

O'ZBEKISTONDA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHNING IJTIMOIY VA IQTISODIY MOHIYATI

Berdimurodov Ramziddin Erkin o'g'li¹

¹ *O'zbekiston Respublikasi Bank-moliya akademiyasi magistranti*

Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich¹

¹ *O'zbekiston Respublikasi Bank-moliya akademiyasi professori*

MAQOLA MALUMOTI

ANNOTATSIYA:

MAQOLA TARIXI:

Received:06.05.2025

Revised: 07.05.2025

Accepted:08.05.2025

Ushbu maqolada O'zbekistonda tadbirkorlikni rivojlantirishning ijtimoiy va iqtisodiy mohiyati bo'yicha nazariy va amaliy asoslari o'rganib chiqildi hamda ulardan kelib chiqqan holda xulosalar va ilmiy-amaliy takliflar shakllantirildi.

KALIT SO'ZLAR:

*tadbirkorlik, kichik
biznes, xususiy
tadbirkorlik, tavakalchilik,
ijtimoiy ne'mat, korxona.*

KIRISH. Tadbirkorlik tushunchasining hozirgi ma'nosida XVII asr oxiri va XVIII asr boshlarida ilk bor ingliz iqtisodchisi Richard Kantilon qo'llagan edi. Uning fikricha, tadbirkor tavakkalchilik sharoitida faoliyat yurituvchi kishidir. Shu boisdan u yer va mehnat omilini iqtisodiy farovonlikni belgilab beruvchi boylik manbai deb bilgan. Keyinchalik, XVIII asrning oxiri va XIX asrning boshida mashhur fransuz iqtisodchisi J.B. Sey «Siyosiy iqtisod risolasi» kitobida tadbirkorlik faoliyatini ishlab chiqarishning uch mumtoz omillari – yer, kapital, mehnatning yaxlitligi deb ta'riflagan edi.

J.B.Seyning fikricha, tadbirkor olgan daromad uning mehnati, ishlab chiqarishni tashkil etganligi, mahsulotni o'z vaqtida sotganligi uchun berilgan mukofotdir.

Qayd etish lozimki, iqtisodiyot fanining asoschilari tadbirkorlik shakliga kam e'tibor berganlar. Tadbirkorlik faoliyati ularning ilmiy - tadqiqot ishlarining tahlil obyekti bo'lmagan. Ingliz iqtisodchi olimlari A.Smit va D.Rikardo iqtisodiyotni o'z-o'zini muvofiqlashtiruvchi mexanizm deb qabul qilganlar. «Xalqlar boyliklarining mohiyati va sabablarini tadqiq etish»

kitobida A. Smit tadbirkor ta'rifiga alohida e'tibor bergan edi.

A.Smitning fikricha, tadbirkor – kapital egasi. U muayyan tijorat g'oyasini amalga oshirib, daromad olish uchun tavakkalchilik bilan ish boshlaydi, chunki kapitalni biror-bir ishga sarflash doimo tavakkalchilik bilan bog'liqdir. Tadbirkorlikdan olingan daromad, A.Smitning fikricha, shaxsiy tavakkalchilik uchun olingan mukofotdir.

XIX-XX asr chegaralarida tadbirkorlik institutining ahamiyati va rolini ko'pchilik anglay boshladi. Fransuz iqtisodchisi Andre Marshall birinchi bo'lib ishlab chiqarishning uchta omilga (yer, kapital, mehnat) to'rtinchi – tashkillashtirish omilini qo'shdi. Shu vaqtdan boshlab, tadbirkorlik tushunchasi va shu sohada olib boriladigan ishlar ko'lami kengayib bormoqda.

Amerikalik iqtisodchi J.B.Klark J.B.Seyning «uchlik formulasiga» bir oz o'zgartirish kiritdi. Uning fikricha, ishlab chiqarishda doim to'rt omil ishtirok etadi: kapital, ishlab chiqarish vositalari va yer, tadbirkorlik faoliyati, ishchining mehnati.

Har bir omil ishlab chiqarishdan olinayotgan o'ziga xos foydani aks ettiradi: kapitaldan kapitalist qo'shimcha foiz oladi; yer renta beradi; kapitalistning ishbilarmonlik faoliyati daromad keltiradi; ishchining mehnati uni maosh bilan ta'minlaydi. Boshqacha qilib, J.B. Klark so'zi bilan aytganda: «Erkin raqobat mehnatga mehnatdan kelgan narsani beradi, kapitalistlarga kapital yaratgan narsa tegadi, tadbirkorlar muvofiqlashtirish faoliyatidan kelgan narsani oladi». Tadbirkorlik faoliyatini u ana shunday tushungan.

Mashhur amerikalik iqtisodchi Y.Shumpeter o'zining «Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi» kitobida, tadbirkorni novator (yangilik bunyod qiluvchi odam) deb ta'riflagan. Olim tadbirkorlik faoliyatini kapitalistik iqtisodiyotning rivojlanishida, iqtisodiy o'sishni ta'minlashda katta rol o'ynaydigan yangiliklarni joriy etishdan iborat, deb biladi: «Vazifasi yangi kombinatsiyalarni joriy etishdan iborat bo'lgan xo'jalik subyektlarini biz tadbirkor deb ataymiz». Ushbu muammoga iqtisodiyot sohasida Nobel mukofotiga sazovor bo'lgan ingliz iqtisodchisi Fridrix Fon Xayn boshqacha yondashgan. Uning fikricha, tadbirkorlik faoliyat bo'lmasdan, balki yangi iqtisodiy imkoniyatlarni izlab topish, xatti-harakatlarni ta'minlashdir. Olim tadbirkorlikni faoliyat emas, deb talqin etadi.

Na xorijda, na bizda hali tadbirkorlikning umum tomonidan e'tirof etilgan ta'rifi mavjud emas. Amerikalik olim R. Xizrich, «Tadbirkorlik o'z qiymatiga ega bo'lgan qandaydir yangi narsani yaratish jarayoni, tadbirkor esa buning uchun barcha zarur vaqti va kunini sarflaydigan, barcha moliyaviy, psixologik va ijtimoiy xavf-xatarni o'ziga olib, evaziga mukofot sifatida pul va erishilgan yutug'idan qanoatlanuvchi shaxs», - deb ta'kidlaydi.

Ingliz professori A. Xoskin esa «ishni o'z hisobidan olib boruvchi, biznesni boshqarish

bilan shaxsan shug'ullanuvchi va kerakli vositalar bilan ta'minlanish uchun shaxsiy javobgarlikka ega, qarorni mustaqil qabul qiluvchi shaxs yakka tartibdagi tadbirkor bo'ladi», - deb izohlaydi.

Bugungi kunda tadbirkorlik nazariyasini rivojlantirishning to'rt bosqichi mavjud. XVIII asrdayoq vujudga kelgan birinchi bosqich – tadbirkorlik xavf-xatarini o'ziga olish, boshqacha qilib aytganda, tavakkalchilik bilan bog'liq. Tadbirkorlikning ikkinchi bosqichi esa innovatsiya jarayoni bilan bog'liqdir.

Amerikalik iqtisodchi olim Y.Shumpeterning fikriga ko'ra, tadbirkorlikning novatorlik xarakteri quyidagilarda aks ettiriladi:

- bozor uchun yangi tovar ishlab chiqarish;
- ishlab chiqarish jarayoniga yangi texnologiyalarni tatbiq etish;
- yangi sotish bozorlarini o'zlashtirish;
- xomashyoning yangi turlari va manbalarini topish.

Tadbirkorlik vujudga kelishining uchinchi bosqichi tadbirkorlikning alohida shaxsiy sifatleri: ijtimoiy va iqtisodiy vaziyatning o'zgarishida to'g'ri yo'l topa bilish qobiliyati, boshqaruv qarorlarini tanlash va qabul qilishda mustaqillik, boshqaruv qobiliyatlarining to'la namoyon bo'lishi bilan ta'riflanadi.

Tadbirkorlik nazariyasining rivojlanishidagi hozirgi bosqichni to'rtinchi bosqichga kiritish mumkin. Uning paydo bo'lishini tadbirkor harakatini tahlil qilishdagi boshqaruv aspektiga ko'chirish bilan bog'laydilar.

Tadbirkorlik iqtisodiy faollikning alohida turi bo'lib, uning boshlang'ich bosqichi, odatda, fikrlash faoliyati yoki uning natijasi bilan bog'langan bo'ladi, faqat u keyin moddiy shaklni oladi.

Tadbirkorlik yangilik kiritish, tovar ishlab chiqarish faoliyatini o'zgartirish yoki korxonani (shu jumladan, kichik korxonani) tashkil qilish sohasida ijodkorlikning mavjudligi bilan ta'riflanadi. Tadbirkorlik faoliyatining ijodkorlik jihatlari boshqaruvning yangi tizimida ishlab chiqarishni tashkil etishning yangi usullari yoki yangi texnologiyalarini tatbiq etishda o'z ifodasini topadi.

Tadbirkorning o'zi tadbirkorlik faoliyatining asosiy subyekti hisoblanadi. Ammo tadbirkor yagona subyekt emas, har qanday holda u ishlab chiqarilgan tovar yoki xizmatning iste'molchisi hamda har xil vaziyatlarda yordamchi yoki raqib sifatida bo'luvchi davlat bilan o'zaro hamkorlik qilishga majbur. Iste'molchi ham, davlat, ham, yollanma (ishchi) xodim ham tadbirkorlik faoliyati subyektlari qatoriga kiradilar.

Tadbirkor va iste'molchining o'zaro munosabatlarida tadbirkor faol subyekt kategoriyasiga

kiradi. Iste'molchi esa bunda passiv rol o'ynaydi. Bu o'zaro munosabatlarni tahlil qilishda iste'molchi tadbirkorlik jarayonining indikatori rolini bajaradi. Tadbirkor faoliyati predmetini tashkil etuvchi barcha narsa iste'molchining ijobiy bahosiga ega bo'lgan holdagina amalga oshirilishi mumkin. Bunda iste'molchi tomonidan tovarga baho beriladi va keyin u yoki bu tovarni xarid qilishga tayyorligi aniqlanadi. Tadbirkor o'z faoliyatini rejalashtirish va tashkil etishda iste'molchining kayfiyati, istagi, manfaatlarini hisobga olishi kerak.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkor uchun iste'molchining manfaatlariga muvofiq harakat qilishdan boshqa iste'molchiga ta'sir qilishning yo'li yo'qdir. Ammo bu tadbirkor iste'molchining manfaatlariga muvofiq harakat qilishi kerakligini bildirmaydi. Tadbirkorning o'zi iste'molchining talabini shakllantirishi, yangi iste'mol ehtiyojlarini yaratishi mumkin. Shundan kelib chiqqan holda tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishning ikki usulini keltirish mumkin:

- iste'molchi manfaatini aniqlash usuli;
- iste'molchiga yangi tovar yoki xizmatlarni «majburan qabul qildirish» usuli.

Shunday qilib, tadbirkorning asosiy maqsadi o'z iste'molchilariga ega bo'lish yo'lida tovarga ehtiyojni aniqlashdan iboratdir. Tadbirkor o'z iste'molchilarini shakllantirishda quyidagi asosiy omillarni hisobga olishi kerak:

- tovarning yangiligi va uning xaridor manfaatiga mos kelishi;
- tovar yoki xizmatlarning sifati;
- tovar yoki xizmatlarning narxi;
- tovarning universallik darajasi;
- tovarning tashqi ko'rinishi, uning xaridor talabiga mosligi;
- sotuvdan keyingi servis xizmatlaridan foydalanish imkoniyati;
- tovarning qabul qilingan umumiy yoki davlat standartlariga mosligi;
- tovarlar va xizmatlar reklamasining jozibaliligi, xaridor diqqatini o'ziga jalb etishi

va hokazo.

Xulosa shundan iboratki, agar ijtimoiy ishlab chiqarish nuqtai nazaridan tadbirkor faol subyekt roliga bo'lsa, unda tadbirkorlik jarayonining o'zi, uning samaradorligi va mazmuni nuqtai nazaridan iste'molchi faol rol o'ynaydi va tadbirkor bu omilni inkor eta olmaydi.

Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlari, qobiliyatlari, imkoniyatlari va ishga doir sifatlari tadbirkorlikning harakatlantiruvchi kuchi bo'ladi. Tadbirkorning ishga doir sifatlari quyidagi tamoyillarga asoslanishi kerak:

- birinchidan, bozorning tovar va xizmatlar bilan ta'minlanish darajasini tahlil qilish yo'li bilan iqtisodiy xo'jalik tizimida o'z o'rnini topishi;

- ikkinchidan, shaxsiy ishlab chiqarish tuzilmasini yaratishga tayyorlik qobiliyati;
- uchinchidan, marketing tadqiqotlari natijalaridan kelib chiqqan holda, dastlabki tadbirkorlik hisob-kitoblarini amalga oshirishi;
- to'rtinchidan, tadbirkorlik loyihasini amalga oshirishda rahbarlikni to'g'ri yo'lga quyish qobiliyati;
- beshinchidan, yangi texnik, texnologik g'oyani birinchi bo'lib hayotga tatbiq etish hamda ushbu g'oyadan amalda foydalanish, undan qanday yakuniy natija, mahsulot yoki xizmatlar olish mumkinligini tasavvur eta olishi.

Tadbirkorning ushbu ishbilarmonlik tamoyillari uning ijodkorligiga asoslanadi. Aynan ana shu ijodkorlik Y. Shumpeter fikriga asosan, tadbirkor boshqalar e'tibor bermagan va bilmagan ishlarga e'tibor berib, faoliyat yuritish imkonini beradi.

Tadbirkor faoliyatining boshqa tomonlarida ham kashfiyotchilik elementlarini qo'llashi mumkin. Masalan, u ishlab chiqarishning, mahsulotni sotishni boshqarishning yangi shakllarini topadi, sheriklik munosabatlarini o'rnatadi, ishlab chiqarishning yangi texnologiyalaridan foydalanadi. Tadbirkorlikning yana bir muhim xususiyati ishlab chiqarish jarayonida yangi g'oyalarning amalga oshirilishi bozorda qanday qabul qilinishini oldindan ko'ra bilish qobiliyatida namoyon bo'ladi. Shu jihatdan yangilikni bozorda tatbiq etish va iste'molchining javobini bitta jarayonga birlashtira olish tadbirkor muvaffaqiyatining garovidir.

Tadbirkorning muvaffaqiyatini belgilovchi keyingi shart agressivlikdir. Bunda gap, birinchidan, tadbirkorga nimadadir birinchilikka ega bo'lish ishonchini beruvchi, ikkinchidan, tadbirkorning aniq maqsadga qaratilgan harakatlarni bajarishida tashabbusni tortib olishga harakat qiluvchi agressivlik haqida gap ketayapti. Shunday qilib, bu o'rindagi agressivlik amalda g'oyalar, loyiha va tashabbusni tortib olish va uni tez amalga oshirishni bildiradi. Bunday agressivlik atrofdagilarga (hammadan oldin raqiblarga) to'g'ridan-to'g'ri zarar keltirmaydi, u bevosita zarar keltirishi mumkin (agar birov qandaydir tovarni ishlab chiqarishda tashabbusni o'z qo'liga olsa, boshqa kishi bunday tovarni ishlab chiqara olmaydi, demak, tovar ishlab chiqarish bo'yicha tashabbusni birinchi bo'lib boshlagan tadbirkorning harakati u mo'ljallagan daromadni olishiga imkon bermaydi).

Tadbirkor ko'pgina hollarda o'z jamoasi bilan harakat qiladi, shuning uchun tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish jarayoniga samarali ta'sir etuvchi jamoani yaratgandagina, muvaffaqiyatga erishadi. Shu munosabat bilan tadbirkorning oldida murakkab muammolar turadi. Bular biznesning muvaffaqiyati uchun qanday ixtisosdagi mutaxassislar kerakligi, ular qanday sifatlarga ega bo'lishlari zarurligi, ularning tadbirkor shakllantirayotgan ruhiy muhitga

kira olishlari mumkinligini aniqlash muammolaridir.

Har qanday faoliyatdan kutiladigan samara insonga, avvalo uning mehnat madaniyati darajasiga bog'liqdir. Masalan, yaponlar «iqtisodiy mo'jizalari» asosida nafaqat ilm, fan-texnika va texnologiya yutuqlari, balki mehnat madaniyatining o'zgarishi yotganligini ta'kidlaydilar. Yaponiya ekspertlarining fikriga ko'ra, buning uchun yapon jamiyatiga 30 yil kerak bo'lgan.

Korxona faoliyatini boshqarishda to'g'ri qaror qabul qilish tadbirkorning eng muhim sifatlaridandir. Boshqacha qilib aytganda, bu tadbirkorning o'z faoliyati, o'z biznesi sohasida javobgarlikni o'z zimmasiga olishidir. Haqiqatan ham tadbirkor, qaror qabul qilib, uni amalga oshirishda nafaqat o'z sheriklari oldida, balki o'zining kelajakdagi qarorining oqibati uchun javobgarlikni ham o'ziga oladi. Binobarin, javobgarlikni o'ziga olish jarayoni, ayni bir vaqtda, xavf-xatarni o'ziga olishni ham bildiradi. Shunday qilib, xavf-xatarni ko'ra bilish va uni bartaraf etish uchun tayyorlik ham tadbirkorga xos muhim sifatdir.

Tadbirkorlik niyatini amalga oshirish belgilangan darajada tadbirkorning motivlashuvi (manfaatdor bo'lishi)ga bog'liq. Tadbirkorlik nazariyasining asoschisi Y. Shumpeter uchta asosiy motivni ajratgan:

- birinchidan, hokimlik qilish, hukmronlik, ta'sir qilishga ehtiyoj;
- ikkinchidan, aniq harakatlarni bajarish orqali erishish ehtimoli bo'lgan g'alabaga iroda, muvaffaqiyat sari harakat;
- uchinchidan, mustaqil ish faoliyati beruvchi ijodkorlik quvonchi.

Ammo, Y.Shumpeter tomonidan taklif etilgan motivlashtirish nazariyasi g'arbiy mamlakatlar tadbirkorlarining fikrlash uslubini aks ettiradi. Tadbirkorlikning tarixiy tomirlariga ega O'zbekistonda tadbirkorlikning zamonaviy haqiqatlarga asoslangan o'z motivi bo'lishi kerak. O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyati bir qator o'ziga xos alomat va xususiyatlar bilan birga bo'ladi. Mamlakatimizda tadbirkorlikni motivlashtirish xususiyatlari quyidagi alomatlarga ega:

- o'z salohiyatini amalga oshirishga harakat qilish;
- eng muhim, ijtimoiy va iqtisodiy samara keltiruvchi g'oyalar-ni amalga oshirish istagi;
- to'rachilik tuzilmalari bilan bog'liklikdan qochish, harakatlar erkinligi va faoliyat yuritish jarayonida mustaqil bo'lish;
- qiziqarli ish bilan mustaqil va erkin shug'ullanish;
- o'zining ijtimoiy maqomi va obro'sini oshirishga intilish hamda o'ziga va o'z yaqinlariga munosib turmush sharoitlarini ta'minlash.

Ko'rsatib o'tilgan istaklarni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun tadbirkor bir qator izchil

harakatlarni amalga oshirishi kerak. Bu harakatlar tanlab olingan ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish shakllariga bog'liq. Shu munosabat bilan tadbirkor o'z faoliyatini tashkil etishning quyidagi ikki tarkibiy qismini tahlil qilishi kerak:

- bozor va unda vujudga keladigan vaziyat;
- ishlab chiqarish tuzilmasi.

Ish muhitini tahlil qilishda tadbirkor bu qismlar o'rtasida o'zaro aloqalar o'rnatishning samarali usulini topishi kerak. Ammo, bunga erishish qiyin, chunki birinchidan, ikkala tarkibiy qismning sifati turlicha. Bozor dinamik o'zgaruvchan mexanizmdan iborat. Unga doimo kuzatiladigan talab, taklif, narx, raqobat sharoitlarining o'zgarishi xosdir. Shu bilan bir vaqtda ishlab chiqarish tuzilmasi konservativ, kam o'zgaruvchan. Ishlab chiqarish dasturlari kundalik o'zgarishlarni ko'zda tutmaydi. Ikkinchidan, bozor va ishlab chiqarish fazo va vaqtga bo'lingan. Fazoviy bo'linishga ko'ra, bozordagi o'zgarishlar ishlab chiqarish tuzilmasidagi xuddi shunday o'zgarishlarni keltirib chiqara olmaydi.

Bu holat vaqt bo'yicha bo'linish bilan ham chuqurlashadi, tadbirkor ishlab chiqarish dasturini shakllantiradi va uni bozordagi vaziyat haqidagi axborotlar bilan asoslaydi. Ammo dasturni bajarish ma'lum bir vaqtni talab etadi, shu vaqt ichida bozorda jiddiy o'zgarishlar ro'y berishi mumkin. Buning natijasida ishlab chiqarilgan tovar yoki xizmatlar bozorda kerak bo'lmay qolishi mumkin. Shuning uchun tadbirkor muhim qarorlarni qabul qilish uchun asos bo'lib xizmat qiluvchi marketing tadqiqotlari bozorda vaziyatning rivojlanish bashoratiga asoslanishi kerak.

Xulosa qilib aytganda, Tadbirkorlik – shaxsiy daromad, foyda olishga qaratilgan fuqarolarning mustaqil faoliyati. Bu faoliyat o'z nomidan, o'z mulkiy mas'uliyati va yuridik shaxsning yuridik mas'uliyati evaziga amalga oshiriladi. Tadbirkor qonun tomonidan ta'qiqlanmagan barcha xo'jalik faoliyati, shu jumladan, vositachilik, sotish, sotib olish, maslahat berish, qimmatbaho qog'ozlar bilan ish olib borish bilan shug'ullanishi mumkin.

Tadbirkorlik faoliyatining shakllanishida ishbilarmon xodimlarni tayyorlash, qayta tayyorlash, malakasini oshirish masalalarini hal etish muhim ahamiyatga ega. Buning uchun tadbirkorlik faoliyatini yuritishning zamonaviy uslublarini o'rganishni tashkil etish, xodimlarni o'qitish va qayta o'qitish, ularni rivojlangan mamlakatlarga malaka oshirish uchun yuborish, ishbilarmonlarni o'qitish uchun o'qituvchilarni tayyorlash va qayta tayyorlash ishlarini tashkil etish, tadbirkorlik sektori uchun xodimlarni tanlash bo'yicha maslahat markazlarini ochish kerak.

Har bir tadbirkorlik faoliyati tegishli huquqiy muhitda kechadi. Shuning uchun kerakli huquqiy sharoit yaratish katta ahamiyatga ega. Bu birinchi navbatda tadbirkorlik faoliyatini

tartibga keltiruvchi farmonlar va tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay sharoit yaratib beruvchi qonunlarning mavjudligi, ya'ni korxonalarni ro'yxatdan o'tish jarayonining qisqa va oddiy bo'lishi; tadbirkorlikni davlat byurokratizmidan himoya qilish; soliq qonunchiligini takomillashtirish; O'zbekiston va chet el ishbilarmonlarining hamkorlik faoliyatini rivojlantirishdan iboratdir.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Klark J.B. Raspredeleniye bogatstva. - M., 1994. 40-bet
2. Shumpeter Y. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. -M., 1982.
3. Xayn F. Konkurensiya kak protsedura otkritiya. «Mirovaya ekonomika i mejdunarodniye otnosheniya» jurnali, 1989. 12-soni.
4. Xizrich R., Piters S. Predprinimatelstvo. -M., 1991, 20-bet.
5. Xoskin A. Kurs predprinimatelstva. -M., 1993, 23-bet.

