgaruvchanlari farqlanadi. Ishlab chikarishning doimiy xarajatlariga shunday xarajatlar kiradiki,

ular ishlab chiqarish hajmining o'zgarishiga qaramasdan o'zgarmaydi. Ularga korxona mahsulot chiqarmagan takdirda ham haq to'lash lozim (ammortizatsiya ajratmalari, binolar va asbob uskunalari) ijarasi sug'urta badallari, yuqori boshqaruv xodimlariga haq to'lash va boshqalar. O'zgaruvchan xarajatlar deganda shunday xarajatlar tushuniladiki, ularning hajmi ishlab chiqarish va sotish hajmlariga bevosita bog'liq bo'ladi, shuningdek mahsulot (xizmatlar) turlarini ishlab chiqarish va sotish strukturasiga ham bog'liq. Bu xomashyo va materiallar, yoqilg'i, energiya, transport xizmatlari, mehnat resurslari xarajatlari. Ta'rifdan kelib chikadiki, o'zgaruvchan xarajatlar hajmi oxirgi natijada nafaqat ishlab chiqarish hajmlaridan, balki ishlab chiqarish va mehnatni ratsionallashtirish orqali moddiy va mehnat xarajatlarining tejamiga ham bog'liq bo'ladi. Raqobat sharoitida nafaqat o'zgaruvchan xarajatlarni, balki umumiy xarajatlar hajmini bilish lozim. Ayrim holatlarda ular yalpi xarajatlar deb nomlanadi. Ular bir qancha o'zgaruvchan va doimiy xarajatlardan tashkil topadi.

$$X_{ya} = X_{yaqd} + X_{o'z}$$

Bu erda x_{ya} -umumiy (yalpi) xarajatlar.

X_d -doimiy xarajatlar.

$X_{o'z}$ -o'zgaruvchan xarajatlar.

Umumiy (yalpi) xarajatlarni bilish korxona o'z faoliyatini amalga oshirish natijasida kurayotgan xarajatlarning to'g'risida xulosa kilish imkonini beradi. CHegaralangan xarajatlar – bu, xizmatlar va tovarlarni sotishning ko'payishi natijasidagi qo'shimcha xarajatlar (yoki xarajatlarning qo'shimcha o'sishi). CHegaralangan xarajatlar ishlab chiqarish hajmining oshishi yoki kamayishi natijasida xarajatlarning o'zgarishini aks ettiradi. SHunday kilib, bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chiqarish xarajatlarini nafakat mahsulotni ishlab chiqarish uchun barcha zarur narsalarni harid kilish tariqasida emas, balki ulardan foydalanish bo'yicha yaxshi imkoniyatlarni belgilash sifatida karalishi lozim, ya'ni shunday xarajatlarni shakllantirish zarurki, ular o'ta yaxshi natija bersin.

Belgilanishi bo'yicha barcha xarajatlar iqtisodiy elementlar va kalkulyasion moddalarga bo'linadi. Birichi holatda bu ularning iqtisodiy mazmuni bo'yicha

taqsimlanishini aks ettiradi. YA'ni amalga oshirish joyiga bog'liq bo'lmagan holda. Undan barcha mahsulotni ishlab chiqarish xarajatlari smetasini tuzishda foydalaniladi. Smeta nafaqat xarajatlarni ularning elementlari bo'yicha kamayishi uchun, balki moddiy balanslarni to'zish, aylanma mablag'larni normalashtirish, moliyaviy rejalari to'zish va boshqalar uchun zarurdir. Sanoatning barcha tarmoqlari uchun iqtisodiy elementlar bo'yicha ishlab chiqarishga xarajatlarning kuyidagi majburiy nomenklaturasi o'rnatilgan.

- Moddiy xarajatlar (qaytariladigan chiqitlar qiymatini ajratgan holda);

- Mehnatga haq to'lash xarajatlari (mehnatga haq to'lashning barcha turdagi turlari va boshqa to'lovlar);

- Asosiy fondlar ammortizatsiyasi;

- Qolgan pul xarajatlari.

Xarajatlarni kalkulyasion moddalar bo'yicha guruhlashtirish ularning tarkibini xarajatlar yo'nalishi (belgilanishi) (ishlab chiqarishga yoki xizmat ko'rsatishga) va sodir bo'lish joyiga asosiy ishlab chiqarish, qo'shimcha xizmatlar, xo'jalikga xizmat ko'rsatish va boshqalarga bog'liq holda aks ettiriladi. Kalkulyasiya (lotincha sanayapman sanamokdaman)-mahsulot birligi yoki ishlar tannarxi hisoblashdir. U konkret turdagi mahsulot birligini ishlab chiqarish va sotish uchun korxonaning pul shaklidagi xarajatlarini ifodalaydi, shuningdek faoliyatning qolgan sohalaridagi ishlar birligini (tashqi ta'mirlash va xizmat ko'rsatish) ham. Kalkulyasiya bo'ladi: rejali-rejalashtirilgan davrga mehnat xarajatlarining progressiv normalari va ishlab chiqarish vositalari asosida tuziladi, hisob-kitob ma'lumotlari asosida aniqlanadi va xarajatlarning haqiqiy darajasini ifodalaydi: normativ-ular asosida erishilgan xarajatlar darajasini tavsiflovchi joriy xarajatlardagi normalar yotadi. Kalkulyasiya mahsulot turlari bo'yicha tuziladi. Kalkulyasiyada xarajatlarning asosiy turlari ularning belgilanishiga (konkret turdagi mahsulotni tayyorlashning texnologik jarayoniga bevosita bog'liq xarajatlar ajralib ko'rsatiladi;) xomashyo va materiallar, yoqilg'i va energiya, texnologik maqsadlar, ishlab chiqarish xodimlarning ish haqi va ijtimoiy sug'urta ajratmalari; asbob uskunani saqlash va ekspluatatsiya xarajatlari, shu jumladan

ammortizatsiya ajratmalari, joriy ta'mirlash, umum sex, umum zavod va boshqa xarajatlarga guruhlashtirilishiga bog'liq holda hisoblanadi. Kalkulyasiya moddalari bo'yicha xarajatlarning namunaviy guruhlashtirilishi quyidagi shaklda bo'ladi:

1. Xomashyo va materiallar;
2. Xarid qilingan mahsulotlar va yarim fabrikatlar;
3. Texnologik maqsadlarga yoqilg'i va elektr energiya;
4. Ishchi xodimlarning asosiy va qo'shimcha ish haqi;
5. Ishchi xodimlarining ijtimoiy va tabiiy sug'urtasiga ajratmalar;
6. Mashina va asbob uskunalarni saqlash va eksplutatsiya xarajatlari;
7. YAngi ishlab chiqarishni tayyorlash va o'zlashtirish xarajatlari;
8. Sex xarajatlari sex tannarxi;
9. Umumiy ishlab chiqarish xarajatlari;
- 10.Brakdan yo'qotishlar: ishlab chiqarish tannarxi;
- 11.Ishlab chiqarishdan tashqari xarajatlar: to'liq tannarx.

Kalkulyasiyalashtirishning normativ usuli mahsulot birligiga (materiallar xarajatlari normasi va ish haqi va boshqalar) progressiv xarajat normalaridan foydalanishga asoslanadi. Uning afzalligi shundan iboratki, u foydalanishda nafaqat oddiy, balki moddiy, mehnat va moliyaviy resurslarni tejamli sarflash imkonini beradi. Servis sohasidagi xizmatlar tannarxining hisob-kitoblari mahsulot tannarxiga qo'shiladigan mahsulot (ishlar, xizmatlar) ishlab chiqarish va sotish tarkibi bo'yicha nizomga mos ravishda amalga oshiriladi. Lekin servis sohasining turli korxonalarida ayrim xususiyatlari mavjud. Jumladan mehmonxona xo'jaligida xizmatlar tannarxini rejalashtirish, hisoblash va kalkulyasiyalashtirish bir qator omillar asosida aniqlanadi va ular tashqi va ichkilarga bo'linadi.

Tashqi omillarga kuyidagilar kiradi:

- Mamlakatdagi iktisodiy xolat;
- Davlat soliq siyosati;
- Narxlashtirish tizimi;
- Raqobatning mavjudligi yoki mavjud bo'lmasligi;
- Inflyasiya;

-Valyuta kursi;

-Qolgan tarmoqlar xizmatlarning narxlari.

Xarajatlarni tizimli ravishda kamaytirish – firmalar foydaliligini oshirishning asosiy vositasidir. Bu sharoitda zarar bilan ishlayotgan korxonalarni avvalgi tizimga xos bo‘lgan moliyaviy qo‘llab-quvvatlash amaliyotining tugab borishi tufayli ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish, muammolarni tadqiqot qilish, bu borada takliflar ishlab chiqarish – bu, iktisodiy nazariyaning eng katta masalasidir.

Korxonaning xarajatlarini kamaytirish bo‘yicha faoliyati ko‘pchilik hollarda mehnat, kapital, moliyani talab qiladi. Xarajatlarni tejash bo‘yicha xarajat samarali bo‘ladi, qachonki turli xil shakllardagi foydali samaraning o‘shishi tejamni ta‘minlash maqsadidagi xarajatlarga qaraganda yuqori bo‘lsa. Hozirgi sharoitda asosiy e‘tibor iste‘mol sifatini saqlab qolishga emas, balki foydali samara birligiga xarajatlar tejami yoki iste‘molchi uchun muhim bo‘lgan boshqa tavsiflarga karatilmokda. FTT yutuqlarni joriy etish bir tomondan ishlab chiqarish kuvvatlaridan, xomashyo va materiallardan to‘liq foydalanishni ko‘zda tutsa, ikkinchi tomondan yangi samarali mashinalar, asbob-uskunalar, yangi texnologik jarayonlarning yaratilishini ko‘zda tutadi. Hozirgi sharoitda FTTning muhim tavsifi-ishlab chiqarish tomonidan yangi texnologik uslubiga o‘tishdir. Uning afzalligi nafaqat yuqori iktisodiy samaradorlikda, balki yangi sifatli moddiy ne‘matlar, xizmatlar ishlab chiqarish imkonining paydo bo‘lishidadir. Ishlab chiqarish va mehnatni tashkil etishni takomillashtirishga to‘xtaydigan bo‘lsak, bu jarayon yo‘qotishlarni kamaytirish hisobiga barcha holatlarda mehnat unumdorligining oshishini ta‘minlaydi, ya‘ni jonli mehnat tejami bilan taqqoslagan holda jonli mehnat tejami salmikli natija beradi. Mahsulotni ishlab chiqarishdagi xarajatlar strukturasi moddiy resurslar 55 foizni tashkil etishini inobatga olsak, bu o‘z navbatida talab qiladi:

- Resurslarni tejaydigan texnologiyalarni qo‘llash;

- Ta‘minotchilardan keladigan xomashyo va materiallar, butlovchi mahsulotlar va yarim tayyor mahsulotlar sifatini nazorat qilishni yo‘lga qo‘yish;

- Asosiy ishlab chiqarish fondi ammortizatsiyasi bo'yicha xarajatlar tejami (ushbu fondlardan yaxshi foydalanish, ularni maksimal zagruzka qilish orqali erishiladi);

- Xarid qilingan materiallarning qulay hajmini, ishlab chiqarishga qo'yilayotgan mahsulot seriyasining qulay miqdorini aniqlash va unga rioya qilish.

Barcha yo'nalishlarni kompleks ravishda qo'llash orqali ishlab chiqarish xarajatlari hajmini qulay darajaga etkazish mumkin.

Foyda – bu, xizmat ko'rsatuvchi korxona ishlab chiqarish xo'jalik faoliyatining oxirgi moliyaviy natijasi, uning samaradorlik ko'rsatkichi, investitsiyalarni ijaraga olish manbasi, maxsus fondlarni shakllantirish, shuningdek byudjetga to'lovlardir.

Foydani olish – har qanday tijorat tashkiloti faoliyatining maqsadidir.

Foyda amortizatsiya ajratmalari summasi bilan bir qatorda kapital qo'yilmalar, asosiy vositalarni takror ishlab chiqarishni amalga oshirish, xususiy aylanma mablag'larni to'ldirish, xodimlarni moddiy rag'batlantirish, ijtimoiy rivojlanish xarajatlarini moliyalash-tirishning asosiy manbasi hisoblanadi.

Foyda bozor munosabatlarining muhim kategoriyasi sifatida quyidagi funksiyalarni bajaradi:

Birinchidan, korxona faoliyati rejasida olingan iqtisodiy samarali tavsiflaydi.

Ikkinchidan, rag'batlantiruvchi funksiyaga ega. Uning mazmuni shundan iboratki, u bir vaqtning o'zida moliyaviy natija va korxona moliyaviy resurslarining asosiy elementi hisoblanadi. O'z – o'zini moliyalashtirish tamoyilining real ta'minlanishi olingan foyda orqali aniqlanadi.

Uchinchidan, turli darajalardagi byudjetlarni shakllantirish manbalaridan biri hisoblanadi.

Mahsulotni sotishdan olingan foyda, balansli foyda, yalpi foyda va sof foyda farqlanadi.

Mahsulotni sotishdan olinadigan foyda korxona ishlab chiqarish va sotish faoliyatining moliyaviy natijasi, yalpi (balansni) foydaning asosiy qismidir.

Mahsulot (ishlar, xizmatlar) sotishdan foyda (yoki zarar) qo‘shilgan qiymat solig‘i aksizlar va o‘xshash majburiy to‘lovlarsiz mahsulot (ishlar, xizmatlar) sotishdan tushum va mahsulot (ishlar, xizmatlar) tannarxiga kiritilgan ishlab chiqarish va sotish xarajatlari o‘rtasidagi farq tarzida aniqlanadi.

Ta’kidlangan ta’rifdan kelib chiqadiki, sotishdan olinadigan foyda, kelib chiqishi korxonaning bozordagi talab va taklif asosida shakllanadigan narxlar bo‘yicha o‘zining mahsuloti (ishlar, xizmatlar) sotishdan tushumdan moddiy xarajatlarni ayirish natijasidagi korxonaning yalpi daromadi – korxona sof mahsulotining shaklini tashkil etadi va o‘z ichiga mehnatga haq to‘lash va foydani oladi.

Olinadigan foydaning umumiy hajmi bir tomondan sotish hajmi va mahsulotga o‘rnatiladigan narx darajasiga bog‘liq bo‘lsa, ikkinchi tomondan ishlab chiqarish xarajatlari darajasi ijtimoiy zarur xarajatlar mos kelishiga bog‘liq.

Sotish hajmi tijorat faoliyatini samarali tashkil etishga bog‘liq. O‘z mahsulotini sotish uchun qulay sharoitlarni yaratish ya’ni marketingi amalga oshirish, reklama sotuvni tashkil etish, narx va tovar siyosatini shakllantirish va xokazolar.

Ishlab chiqarish xarajatlari darajasi ishlab chiqarish va mehnatni tashkil etish samaradorligiga, tanlangan texnologiyalarga, korxonani texnik jihozlanganligiga bog‘liq bo‘ladi.

SHu bilan birga korxonadagi foyda nafaqat mahsulotni sotishdan balki, faoliyatning boshqa turlariga ham bog‘liq bo‘ladi. Ular foydani ko‘paytirish yoki kamaytirishi mumkin. SHu sababli nazariya va amaliyotda balansli foyda degan tushuncha mavjud. U mahsulotni sotishdan foyda (bilvosita soliqlarsiz mahsulotni sotishdan tushum minus mahsulotni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari) plyus sotishdan tashqari daromad (qimmatbaho qog‘ozlar bo‘yicha daromadlar, qolgan korxonalar faoliyatida hissali qatnashishdan daromadlar, mulkni ijaraga topshirish orqali daromadlar va hokazolar) minus sotishdan tashqari xarajatlar (mahsulot bermagan ishlab chiqarishga xarajatlar, konservatsiyalangan ishlab chiqarish quvvatlarini saqlash xarajatlari, qarzlardan kechish bo‘yicha zararlar va xokazolar).

Undan tashqari yalpi foyda ham mavjud. U balansli foyda plyus yoki minus assoiy fondlar, nomoddiy aktivlar va boshqa mulk bilan operatsiyalarning moliyaviy natijalaridan tashkil topadi.

Jahon tajribasi dalolat beradiki, bozor munosabatlari sharoitida foydani olishning ikki manbasi mavjud.

Birinchi manba – bu, korxonaning u yoki bu mahsulotni ishlab chiqarish bo'yicha monopol holati yoki mahsulotning noyoblighi. Ushbu manba nisbatan yuqori darajada saqlash mahsulotni doimo innovatsiya qilishni taqozo etadi. Bu erda qarama-qarshi kuchlarni inobatga olish lozim. Ular jumlasiga davlatning monopoliyaga qarshi siyosati va qolgan korxonalar tomonidan raqobatning ortib borishi.

Ikkinchi manba ishlab chiqarish va tadbirkorlik faoliyati bilan bog'liq shu sababli qariyb barcha korxonalarga tegishli. Undan foydalanish samaradorligi bozor konyukturasi to'g'risidagi bilimlar va ishlab chiqarishni o'zgarishlarga moslashtirishga bog'liq bo'ladi. Bu erda gap marketingga qadaladi. Foydaning hajmi bu erda bog'liq bo'ladi: birinchidan, korxonaning mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha, ishlab chiqarish yo'nalishining to'g'ri tanlanishiga (barqaror va yuqori talabga ega bo'lgan mahsulotlarni tanlash); ikkinchidan, o'z tovarlari yoki xizmatlarini sotishning raqobatbardosh sharoitlarini yaratish (narx, etkazish muddati, iste'molchilarga xizmat ko'rsatish, sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish va hokazolar); uchinchidan, ishlab chiqarish hajmidan (sotish hajmlari qancha ko'p bo'lsa, foyda hajmi ham katta bo'ladi); to'rtinchidan, mahsulot assortimenti va ishlab chiqarish xarajatlarining kamayishidan.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida foydani olish doimo xavf-xatar bilan bog'liq. Korxona jalb qilingan kapitalini to'liq yoki qisman yo'qotish va xavf-xatari doimo mavjud bo'ladi. Aynan shu sababli, nazariya va amaliyotda "tadbirkorlik foydasi" tushunchasidan foydalaniladi. U o'zining kattaligi bo'yicha bankka qo'yilgan mablag' uchun olinadigan foizdan yuqori bo'lishi lozim.

Taqsimlashning mohiyati shundan iboratki, korxona o'z foydasi bilan davlat byudjetini shakllantirishda qatnashishi lozim, qolgan qismi esa shartnomaga

ta'luqli ravishda korxona egasi, qarzga olingan kapital egasi (boshqa moliyaviy resurslar) o'rtasida taqsimlanishi lozim.

Barcha korxonalar uchun balansli foydaning quyidagi maqsadlar uchun taqsimlanishi tavsiflidir: byudjetga to'lovlar; jamg'arish va iste'mol fondlarining shakllanishi; rezerv fondining tashkil etilishi; qolgan maqsadlar uchun.

Jamg'arish fondi korxonada ishlab chiqarishni rivojlantirishni moliyalashtirish uchun yaratiladi: kapital quyilmalar, asbob-uskunani modernizatsiyalash, yangi qurilish qayta qurish asos uskunani harid qilish, uzoq muddatli ssudalarni yopish va ularga foiz to'lash, xususiy aylanma mablag'larni to'ldirish, xarajatlarni qoplash va hokazolar.

Iste'mol fondi xo'jalik sub'ekti tomonidan jamoani ijtimoiy rivojlantirish va moddiy rag'batlantirish chora – tadbirlarini amalga oshirish uchun rezervlashtirilgan mabalag'lar manbasi bo'lib hisoblanadi va quyidagi maqsadlarga yo'naltiriladi:

- Yil ish yakunlariga ko'ra bir vaqtdagi mukofotlar to'lash;
- Posobie to'lash;
- Yo'l haqi to'lash;
- Foizsiz ssudalar to'lash;
- Ishlovchi nafaqaxo'rlarning nafaqasiga qo'shimchalar o'rnatish;
- Ishlovchilarning bir vaqtli taqdirlanishlari;
- Mehnat va ijtimoiy imtiyozlarning belgilanishi;
- Aksiyalar, qimmatli qog'ozlar bo'yicha dividendlar, foizlar to'lash.

Rezervlar (zahira) fondi korxona faoliyatini to'xtatgan holatda kreditorlik qarzlarni qoplash uchun tuziladi. U imtiyozli aksiyalarga dividendlar to'lashga ham ishlatiladi, qachonki ushbu maqsadlar uchun sof foyda hajmi etarli bo'lmasa.

O'zining iqtisodiy mazmuniga ko'ra fondlar – bu, maqsadli foydalanish uchun fonlarga taqsimlangan joriy va avvalgi yillarning sof foydasi. Maqsadli foydalanishga yangi texnika va asbob-uskunalarni xarid qilish, ijtimoiy yo'naltirilgan chora tadbirlar, moddiy rag'batlantirishlar va boshqalar kiradi.

Ta'assischilar, fondlar mablag'larni zararlarni qoplashga, o'zlari o'rtasida fondlar mablag'larini qayta taqsimlashga, mablag'larning bir qismini ustav kapitalini kengaytirishga va boshqa chora-tadbirlarni moliyalashtirishga yo'naltirishga haqlidir.

Korxona ishi samaradorligi darajasini baholash uchun olingan natija (yalpi daromad, foyda) xarajatlar yoki foydalaniladigan resurslarga taqqoslaniladi. Foydani xarajatlarga taqqoslash rentabellikni anglatadi, aniqrog'i rentabellik normasini.

Amaliyotda rentabellik normasini hisoblashning ikki variantidan foydalaniladi. Bu foydaning joriy xarajatlar – korxona xarajatlari (tannarx)ga yoki avanslashtirilgan qo'yimalarga (asosiy ishlab chiqarish fondlari, aylanma mablag'lar) nisbati. Ikki o'lchagich o'zaro avanslashtirilgan qo'yimlar aylanish tezligi ko'rsatkichi orqali bog'liqdir.

$$P_1^1 = \frac{P}{\Phi_c}; \quad P_2^1 = \frac{P}{\Phi_d}$$

Bu erda R – foyda.

R_1^1, R_2^1 g' foyda normasi (birinchi va ikkinchi variant).

F_d, F_s – avanslashtirilgan fondlar va tannarx fondlari.

Korxonaning rentabellik normasini quyidagi formula bo'yicha hisoblash mumkin.

$$P^1 = \frac{\Pi x (y - c)}{\Phi_o + \Phi_{oo}} \times 100$$

Bu erda s – mahsulot birligining narxi.

s – mahsulot tannarxi.

p – mahsulot hajmi.

F – asosiy ishlab chiqarish fondlarining qiymati.

F_{ob} – aylanma mablag'lar hajmi.

Xizmat ko'rsatuvchi korxonalarni ish amaliyotida rentabellikning qator ko'rsatkichlari qo'llaniladi:

1. Mahsulot rentabelligini barcha sotilgan mahsulot va uning alohida turlari bo'yicha hisoblash mumkin. Birinchi holatda u mahsulotni sotishdan olinadigan foydani uni ishlab chiqarish va sotish xarajatlariga nisbati sifatida aniqlanadi. Jami sotilgan mahsulot rentabelligi tovar mahsulotini sotishdan olinadigan foydaning mahsulotni sotishdan tushumga, balansli foydaning mahsulotni sotishdan tushumga; sof foydaning mahsulotni sotishdan tushumga nisbati sifatida aniqlanadi.

Barcha sotilgan mahsulot rentabelligi ko'rsatkichlari korxonaning joriy xarajatlari samaradorligi va sotilayotgan mahsulot daromadliligi to'g'risida tassavur beradi.

Ikkinchi holatda alohida turlardagi mahsulot rentabelligi aniqlanadi. U iste'molchiga sotilayotgan mahsulotning narxi va ushbu tur bo'yicha tannarxga bog'liq bo'ladi;

2. Ishlab chiqarish fondlarining rentabelligi balansli foydaning ishlab chiqarish fondlarining va moddiy aylanma mablag'larining o'rta yillik qiymatiga nisbati sifatida aniqlanadi. Ushbu ko'rsatkichni sof foyda bo'yicha ham hisoblash mumkin;

3. Korxonaga qo'yilmalar rentabelligi uning ixtiyorida bo'lgan mulk qiymati bo'yicha aniqlanadi. Hisoblashda balansli va sof foyda ko'rsatkichlaridan foydalaniladi. Mulk qiymati buxgalteriya balansi bo'yicha aniqlanadi. Qo'yilmalar rentabelligini aniqlashda foydadan tashqari mahsulotni sotishdan tushum ko'rsatkichdan foydalanish mumkin. Ushbu ko'rsatkich korxona mulkiga 1 so'mlik quyilmalarga sotish darajasini tavsiflaydi.

Korxona xususiy mablag'lar rentabelligi sof foydaning xususiy mablag'larga nisbati sifatida aniqlanadi. Uzoq muddatli moliyaviy quyilmalarning qaytimini hisoblash maqsadga muvofiq hisoblanadi. Uzoq muddatli moliyaviy aktivlar rentabelligi qimmatli qog'ozlardan daromadlar va boshqa korxonalarda hissali qatnashishni uzoq muddatli moliyaviy quyilmalar summasiga nisbati sifatida aniqlanadi. Olingan natijani ishlab chiqarish fndlari rentabelligi bilan solishtirish

qiziqarlidir. Ko'pchilik holatlarda u ishlab chiqarish fondlari rentabelligidan yuqori bo'lishi mumkin.

Rentabellik (daromadlilik) ko'rsatkichlari oxirgi moliyaviy natijani ko'rsatadi va buxgalteriya balansi va foyda, zararlar bo'yicha hisobotda, mahsulotni sotishda, daromadlar va rentabellikda aks ettiriladi.

Rentabellik ishlab chiqarish jarayonining natijasi hisoblanadi va aylanma mablag'lardan foydalanish samaradorligi, tannarxning kamayishi va alohida mahsulotlar (xizmatlar) rentabelligini oshirish kabi omillarning ta'siri natijasida shakllanadi.

6.3-mavzu. Servis sohasi samaradorligini real sektor rivojiga ta'siri

Samaradorlik har bir korxona faoliyatining eng asosiy vazifasi hisoblanadi. U xo'jalik yuritishning sifat va miqdor ko'rsatkichlarini, shuningdek, buyumlashgan va jonli mehnat xarajatlari hamda olingan natijalar o'rtasidagi munosabatni ifodalaydi.

Samarali ishlash degani o'z mohiyatiga ko'ra, mo'ljallangan (rejalashtirilgan) foydani olish, noishlab chiqarish xarajatlari va yo'qotishlarni kamaytirish, ishlab chiqarish quvvatlari va ishchi kuchidan yaxshiroq foydalanish, mehnat samaradorligini oshirish, ishlab chiqarilayotgan mahsulotning sifatini yaxshilashni anglatadi.

“Samara”, “samaradorlik”, “ ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik” kabi tushunchalarning orasidagi farqni anglab olish zarur.

Samara – bu, ishlab chiqarilayotgan mahsulot (ish, xizmat), foyda va daromad hajmini oshirish, mahsulot tannarxini kamaytirish, sifatsiz mahsulot ishlab chiqarishni kamaytirish yoki umuman, yo'q qilish bilan bog'liq bo'lgan korxona faoliyatining ijobiy natijalaridir. Bu yutuqlar natural shaklda *ishlab chiqarish samarasini*, pul shaklida esa *iqtisodiy samarani* tavsiflaydi.

Samaradorlik, avvalo, korxona faoliyatining sifat jihatlarini tavsiflovchi tushunchadir. U “samara” toifasidan kelib chiqadi hamda unga qaraganda murakkab va kompleks tavsifga ega.

Samaradorlik chora sifatida ko‘plab texnik, iqtisodiy, loyiha va xo‘jalik qarorlarini avvaldan belgilab beradi. Korxona o‘zining xo‘jalik, ilmiy-texnik va investitsion siyosatini belgilashda samaradorlikdan kelib chiqadi.

Iqtisodiy samaradorlik samaradorlikka qaraganda bir muncha tor ma‘noni anglatadi. U qabul qilinayotgan qarorlarning xo‘jalik yuritishda maqsadga muvofiqligini tavsiflaydi hamda barcha hollarda samaraning unga erishish uchun ketgan xarajatlar (ishlab chiqarish resurslari)ga nisbati sifatida aniqlanadi. Xarajatlar qanchalik kam bo‘lsa (mahsulot sifatiga ta‘sir qilmagan holda), samara shunchalik ortadi, demak, iqtisodiy samaradorlik ham ortadi.

Ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik ishlab chiqarish samaradorligini mehnat sharoitlarini, uning ijodkorlik mazmunini boyitish, aqliy va jismoniy mehnat o‘rtasidagi farqni yo‘qotishni inobatga olgan holda tavsiflaydi. Ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik bir vaqtning o‘zida, ishlab chiqarish samaradorligini kuchaytirish, korxonaning muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi, shaxsning har tomonlama rivojlanishi va uning barcha qobiliyatlaridan foydalanishning sabab va natijasi hisoblanadi. Bevosita ijtimoiy samara, xodimlarning bilim va malakasi, tajriba va madaniyatining o‘sishi, aholi sog‘lig‘ining yaxshilanishi va umr ko‘rishining uzayishida aks ettiriladi.

Ishlab chiqarish samaradorligi ijtimoiy samaradorlikka nisbatan birlamchi hisoblanadi: iqtisodiy yutuqlar korxonaning ijtimoiy muammolarini hal qilishga yordamlashadi. Masalan, foydaning o‘sishi, jamg‘armalarning ortishi korxonaga ijtimoiy vazifalar doirasini kengaytirish va ularni hal qilish imkonini beradi.

Biroq samaradorlik va uning asosiy ko‘rsatkichi -foyda (daromad) o‘z-o‘zidan, avtomatik ravishda yuzaga kelmaydi. Turli korxonalarda samaradorlikka erishish uchun mavjud ishlab chiqarish quvvatlari va boshqa xususiyatlardan kelib chiqqan holda, turli vosita va yo‘llardan foydalaniladi. Bunda vaqt omili, ya‘ni samaradorlikka qisqa yoki uzoq muddatlarda erishishni mo‘ljallash, asosiy

rollardan birini o'ynaydi. Masalan, korxona olayotgan foydasini qisqa vaqt mobaynida mahsulot sifatini yaxshilashni mablag' bilan ta'minlash, ishlab chiqarishni qayta qurollantirish va modernizatsiya qilish, xodimlar malakasini oshirishga ajratilayotgan mablag'larni kamaytirish yo'li bilan ko'paytirishi mumkin. Uzoq muddatli rejalarda esa bu, foydaning kamayishiga va hattoki korxonaning bozordagi o'rnini yo'qotishi natijasida bankrotga uchrashiga olib kelishi mumkin.

Xorijiy firma va korxonalar o'z faoliyatlarida samaradorlikka erishish uchun ishlab chiqarish texnika va texnologiyalariga e'tiborni kuchaytirishdan tashqari, mahsulot sifatini oshirish va uni reklama qilishga alohida e'tibor qaratmoqdalar. Masalan, YAponiyaning "Omron" firmasi o'ziga "Barchaning yaxshi hayoti, yaxshi dunyo uchun" degan iborani shior qilib olgan. Amerikaning "Katerpillar" kompaniyasining shiori "Dunyoning har bir burchagida 48 soat xizmat ko'rsatish" bo'lsa, "Ribok" firmasi "YAXshi bahodagi narx" iborasini shior qilib olgan. Bunday misollardan yana bir nechtasini keltirib o'tish mumkin.

YUqorida aytilganlardan kelib chiqadiki, samara va samaradorlik qotib qolgan kategoriyalar qatoriga kirmaydi hamda faqatgina pul ko'rinishida o'lchanmaydi. Samaradorlik va sifatli mehnat tufayli korxona *birinchidan*, o'zining iqtisodiy barqarorligi va bozordagi raqobatchilikka bardosh berishini ta'minlaydi, *ikkinchidan*, o'z imidjini yaxshilaydi va hamkorlar bilan aloqalarini mustahkamlaydi, *uchinchidan*, xodimlarning iqtisodiy va ijtimoiy ahvolini yaxshilaydi. Demak, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish yo'llarini qidirish, xarajat va natijalarni to'g'ri solishtirish, mulkchilik shakli, qaysi tarmoqqa tegishliligi, hududiy joylashishi va faoliyat turidan qat'iy nazar, har bir korxona uchun muhim vazifa hisoblanadi.

Ishlab chiqarish samaradorligini oshirish – korxona rahbariyatining doimiy vazifasidir. Bu vazifani echish amaliyotda quyidagi omillar bilan bog'liq bo'ladi:

- bozor talablariga javob beruvchi yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarishda eng kam xarajatlarni bilan ishlab chiqarishning maksimal hajmini ta'minlovchi, optimal ishlab chiqarish jarayonini tanlash;

- iste'molchilar talabini qondirishga yo'naltirilgan mahsulotni sotish va yuqori daromad (foyda) olish;
- aylanma vositalarni tejash imkoniyatini yaratuvchi optimal ishlab chiqarish zahiralari yaratish.

Xo'jalik samaradorligini oshirish omillarining yuqorida sanab o'tilgan har biri, faoliyat yuritishning turli shakl va ko'rinishlari yordamida, ishlab chiqarish samaradorligi asosida yotuvchi xarajatlar va resurslarning o'zaro aloqasini inobatga olgan holda amalga oshiriladi (6.3.1.-jadval).

6.3.1 - jadval

Mahsulot ishlab chiqarish va uni sotishdagi xarajatlar va resurlarning o'zaro aloqasi

Moddiy va buyumlashgan shaklda		Pul shaklida	
<i>Resurslar</i>	<i>Xarajatlar</i>	<i>Resurslar</i>	<i>xarajatlar</i>
Ishchi kuchi soni	Mehnat (sifat va miqdor)	Mehnat haqi fondi	To'langan oylik miqdori, jumladan, mukofot va qo'shimchalar
Bino, inshoot, mashina va uskunalar (mehnat qurollari)	Mehnat qurollarining eskirishi	Asosiy kapital	Amortizatsiya ajratmalar
Mehnat predmetlari	Iste'mol, talab, materiallar, yoqilg'i, energiya va hokazo	Aylanma kapital	Sarflangan xom ashyo, material va hokazolar qiymati
Tayyor mahsulot	Dizayn, reklama, qadoqlash, tovar yo'qotishlari	Muomala fondlari	Qo'shimcha xarajatlar (qiymat)
-	-	Pul mablag'lari	Kredit uchun foiz

Xo'jalik samaradorligini baholash, korxonada foydalaniladigan resurs turlari bo'yicha amalga oshirilishi va miqdor jihatidan o'lchanishi mumkin. Masalan, *ishchi kuchidan* foydalanish samaradorligini mehnat unumdorligi va mahsulotnig mehnat sig'imi ko'rsatkichlari yordamida quyidagi formula asosida baholash mumkin:

$$PT = \frac{Q}{\varphi}$$

Bu erda:

PT - mehnat unumdorligi;

Q - mahsulot hajmi qiymat ko‘rinishida;

CH - ishlovchilar (ishchilar) soni.

Mahsulotning mehnat sig‘imi mehnat unumdorligiga teskari kattalik bo‘lib, sarflangan mehnat miqdorining ishlab chiqarilgan mahsulot hajmiga nisbati sifatida aniqlanadi:

$$T = \frac{\varphi}{Q}$$

Mehnat qurollari (asosiy fondlar)dan foydalanish samaradorligi mahsulotning fond sig‘imi va fond qaytimi ko‘rsatkichlari yordamida aniqlanadi. Bunda fond qaytimi korxona asosiy fondlarining bir birligiga to‘g‘ri keluvchi ishlab chiqarilgan mahsulotni anglatadi, fond sig‘imi esa fond qaytimiga teskari kattalik bo‘lib, yangi asosiy fondlarni tashkil qilish uchun zarur bo‘lgan kapital qo‘yilmalarni aniqlash vazifasini bajaradi.

Fond qaytimi (f_o) va fond sig‘imini (f_e) aniqlash formulasi quyidagicha:

$$f_o = \frac{Q}{\Phi}$$

Bu erda:

Q - mahsulot hajmi, qiymat pul ko‘rinishida;

F – asosiy ishlab chiqarish fondlari qiymati.

$$f_e = \frac{\Phi}{Q}$$

Fond qaytimi qanchalik yuqori va fond sig‘imi qanchalik past bo‘lsa, ishlab chiqarish va mehnat qurollaridan foydalanish samaradorligi shunchalik yuqori bo‘ladi va aksincha. Mashina va uskunalardan unumli foydalanish, ishlab chiqarish

texnologiyalarini takomillashtirish hamda xodimlar malakasini oshirish, fond qaytimini ko'paytirishning muhim zahirasi hisoblanadi.

Mehnat quollaridan foydalanish samaradorligi, mahsulotlarning material sig'imi yordamida sarflangan xomashyo, material, yoqilg'i, energiya va mehnat predmetlarining umumiy qiymatini ishlab chiqarilgan mahsulot hajmiga nisbati orqali aniqlanadi. Uning formulasi quyidagicha:

$$m = \frac{M}{Q}$$

Bu erda:

m - mahsulotlarning material sig'imi;

M - mahsulot ishlab chiqarish uchun ketgan moddiy xarajatlarning umumiy miqdori pul ko'rinishida;

Q - ishlab chiqarilgan mahsulot hajmi, qiymat ko'rinishida.

Mahsulotning material sig'imi qanchalik past bo'lsa, ishlab chiqarish samaradorligi shunchalik yuqori bo'ladi. Biroq mahsulot material sig'imini kamaytirish, uning sifatini pasaytirish yoki texnologiya norma va qoidalarini buzish hisobiga amalga oshirilmasligi lozim. Material sig'imining bu tarzda kamaytirilishi iqtisodiy jinoyat hisoblanadi va qonunga asosan jazoga tortiladi.

Bozor sharoitlarida korxona xo'jalik faoliyati samaradorligining umumlashtiruvchi yoki mezon ko'rsatkichi sifatida rentabellik yoki kapitalning daromadlilikini qabul qilish mumkin. Bu ko'rsatkich quyidagi formula asosida hisoblanadi:

$$R = \frac{P}{A} * 100$$

Bu erda:

R - rentabellik, xo'jalik faoliyatining natijasini foyda shaklida ko'rsatadi va foizlarda o'lchanadi;

P - korxonaning balans foydasi;

A - avanslangan kapital (asosiy va aylanma).

Nisbatning kattalashishi mehnat, moliya, texnologiya va moddiy resurslaridan unumliroq foydalanishni anglatadi. Chunki aynan ular ishlab chiqarish hajmi va xarajatlari, mahsulot bahosiga ta'sir o'tkazadi. Xo'jalik faoliyati minimal xarajatlar bilan yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarish yo'lga qo'yilgan joylarda samaraliroq bo'ladi.

Korxona rentabelligini aniqlashda ba'zida korxona olgan umumiy foyda emas, balki mahsulot tannarxini pasaytirish hisobiga olinuvchi foyda ulushidan foydalaniladi. Bunday yondashuv korxonani ishlab chiqarish mahsuldorligini oshirish, ishlab chiqarish quvvatlaridan tejamkorlik bilan ratsional tarzda foydalanish, natijada esa mahsulot ishlab chiqarishga sarflanuvchi barcha xarajatlarni kamaytirishga yo'naltirilgan chora-tadbirlar sari chorlaydi.

Kalit so'zlar:

Daromad, sotishdan olingan daromad, asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar, asosiy bo'lmagan faoliyatdan olingan daromadlar, xarajat, tan narx, iqtisodiy xarajat, ichki va tashqi xarajat, chegaralangan xarajatlar, talab va taklif, mehnat unumdorligi

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Tovarlarni sotishdan olingan daromadlarga qanday omillar ta'sir qiladi?
2. Savdo korxonalari daromadlari ularni shakllanish manbalariga qarab qanday guruxlarga bo'linadi?
3. Daromadlarni rejalashtirish va prognozlashtirish deganda nimani tushunasiz?
4. Iqtisodiy xarajatlarni sanab bering
5. Ichki va tashqi xarajatlarning farqini ayting
6. O'zgaruvchan va doimiy xarajatlarga misol keltiring
7. Chegaralangan xarajatlarga misol keltiring
8. Tashqi omillarni sanab bering

9. Foyda bozor munosabatlarining muhim kategoriyasi sifatida qanday funksiyalarni bajaradi?

10. Jaxon tajribasi dalolat beradiki, bozor munosabatlari sharoitida foydani olishning ikki manbasi mavjud bular qaysilar?

11. Samarali ishlash deganda nimani tushunasiz?

12. Ishlab chiqarish samaradorligi deganda nimani tushunasiz?

13. Ishlab chiqarish samaradorligini oshirish qanday omillar bilan bog'liq?

14. Mehnat qurollaridan foydalanish samaradorligi qanday topiladi

15. Samaradorlikka qanday omillar ta'sir etadi?

Glossariy

Ideal xizmat	(Ideal service)	Идеальный сервис	-bu servis faoliyatining u yoki bu turidagi abstrakt, nazariy modeldir. U o'z ichiga aholiga xizmat ko'rsatish qoidalari, sifat standartlari va xizmat ko'rsatish texnologiyalarini oladi.
Real xizmat	(real service)	Реальный сервис	-bu iste'molchining talablarini qondirishga yo'naltirilgan aniq moddiy harakatlardir. Ushbu xizmatlar bajaruvchilar, iste'molchilar, ularni ko'rsatishning aniq sharoitlariga qarab yakka holatda tartiblashtiriladi.
Samara	(Efficiency)	Эффект	– bu, ishlab chiqarilayotgan mahsulot (ish, xizmat), foyda va daromad hajmini oshirish, mahsulot tannarxini kamaytirish, sifatsiz mahsulot ishlab chiqarishni kamaytirish yoki umuman, yo'q qilish bilan bog'liq bo'lgan korxona faoliyatining ijobiy natijalaridir. Bu yutuqlar natural shaklda ishlab chiqarish samarasini, pul

			shaklida esa iqtisodiy samarani tavsiflaydi.
Iqtisodiy samaradorlik	(Economy efficiency)	Экономический эффективность	-samaradorlikka qaraganda bir muncha tor ma'noni anglatadi. U qabul qilinayotgan qarorlarning xo'jalik yuritishda maqsadga muvofiqligini tavsiflaydi hamda barcha hollarda samaraning unga erishish uchun ketgan xarajatlar(ishlab chiqarish resurslari)ga nisbati sifatida aniqlanadi. Xarajatlar qanchalik kam bo'lsa (mahsulot sifatiga ta'sir qilmagan holda), samara shunchalik ortadi, demak, iqtisodiy samaradorlik ham ortadi.
Servis tadbirkori.	(Businessman of service)	Услуговый бизнес	Mahsulot o'zi haqida gapirishi yoki sotishni rag'batlantirishi mumkin emas. Zamonaviy iqtisodiyotning ko'pchilik mahsulotlari qiyin tarkib va harakat prinsplariga egadirlar. Bunday mahsulotlarni sistemaga birlashtirish, sistemali yaxlitlikka erishish va qo'shimcha iqtisodiy samara olishga imkon beradi.

			Tadbirkor-sotuvchi dastlabki mahsulot qiymatini qo‘shimcha oshiradi va uning asosida (masalan blok modullar) konkret foydalanuvchi uchun konkret sistemani quradi. SHu bilan birga servis tadbirkori o‘z malakasi orqali, buyurtmachiga noyob xizmatlar ko‘rsata borib, bir firma mahsulotlariga bog‘lanib qolmaydi. Uning o‘z kelgusi sistema uchun, hatto bir nusxadagi alohida blok modullarini yaratishi va ishlab chiqarishga buyurtma berishi mumkin.
Aktivlar	(assets)	АКТИВ	– iqtisodiy faoliyat sub’ektlarining pul va moliyaviy mablag‘lari, asosiy va aylanma fondlari qiymati.
Amortizatsiya	(depreciation)	Амортизация	– foydalanish jarayonida asbob-uskunlar qiymatining eskirgani sayin mahsulot hisobiga o‘tkazish jarayoni. Asosiy jamg‘armalar iste’mol narxini to‘la yoki qisman tiklash uchun amortizatsiya orqali amalga

			oshiriladigan narxini to‘latishi zarur. Asosiy jamg‘armalar sarfini qoplash uchun ularga ketgan sarflarni tayyorlanayotgan mahsulotga singdirib borish asosiy jamg‘armalarning amortizatsiyasini tashkil etadi. Asosiy jamg‘armalarning amortizatsiyasi mahsulot tannarxini o‘z ichiga oladi.
Akselerator	(accelerator)	Акселятор	– iqtisodiyotda iste’molchilik sarf-xarajatlar hajmi o‘zgarishi bilan yuzaga keladigan kapital qo‘yilmalar hajmi o‘zgarishini tavsif etuvchi ko‘rsatgich. Akseleratsiya prinsipining mohiyati shundan iboratki, iqtisodiyotda iste’molchilik xarajatlari dinamikasi investitsiyalar hajmi dinamikasiga o‘z ta’sirini ko‘rsatadi: iste’molchilik xarajatlarning sezilarli o‘sishi investitsion faollikni yuzaga keltiradi, rag‘batlantiradi

			va aksincha.
Alternativ variantlardan tanlov	(tradeoff)	Альтернативный вариант	– tanlab olingan variant alternativ variantdan voz kechish evaziga amalga oshirilishini taqozo etuvchi qaror qabul qilish zarurati. Makroiqtisodiy atamalar doirasida iqtisodiy atamalar siyosatning chora-tadbirlar ishlab chiqish jarayonida u yoki bu g'oyalarning tanlov-muammolarini belgilash uchun ishlatiladi. Masalan, ishsizlikning o'sishi va inflyasiya jadalligi, foydaning o'sishi yoki ish xaqining oshishi orasidagi tanlov muammosi.
Asosiy fondlar va ularning bahosi	(capital stock)	Основные средство	– turli xo'jalik sub'ektlari va fuqarolarning pul mablag'larini aniq bir maqsad yo'lida birlashtirish va ishlatish.
Asosiy narx	(base price)	Базисная цена	– xalq xo'jaligini rivojlantirish va statistik hisob olib borishda indekslarni hisoblash va to'lashgacha hisoblangan narx.
Byudjet taqchilligi	(budget deficit)	Дефицит бюджет	– davlat byudjetida xarajatlarning

			daromadlardan ustun bo'lishi.
Band aholi	(employees)	Занятое население	– ijtimoiy ishlab chiqarishning fuqarolik sektorida band bo'lgan va mamlakat qonunchiligi tomonidan belgilangan normalarga mos ravishda hisobga olinadigan mehnatga layoqatli yoshdagi aholi.
Bandlik darajasi	(rate of employees)	Админы	– bandlar umumiy sonining mehnatga layoqatli yoshdagi aholiga nisbati.
Bank krediti	(banking credit)	Банковские кредиты	– daromad (%) ko'rinishida foyda olish uchun bank tomonidan qarzg pul berish.
Belgilangan almashuv kursi	(fixed exchange rate)	Фиксированный обменный курс	– milliy valyutaning chet el valyutalariga nisbatan an'anaviy tarzda belgilanadigan qiymati va o'zgarmas tizim.
Byudjet soliq siyosati	(fiscal policy)	Бюджетная политика	– byudjet siyosatida davlat o'z istagi bilan byudjet xarajatlari va daromadlarini shakillantirgan holda 3 xil byudjet siyosati yuritadi. Byudjet xarajatlari, transfer xarajatlari shaklidagi xarajatlar. Daromadlar esa uch manbadan

			kelishi mumkin: soliqlardan, xazina tomonidan, chiqarilgan qimmatbaho qog'ozlar sotilishidan va byudjet tomonidan ma'lum qismi markaz tomonidan bank emissiyasi hisobiga yopilishidan. SHunga ko'ra, davlat xarajatlar va daromadlarni boshqarish orqali byudjet siyosatini yuritadi.
Bozor munosabati	(market clearing)	Рынок	– bozordagi talab va takliflarning miqdoran va tarkibiy jihatdan bir-biriga muvofiq kelishi. Agar shunday muvofiqlik bo'lmasa, bozor muvozanati izdan chiqadi.
Bank rezervlari	(reservers)	Банковское резервы	– bankda saqlanayotgan naqd pullar, markaziy bankda saqlanayotgan foizsiz depozitlar.
Baho, narx	(prise)	Оценка,цена	– tovar qiymatining puldagi ifodasi. Mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan xarajatlarni va foydani ko'rsatadi.
Bozor narxi	(market price)	Рыночная цена	– iqtisodiyotda jami talablarga ko'ra o'zgarmas holda qoluvchi narxlar.

Giperinflyasiya	(hyper-inflation)	Гиперинфляция	– haddan tashqari inflyasiya, narxning shiddat bilan o‘sishi, pul qadrining g‘oyat tez pasayishi, pul topishga intilishning minimal darajaga kelishi bilan xarakterlanadi.
Davlat byudjeti	state budget, local budget)	Госбюджет	(– asosan davlat (viloyat, shahar, tuman, muassasa, tashkilot va boshqalar) ning ma’lum muddatdagi (yil, kvartal, oy) daromadlari va xarajatlarining pul hisobi.
Devalvatsiya	(devaluation)	Девальвация	– mamlakat savdo va to‘lov balansining keskin yomonlashuvi, valyuta kursining pasayishi bilan bog‘liq holda milliy pul birligi qiymatining rasmiy tartibda pasaytirilishi.
Deflyasiya	(deflation)	Дефляция	– inflyasiya davrida muomaladagi qog‘oz pulni kamaytirish; davlat tomonidan muomaladagi pul miqdorini kamaytirishga qaratilgan moliya va pul-kredit tadbirlarini qo‘llash bilan amalga oshiriladi.
Depozitlar	(deposits)	Депозиты	– omonatga asrab qo‘yilgan: 1) bank va omonat kassalariga qo‘yilgan omonatlar; 2) bank daftardagi

			yozuvlar; 3) kredit muassasalariga saqlash uchun topshirilgan qimmatbaho qog'ozlar (aksiya va obligatsiya).
Dividend	(dividend)	Дивидент	– hissadorlik jamiyatlari foydasining bir qismi bo'lib, aksiyaning soni va turiga qarab har yili hissadorlar orasida taqsimlanadi.
Diskont	(dicount)	Дисконт	– markaziy bank tomonidan tijorat banklariga beriladigan qarzlarga qo'yiladigan foiz.
Daromad	(income)	Доходы	– ishlab chiqarish natijasida tushgan pul (foйда).
Daromadning mavjud miqdori	(disposable income)	Доступного дохода сумма	– sarf-xarajatlar va jamg'armalar uchun ishlatish maqsadida iqtisodiy sektorlar qo'lida mavjud bo'lgan daromadlar; daromadlar va to'g'ri soliqlar orasida farq bilan aniqlanadi.
Doimiy, davomiy inflyasiya	(cronic inflation)	Постонный, непрерывный, инфляция	– nisbatan yuqori yoki past inflyasiya darajasi uzoq muddat davomida ushlab turiladigan iqtisodiy vaziyat. Barqarorlikka erishgunga qadar davomli, yuqori

			inflyasiya darajasi sodir bo'lgan mamlakatlarga misol qilib, Braziliya, Isroil, Meksika, Peru, Argentinani keltirish mumkin.
YOpiq iqtisodiyot	(closed economy)	Закрытая экономика	– tashqi iqtisodiy bozorda keng savdo-iqtisodiy imkoniyatlarga ega bo'lmaydigan iqtisodiyot.
Jami taklif	(aggregate suply)	Общая предложения	– mamlakatda ishlab chiqarilgan hamma tovar va xizmatlarning jami qiymati. Bu tovar va xizmatlar milliy mahsulot ham deb ataladi.
Jamg'armaga moyillik	(propensity to save)	Ориентированный фонд	– daromadga jamg'arma hissasi qanchani tashkil etishi.
Jami talab	(aggregate demand)	Общая спрос	– mamlakatning real xarid qobiliyatini aks ettiruvchi ko'rsatkich; jami xarajatlar deb ham ataladi. Unga davlatning iste'mol xarajatlari, xususiy sektor iste'moli, jami invenstitsiyalar va eksport-import xarajatlari kiradi.
Jami band aholi	(employees)	Общая занятые население	– band bo'lgan aholi va harbiy xizmatchilar.
Ishsizlik	(unemployment)	Безработица	– aholining iqtisodiy faol qismi ish topa

			olmasligi, mehnat rezerviga aylanishi.
Ishsizlikning darajasi	(unemployment rate)	Уровень безработица	– ishsizlar umumiy sonining ishchi kuchiga bo‘lgan nisbati.
Ishsizlikning tabiiy darajasi	(natural rate of unemployment)	Естественный уровень безработица	– real va potensial yalpi milliy mahsulotning o‘sishi bir-biriga mos keladigan iqtisodiy rivojlanish davri oraliqlariga xos bo‘lgan ishsizlik darajasi. U iqtisodiy rivojlanishning haqiqiy va strukturaviy ishsizlik ko‘rsatkichlari yig‘indisi sifatida ham hisoblanishi mumkin. SHuningdek, NARU (natural rate of unemployment) atamasi ishsizlikning o‘smaydigan darajasi ko‘rsatkichi tarzida ham qo‘llaniladi. Bu ko‘rsatkich ijtimoiy jihatdan nisbatan neytral bo‘lib, inflyasiyaning turg‘un, barqaror darajalari hamda real va potensial yalpi milliy mahsulot (YAMM) mos tushgan holatidagi ishsizlik darajasini aks ettiradi.
Ish haqi	(wage nominal)	Зарплата	– pul, qiymat shaklidagi ish haqi.

Import	(import)	Импорт	– mamlakat ichki bozorlarida sotish uchun chet el mollarini, kapitalini va texnologiyasini olib kelish. Import xalqaro mehnat taqsimoti natijasidir. U vaqtni tejashga, xalq xo‘jaligi, aholi ehtiyojini qondirish vazifalarini muvaffaqiyat bilan hal qilishga ko‘maklashadi.
Investitsiya	(investment)	Инвестиция	– ishlab chiqarishni rivojlantirish maqsadida mamlakat yoki chet ellarda iqtisodiyotning turli tarmoqlariga uzoq muddatli kapital kiritish. Investitsilarning moliyaviy va real turlari mavjud.
Iste‘mol narxlari indeksi	(consumer price index)	Индекс потребительских цен	– odatda, oila tomonidan iste‘mol qilinadigan tovar va xizmatlar narxi bazis davrga nisbatan o‘zgarishining o‘rtacha darajasini aks ettiradigan ko‘rsatkich, inflyasiya ko‘rsatkichi sifatida ishlatiladi.
Ishlab chiqaruvchilar narxlarining indeksi	(producer price index)	Индекс производителей цен	– bazis davr oralig‘ida xom ashyo, materiallar va oraliq tovarlar narxi o‘zgarishining o‘rtacha darajasini aks ettiruvchi ko‘rsatkich. YAMMning

			maksimal darajada detallashtirilgan komponentlari narxini solishtirma narxlarga o'tkazishda ishlatiladi.
YAMM deflyatorlari	(GNP deflators)	Дефляторы ВВП	YAMM ko'rsatkilarini solishtirma narxlarda aks ettirish uchun ishlatiladigan indekslar guruhi. Ularga narxlarning agregat indeksi, YAMM deflyatori narxlari indeksi, iste'molchi narxlari indeksi, shuningdek, maxsus tashkil qilingan indekslar kiradi.
Indeksatsiya	(indexation)	Индексация	– iqtisodiyotdagi narxlarning o'rtacha darajasi o'zgarishiga bog'liq ravishda ish haqi va boshqa daromadlarni tuzatish, kelishtirish tizimi.
Inflyasiya	(inflation)	Инфляция	– pulning qadrsizlanishi, muomaladagi pulning qadrsizlanishi, pul massasining tovarlar massasidan ustunligi natijasida tovar bilan ta'minlanmagan pullarning paydo bo'lishi. Inflyasiya tovar bahosining ochiqchasiga va yashirin ravishda oshib ketishiga olib

			keladi.
Inflyasiya darajasi	(rate of inflation)	Уровень инфляции	– ma’lum vaqt ichida (oy, yil) narx darajasining foizda o‘zgarishi.
Iste’mol krediti	(consumer credit)	Кредит потребительских	– markaziy bank tomonidan barqarorlik davrida qo‘llaniladigan pul siyosati vositasi (instrumenti). U banklar tomonidan berilishi mumkin bo‘lgan ichki kreditning maksimal miqdori rasmiy ravishda belgilanishini taqozo etadi.
Iste’mol	(consumption)	Потребитель	– kishilarning iqtisodiy talablarini qondirish jarayonida ijtimoiy mahsulotdan foydalanish, ijtimoiy ishlab chiqarish jarayonining oxirgi bosqichi.
Ishlab chiqarish funksiyasi	(production function)	Функция производство	– mahsulot ishlab chiqarish uchun mazkur korxonaga zurur bo‘lgan barcha kishilar va mehnat qurollari harakatlari majmui.
Ishchi kuchi	(labour force)	Труда	– odamlarning mehnat qobiliyati, hayot ne’matlarini ishlab chiqarish jarayonida ishga solinadigan jami jismoniy va ma’naviy

			kuchlar.
Ishchi kuchi hisyasi	(labour force rate)	Вклад в рабочей силе	– odamlarning mehnat qobiliyati, hayot ne'matlarini ishlab chiqarish jarayonida ishga solinadigan jami jismoniy va ma'naviy kuchlar.
Ish vaqti	(hours of work)	Часы работы	– ishlab chiqarishda band bo'lgan aholining ishlagan vaqtining hajmi.
Ish vaqtining umumiy soatlari soni	(total hours of work)	Общее количество рабочих часов	– o'rtacha statistik ishlovchi band bo'lgan ish vaqtining o'rtacha soatlari soni.
Import qilishga moyillik	(propensity to import)	Импорт ориентированных	– daromadda importga qaratilgan xarajatlar hisyasi.
Investitsiyalarga bo'lgan moyillik	(propensity to invest)	Ориентированных о инвестиции	– iste'mol xarajatlarining daromaddagi hisyasi.
Iste'mol qilishga moyillik	(propensity to consume)	Ориентированных о потребление	– iste'mol xarajatlarining daromaddagi hisyasi.
Ichki iste'mol uchun mo'ljallangan tovarlar	(nontraded goods)	Предназначенный товары для внутреннего потребления	– tashqi bozorda sotishga mo'ljallanmagan, ichki iste'mol uchun ishlab

			chiqarilgan tovar va xizmatlar (ko'chmas mulk, xizmatlarning ayrim turlari).
Ishlab chiqaruvchilar narxi	(producers price)	Цены производителей	– tovar va xizmatning bazis narxi, soliqlarni qamrab oluvchi va subsidiyalar olib tashlangan narx.
Likvidlik	(lequidity)	Ликвидность	– turli korxonalar, birlashmalar, firmalar va banklarning o'z qarzini to'lay olish yoki boshqa majburiyatlarini bajara olish imkoniyati.
Markaziy bank	(Central bank)	Центральный банк	– mamlakatning jami kredit tizimiga rahbarlik qiladi, davlat pul-kredit siyosatini olib boradi, pul va qimmatbaho qog'ozlar emissiyasini monopoliya huquqida amalga oshiradi.
Milliy daromad	(national income)	Национальный доход	– milliy ishlab chiqarishda olinadigan daromad yoki iqtisodiyotning barcha turdagi daromadi bahosi.
Makroiqtisodiy ot	(macroeconomics)	Макроэкономика	– barqarorlashtirish, bir birlik milliy valyutamizni mustahkamlash, kapital qurish dasturi, iqtisodiyotning tarkibiy

			jihatdan yangilash yo‘lini davom ettirish rejasini yoki mulkdorlar sinfini yangilash, qonunchilik yoki huquqiy tarkibni mustahkamlash.
Nominal YAMM	(nominal GNP)	Номинальный ВВП	– joriy narxlarda aks ettirilgan yalpi milliy mahsulot.
Narxlar indeksi	(price index)	Индекс цен	– har xil vaqt oralig‘ida tovar va xizmatlarga narxning muvozanati o‘zgarishini aks ettiruvchi ko‘rsatkich.
Narxlar korrektirovkasi	(price adjustment)	Корректировка цен	– narxlarning bozor vaziyati o‘zgarishiga moslashuv jarayoni.
Nominal almashuv kursi	(nominal exchange rate)	Номинальный обменный курс	– milliy valyuta va chet el valyutalari birliklarining odatda mavjud bo‘lgan nisbati. Ushbu nisbat ham qat’iy belgilangan, ham chayqalib turuvchi asosda amalga oshirilishi mumkin.
Nominal foiz stavkasi	(nominal interest rate)	Номинальная потенциальная ставка	– ma’lum davr ichida (oy, yil) qarzga olingan pul birligiga to‘langan pul miqdori. Depozit schyotlarda va qimmatli qog‘ozlarda aktivlarning nominal qiymati

			o'sishiga belgilanadigan foiz stavkalari deyiladi.
Oraliq iste'mol	(intermediate consumption)	Потребитель	– ishlab chiqarishning bir bosqichida ishlab chiqarilgan mahsulotlarning ishlab chiqarishning boshqa bosqichida mehnat predmetlari sifatida ishlatilishi.
Ortiqcha taklif	(excess supply)	Предложение	– mavjud narxlarda tovar va xizmatlar taklifi ularga bo'lgan talabdan ustun bo'ladigan iqtisodiy vaziyat, shuningdek, ortiqcha ishlab chiqarish.
Ortiqcha talab	(excess demand)	Избыточный спрос	– mavjud narxlar holatida tovarlar va xizmatlarga bo'lgan talab takliflardan ustun bo'ladigan iqtisodiy vaziyat, shuningdek defitsit deb ham ataladi.
Ochiq iqtisodiyot	(open economy)	Открытая экономика	– tashqi iqtisodiy bozorda keng savdo-iqtisodiy va moliyaviy aloqalarga ega bo'lgan iqtisodiyot.
Potensial YAMM	(potential GNP)	Потенциал ВВП	– mavjud sarmoya resurslari va ishchi kuchi hisobiga erishish mumkin bo'lgan ishlab chiqarish hajmi.

Paritet	(parity)	Паритет	– tenglik, teng huquqli, teng vakillik asoslarida biron bir iqtisodiy (siyosiy) harakatda ishtirok etish.
Pasayish	(recession)	Спад	– iqtisodiy faollikning pasayishi bo‘lib, bu faoliyatning o‘sishi bilan xarakterlanadi.
Pulga bo‘lgan talab	(demand for money)	Возраждение денег	– mamlakat aholisining jamg‘arish va iste‘mol qilish, oldi-sotdi va har xil iqtisodiy bitimlar tuzish uchun egalik qilmoqchi bo‘lgan miqdori; iste‘mol, foiz stavkasi, operatsion xarajatlar va boshqa funksiyalar bilan ifodalanadi.
Pul bazasi	(monetary base)	Денежная база	muomaladagi naqd pullar, korxonalarining kaccadagi pullari va tijorat banklarining milliy bankdagi zahirasi.
Real YAMM	(real GNP)	Реальная ВВП	– solishtirma doimiy narxlar orqali aks ettirilgan YAMM. U joriy narxlarda hisoblangan YAMMni narxlarning o‘zgarish ko‘rsatkichi (inflyasiya darajasi) hisobiga to‘g‘rilash yo‘li bilan

			hisoblanadi.
Real ish haqi	(real wage)	Реальная зарплата	– narxlar oʻzgarishi darajasi hisobiga tuzatish kiritilgan nominal ish haqi (yoki nominal ish haqidan narxlar oʻzgarishi darajasining hisobga olingani).
Real almashuv kursi	(real exchange rate)	Реальный обменный курс	– ikki mamlakatdagi narxlar darajasining oʻzaro nisbati, ular oʻrtasidagi munosabatni hisobga oluvchi almashuv kursi. Muayyan mamlakatlardagi nominal almashuv kursi narxlari indekslarini ularning oʻzaro nisbatiga boʻlish orqali hosil boʻladi.
Real foiz stavkasi	(real interest rate)	Реальная потенциальная ставка	– maʼlum davr ichida depozit schyotlardagi va qimmatli qogʻozlardagi aktivlarning real qiymati oʻsishi yuz beradigan foiz stavkasi; nominal foiz stavkasidan shu davr oraligʻida kutilayotgan nominal foiz stavkasi.
Revolvatsiya	(revaluation)	Ревальвация	– mamlakat pul birligi rasmiy kursini chet el valyutalariga nisbatan oshirish.

Soliqlar	(taxes)	Налоги	– milliy daromadni taqsimlash jarayonida uning bir qismini davlat ixtiyoriga olish shakli, soliq, byudjet va byudjetdan tashqari pul fondlarini tashkil etishning asosiy vositasi.
Sarf-xarajat balansi	(spending balance)	Остаток стоимость ставки	– makroiqtisodiyotda YAMM ni ishlab chiqarishga ketgan jami xarajatlar va yaratilgan yalpi milliy mahsulotning oxirgi iste'mol maqsadida ishlatilishi orasidagi balans.
Solishtirma afzallik	(comparative advantages)	Особые преимущества	– ayrim iqtisodiy agentlarning tovar va xizmatlarni kamroq xarajatlar evaziga ishlab chiqarish xususiyati. Makrodarajada solishtirma afzalliklar prinsipi ishlab chiqarish va eksportning samarali strukturasini shakllantirish uchun qo'llaniladi.
Subsidiya	(subsidy)	Субсидия	– davlat byudjeti hisobidan korxonalar, tashkilotlar va xorijiy davlatlarga beriladigan mablag'. Subsidiya bozor iqtisodiyotini tartibga solish vositasi

			hisoblanadi.
Savdo balansi	(merchandise trade balance)	Торговый баланс	– eksport va import tushumlari va to‘lovlarini aks ettiruvchi balans. Unda savdo bitimida ko‘zda tutilgan, ammo joriy davrda amalga oshirilmaydigan to‘lovlar va tushumlar o‘z aksini topmaydi.
Savdo balansining difitsiti	(trade deficit)	Дефицит о торговых баланс	– iqtisodiy sur‘atlarning hisobot davri oxiriga kelib, import bo‘yicha qilingan jami xarajatlar eksport daromadlaridan oshadigan vaziyatgacha o‘sishi.
Savdo balansining ijobiy saldosi	(trade surplus)	Положительное сальдо торговли	– hisobot davri oxiriga kelib, eksport bo‘yicha jami daromadlar import bo‘yicha xarajatlardan ustun kelgan vaziyat.
Sanoat sikli	(business cycle)	Промышленный цикл	– iqtisodiyotning vaqti-vaqti bilan qaytarilib turuvchi turli rivojlanish bosqichlari. Umumiy ishbilarmonlik faolligining oshishi va pasayishi, shuningdek, tushumlar bilan harakterlanadi.
Cof milliy mahsulot	(net product)	Национальный продукт	– makroiqtisodiy ko‘rsatkich; YAMM va amortizatsiya ajratmalari jami miqdorining

			ayirmasi.
Tijorat banki	(Commercial bank)	Коммерческий банк	– qo'yilmalar shaklidagi pul kapitallari va jamg'armalar hisobiga barcha tarmoq korxonalari uchun universal bank harakatlarini amalga oshiruvchi kredit muassasasi. Tijorat banki kredit sistemasining etakchi bo'g'inidir. Uning harakatlarida sanoat va savdo korxonalarini kreditlash asosiy o'rin egallaydi. Bank, shuningdek, komission muomalalarni ham olib boradi.
To'lov balansi	(balance of payment)	Выплата баланс	– bu shunday iqtisodiy tushunchaki, u orqali mamlakatlarning tashqi iqtisodiy munosabatlari holatini, xalqaro miqyosda to'lovga qobilligini bilish mumkin. To'lov balansi shunday hujjatki, unda mamlakatlar xorijiy davlatlarga ulashgan va xorijiy davlatlardan kelgan barcha to'lovlar va tushumlarning haqiqatdagi miqdori aks ettiriladi,

			shartnomalarda ko‘zda tutilgan, ammo hali kelib tushmagan to‘lovlar yoki tushumlar summasi o‘z aksini topadi.
Tarkibiy ishsizlik	(structural unemployment)	Структурная безработица	– iqtisodiyotni tarkibiy qayta qurish, eskirgan tarmoq va kasblar bartaraf etilishi, ishchi malakasi pastligi yoki umuman yo‘qligi natijasida yuzaga keladigan majburiy ishsizlikning ko‘rinishi.
Tijorat krediti	(comercial credit)	Коммерческий кредит	– qisqa muddatli qarz (1 yil muddatgacha beriladi); sotib olinadigan tovarlarga to‘lash uchun pul shaklida beriladigan qarz.
Transfert to‘lovlari	(transfer payment)	Трансфертные перечисления	– o‘tkazma to‘lovlar, ya’ni davlat byudjetidan aholiga va xususiy tadbirkorlarga beriladigan to‘lovlar.
Friksion ishsizlik	(frictionfl unemployment)	Friksionnaya bezrabortitsa	– bir ishdan boshqa bir ishga o‘tish bilan bog‘liq bo‘lgan vaqtinchalik ishsizlik. YAshirin ishsizlik (hidden, latetnt, olisguised) – ishlab chiqarish jarayonida ob’ektiv holda ishchilar

			sonini ham talab etadigan, lekin amalda ishlab chiqarishda ortiqcha bo'lgan ishchilar soni.
Faktor daromad	(factor incomte)	Доход фактор	– ishchi kuchi, kapital mulk, ishlab chiqarish omillari qo'llanishi natijasida yuzaga keladigan daromad.
Foyda	(profit)	Прибыль	– qo'shimcha mahsulotning pul shakli; korxona, tarmoq va butun xalq xo'jaligi ishlab chiqarish-xo'jalik faoliyatini umumlashtiruvchi ko'rsatkich. Korxonaning moliyaviy ahvoli, iqtisodiy rag'batlantirish fondini shakllantirish imkoniyatlari, byudjet va yuqori turuvchi organlar bo'yicha majburiyatlarning bajarilishi foyda hajmiga bog'liq
Foiz	(interest)	Процент	– daromad, o'z mulkini boshqa jismoniy va huquqiy shaxslarga foydalanishga berish va undan foyda olish.
Foiz stavkasi	(interest rate)	Процентная ставка	– kredit yoki qarz stavkasi kapitali evaziga to'lovning foiz

			ko'rsatkichi. Odatda, qarzga olingan pul belgisining bir birligiga to'g'ri keladigan yillik to'lovni aks ettiradi.
SHaxsiy daromad	(personal income)	Личный доход	– jismoniy shaxslarning soliq to'lagunga qadar daromadi.
Eksport	(export)	Экспорт	– tovarlar, xizmatlar va kapitallarni tashqi bozorda realizatsiya qilish maqsadida chetga chiqarish.
Qarz berish	(crediting)	Кредитирование	– pul yoki tovarlarni qaytarish sharti bilan ma'lum muddatga berish.
Qadrsizlanish	(depreciation)	Девальвация	– milliy valyutaning narxi chet el valyutalari bahosidan pasayishi.
Qimmatbaho qog'ozlar	(securities)	Ценные бумаги	– egasiga qandaydir kapital yoki mol-mulkka egalik qilishi huquqini tasdiqlovchi va foiz, dividend ko'rinishda daromad keltiruvchi hujjat.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

I.O'zbekiston Respublikasining Qonunlari

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi.-T.: O'zbekiston, 2018.
2. O'zbekiston Respublikasining Qonuni: Davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish to'g'risida, 1991 yil 19 noyabr.
3. O'zbekiston Respublikasining Qonuni: Aholini ish bilan ta'minlash to'g'risida, 1993 yil 7 may.
4. O'zbekiston Respublikasining Qonuni: Maxsulotlar va xizmatlarni sertifikatlashtirish to'g'risida, 1993 yil 28 dekabr.
5. O'zbekiston Respublikasining Mehnat Kodeksi. – T.: Adolat, 1996.
6. O'zbekiston Respublikasining Qonuni: Iste'molchilarning xuquqlarini ximoya qilish to'g'risida, 1996 yil 26 aprel.
7. O'zbekiston Respublikasining Qonuni: Standartlashtirish to'g'risida, 1997 yil 28 dekabr.
8. O'zbekiston Respublikasining Qonuni: Reklama to'g'risida, 1998 yil 25 dekabr.
9. O'zbekiston Respublikasining Qonuni: Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi Qonuniga o'zgartish va qo'shimchalar kiritish haqida, 2012 yil 29 fevral
10. O'zbekiston Respublikasining Qonuni: Xususiy korxonalar to'g'risida, 2003 yil 11 dekabr.
11. O'zbekiston Respublikasining Qonuni: O'zbekiston Respublikasi savdo-sanoat palatasi to'g'risida, 2004 yil 3 dekabr.

II.O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmonlari va qarorlari, Vazirlar Mahkamasining qarorlari

12. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 13 avgustdagi «Xususiy mulkni himoya qilish va mulkdorlar huquqlarining kafolatlarini kuchaytirish,tadbirkorlik tashabbuslarini qo'llab-quvvatlash borasidagi ishlarni tashkil qilish tizimini tubdan takomillashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar, shuningdek, tadbirkorlik sub'ektlarining moliyaviy resurslar va ishlab chiqarish infratuzilmasidan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish to'g'risida»gi pf-5780-sonli farmoni
13. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2016 yil 26 fevraldagi “2016-2020 yillarda xizmatlar sohasini rivojlantirish dasturi to'g'risida”gi 55-son qarori.

III. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining asarlari va ma'ruzalari

14. Mirziyoev SH.M. Erkin va farovon demokratik O‘zbekiston davlatni birgalikda barpo etamiz. –T.: “O‘zbekiston” NMIU, 2016
15. Mirziyoev SH.M. Tanqidiy tahlil, qat’iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. –T.: “O‘zbekiston” NMIU, 2017.
16. Mirziyoev SH.M. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi.- T.: “O‘zbekiston” NMIU, 2018.
17. Mirziyoev SH.M. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi.//”Xalq so‘zi” gazetasi, 29 dekabr 2018 yil.

IV. Asosiy adabiyotlar

18. Fayziev E.S. Servis tizimi faoliyati asoslari. O‘quv qo‘llanma. Samarqand: “Zarafshon” nashriyoti, 2010.
19. Xasanov R., Asatullaev X., Suvonqulov A., Xakimov X. Real sektor iqtisodiyoti va uni prognozlash. O‘quv qo‘llanma. O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi. TMI. – T.: «Iqtisod-Moliya», 2013, - 192 b.
20. Korxona iqtisodiyoti. Darslik. – T.: “Fan va texnologiya”, 2013.
21. Kurbanova R.J. Servis korxonalarini moderniza-siyalash va ularda xizmat ko‘rsatish samaradorligi-ni oshirish. Monografiya. T.: “Navro‘z” nashr. DUK, 2013y.
22. Muratov R.S., Djalalova I.A., Oripov S.Sh., Korxona Iqtisodiyoti: T.; Fan va texnologiya, 2014 y.
23. SHavqiev E., Normuradov U.N., Artikov Z.S., Hazratov A.P. “Korxona iqtisodiyoti” fanidan ma’ruzalar kursi. (I-II qismlar) – Samarqand, SamISI, 2016.

V. Qo‘shimcha adabiyotlar

24. Ekonomika predpriyatiya. Uchebnik. – M.: “YUNITI-DANA”, 2004.
25. Maxmudov E.X., Isoqov M.Yu. Biznes - rejalashtirish. O‘quv qo‘llanma. –T.: O‘zbekiston yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg‘armasi nashriyoti, 2005.
26. Prosvetov G.I. Ekonomika predpriyatiya: zadachi i resheniya. Uchebnoe prakticheskoe posobie. – M.: “Alfa-Press», 2009.
27. SHavqiev E., Sattarova Z.I., Normuradov U.N., Artikov Z.S. “Korxona iqtisodiyoti” fanidan amaliy (seminar) mashg‘ulotlar uchun topshiriqlar va uslubiy ko‘rsatmalar to‘plami. (5230100 “Iqtisodiyot” ta’lim yo‘nalishi talabalari uchun) -Samarqand, SamISI, 2012.
28. Abdurahimov O. Sanoat iqtisodiyoti. Darslik. – T.: “Sanoat-standart”, 2014. – 304 bet.

VI. Davriy nashrlar, statistik to‘plamlar va hisobotlar

29. Samarqand viloyat hokimligining statistika boshqarmasi ma’lumotlari
30. Samarqand viloyati hokimligining Hududlarni kompleks rivojlantirish yig‘ma bo‘limi ma’lumotlari

VII. Internet saytlari

31. www.stat.uz – O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasining rasmiy sayti.
32. www.samstat.uz – O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasining rasmiy sayti.
33. www.uza.uz – O‘zbekiston Respublikasi Milliy Axborot Agentligi rasmiy sayti.
34. www.ziynet.uz - bilimlar sayti.