

Samarqand Iqtisodiyot va Servis Instituti
“Bank-Moliya xizmatlari” fakulteti
“Moliya-Sug’urta xizmatlari” kafedrası
“G’aznachilik ishi” yo’nalishi

MUSTAQIL ISH

FAN: *MOLIYAVIY BIZNES REJA*

MAVZU: *MOLIYAVIY BIZNES REJANI TUZISH*

SHAKLI: *REFERAT*

Bajardi: Akramov Sh.

Tekshirdi: Professor

ZAYNALOV.J.R

Samarqand 2013

Режа:

- 1.Тадбиркорликда бизнес режанинг мохияти ва зарурияти.*
- 2.Бизнес режа тузиш тартиби.*
- 3.Бизнес режалар структураси ва мазмуни.*
- 4.Бизнес режа асосий бўлимлари тавсифи.*

Тадбиркорликда бизнес режанинг моҳияти ва зарурияти

Бозор иқтисодиёти бизнес режа тадбиркорликнинг барча соҳаларида қўлланиладиган гуё бир меҳнат куролидир. У фирманинг иш жараёнини тасвирлаб, фирма раҳбарлариниш ўз мақсадларига эришишларини, биринчи ўринда ишнинг даромадлилигини қай тарика ошириш мумкинлигини кўрсатиб беради. Яхши ишлаб чиқилган бизнес режа фирмани ўсиб боришга, бозорда ўз мавқеини қўлга киритишга, ўз тарақиётининг истикболларини белгилаб олишга ва янги товарлар чиқариш ҳамда хизмат турларини яратишга ҳамда мўлжалларни тўғри амалга оширишга ёрдам беради.

Бизнес режа доимий хужжат бўлиб, у мунтазам янгиланиб борилади, унга ҳам фирманинг ичида, ҳам умуман иқтисодиётдаги шароитларга қараб, рўй берган ўзгаришлар киритилади.

Бизнес режа фирманинг муайян бозордаги фаолиятнинг аниқ йўналишини ўрганиш мақсадида ўтказиладиган тадқиқотлар ва ташқилий ишнинг нағижаси бўлгани сабабли, у қуйидагиларга асосланади:

- маълум товарни ишлаб чиқаришнинг аниқ лойиҳасига, янги турдаги буюмлар яратиш ёки янги хил хизматлар кўрсатишга;
- фирманинг заиф ва кучли томонларини аниқлаб, ўзига хос хусусиятларини ва ўзига ўхшаш бошқа фирмаларлардан фарқларини аниқлаб олиш мақсадида, ҳар томонлама ўтказиладиган ишлаб чиқариш, хўжалик ва тижорат таҳлилига;
- аниқ вазифаларни амалга ошириш учун қўлланиладиган молиявий, техник-иқтисодий ва ташқилий механизмларга.

Бизнес режа бир қанча вазифаларни ҳал қилишга имкон беради, буларнинг асосийлари қуйидагиларидир:

- фирма тараққиёти йўналишларининг иқтисодий жиҳатдан мақсадга мувофиқлигини асослаш;
- фаолиятнинг кутилаётган молиявий натижаларни, сотув ҳажмларини, сармоядан олинадиган даромадлар, фойдани ҳисоблаб кўриш;
- танлаб олинган стратегияни амалга ошириш учун керакли маблағлар манбаини, яъни молиявий ресурсларни жамлаш усулларини белгилаш;
- мазкур режани амалга ошира оладиган ходимларни танлаб олиш.

Режанинг ҳар бир бандини бошқа бандлар билан боғланган ҳолда олиб ечиш мумкин. Бизнес режа бўлғуси шериклар билан музокоралар олиб борилаётганда бизнес таклиф учун асос бўлиб хизмат қилади, у фирманинг асосий ходимларини ишга таклиф этишда катта рол ўйнайди. Бизнес режа фирманинг нафақат ички хужжати бўлибгина қолмай, балки ундан инвесторлар ва кредиторларни таклиф қилишда ҳам фойдаланиш мумкин.

Бизнес режа у тадбиркорга танглик ҳолатларини тўғри баҳолаш имконини беради ва ундан олиб чиқиб кетиш йўлларини кўрсатади. Бу ўз навбатида бошқарув самарадорлигини ортишини характерлайди. Қўшимча маълумот келиб тушиши ва маълум тажрибага эга бўлиш билан мақсад ва вазифа мосланиб олинади. Бизнесрежанингбошмақсади - фирманининг кўзлаган мақсадига

эришиши, режа-иқтисод бўлими ходимларига ва сармоядорларга танланган йўлнинг мақсадга мувофиқлигини кўрсатиб беришдир.

Бундан ташқари бизнес режа тадбиркорларнинг қуйидаги саволларига жавоб ҳам беради:

- Бизнеснинг жорий ҳолати (Биз қаерда турибмиз?);
- Кўзланган мақсад (қайси томонга ҳаракат қилмоқдамиз?);
- Энг қулай йўл (мақсадга қандай эришамиз?).

Бундан шуни хулоса қилишимиз мумкинки, бизнес режада ҳозирги ҳолатда кўзланган мақсадга эришишнинг самарали йўллари кўрсатилиши жорий мақсадларга эришиши ўрта ва узок даврлардаги вазифалари ҳал этилиши акс эттирилади.

Хулоса қилиб айтишимиз мумкинки, бизнес режа тадбиркорларнинг иш қуроли бўлиб, ривожланаётган кичик бизнес субъектлари фаолиятида катта аҳамиятга эга.

Кўпчилик иш юритувчилар, тадбиркорлар, корхона (фирма) раҳбарлари «Бизнес режа» қачон керак дейилганда, банкдан ссуда ёки сармоядордан қарз маблағи олишда зарур бўладиган ҳужжат деб ҳисоблайди. Шу сабабли айрим қўшимча маблағ талаб этилмайлиган, корхоналар бизнес режа тузмайдилар. Ўз навбатида режалаштириш жараёнини тўлиғича тўғри тушунмайдилар ва унинг афзаллиги, фойдаси ҳақида етарли тасаввурга ҳам эга бўлмайдилар. Бундай қарашлар нотўғри ҳисобланади. Мулк формасидан қатъий назар барча тадбиркорлик фаолияти учун бизнес режа зарурдир. Бизнес режалар кимларни кўпроқ қизиқтиради. У асосан хўжалик фаолият юритувчилар ва инвестиция (сармоя)га мухтож бўлганлар учун тузилади. Содда қилиб бизнес режалардан фойдаланувчиларни қуйидаги 3 гуруҳга киритиш мумкин:

1. Иш юритувчилар.
2. Мулкдорлар.
3. Сармоядорлар.

Иш юритувчилар одатда бизнес режа тузувчиси ва бажарувчи ҳамдир. Кам эътибор берилсада, иш юритувчининг имконияти бизнес режада эмас балки уни режалаштириш жараёнида юқори бўлади. Мулкдорнинг бизнес режа тузишдан манфаатдор бўлиши ўз фирмасини келгусидаги ривожланиши ҳақида маълумотга эга бўлишдир. Кичик корхоналарда иш юритувчи бир вақтнинг ўзида мулкдор ҳам бўлиши мумкин ёки ҳар хил ролни бажариши ҳам мумкин, яъни бизнес режа ташкилотчиси, бажарувчиси ва назорат олиб боровчиси. Одатда бизнес режалар банклар учун тузилади. /арб банкларининг кўпчилигига бизнес режаларни тақдим этилиши мажбурийдир. Кредит берувчилар бизнес режани ахборотларни қўшимча манбаи сифатида кўрадилар, яъни кредит бериш ҳақидаги қарорларни қабул қилишда унга асосланадилар. Аммо кредит аниқ бир шахсларга белгиланган мақсадлари учун берилади. Бундан кўриниб турибдики, мақсадни ҳам билиб олиш

фойдадан холи булмайди.

Бизнес режа тузилиши иш юритувчи, мулкдор ва сармоядор учун манфаатлидир.

Бизнес режа хақида гап юритишдан олдин бизнесни баҳолаш бош ролни ўйнайди. Бу ерда биз бизнесни таҳлил этишимиз лозим.

Бизнес таҳлил - бу корхоналарда самарали режа ишлаб чиқишнинг зарурий шартларидан бири ҳисобланиб, уларда ташқи ва ички муҳит ҳолатлари хақида кенг маълумот берилади. У ташкилотнинг ички ва ташқи талабларига мувофиқлигини аниқ маълумотлар асосида баҳолайди.

Ташқи муҳит таҳлили жараёни бу - бошқарувчи ёки тадбиркорга ташқи хавфни имкониятни баҳолаш, қўзланган мақсадга эришишдаги тўсиқ ва муаммоларни олдиндан билиш имконини беради. Ташқи муҳит омилларига қуйидагилар киради: маҳсулот ишлаб чиқариш ва тармоқ ривожланиши истиқболлари; рақобат ҳолати; маҳсулотнинг истеъмолчилари (харидорлар); сотиш фаолияти; макромуҳит ривожланиши тенденцияси ва бошқалар. (5-жадвал)

Улар асосан корхонанинг мавжуд имкониятларига боғлиқ бўлмайди.

5 - Жадвал.

Бизнесга таъсир этувчи муҳитлар таркиби

Ташқи муҳит	Ички муҳит
1. Маҳсулот ва тармоқ ривожланиши истиқболлари	1. Маркетинг
2. Рақобат ҳолати.	2. Молия
3. Маҳсулот истеъмолчилари	3. Ишлаб чиқариш фаолияти
4. Сотиш фаолияти.	4. Инсон омили (одам манбалари)
5. Макромуҳит ривожланиши тенденцияси.	5. Административ фаолият.

Ички муҳит таҳлили бу корхонанинг барча фаолиятига услубий жиҳатдан баҳо беришдир. Унинг омилларига қуйидагилар киради: маркетинг; молия; ишлаб чиқариш фаолияти; инсон омили; административ (маъмурий) фаолият.

Ички муҳитни таҳлил этиш ёрдамида корхонанинг кучли (ижобий) ва кучсиз (салбий) томонлари аниқланади ва келгусида улардан оқилона фойдаланиш тадбирлари белгиланади. Бундан ташқари муваффақиятсизлик сабабларини ўрганиш имконияти туғилади. Ички муҳит таҳлили ёки ўз-ўзини таҳлил этиш корхонанинг барча фаолиятига услубий баҳо беришдир. Унинг ёрдамида: корхонанинг кучли ва кучсиз томонларини аниқланади, унга ёрдам бериш йўли шакллантирилади, жорий йилда турли вазифаларни ҳал этиш ва муваффақиятсизлик сабабларини ўрганиш имкони туғилади.

Бизнес режани тузиш тартиби

Бизнес режа фирманинг ички хужжати бўлибгина қолмай, балки ундан ивесторлар ва кредиторларни таклиф қилишда ҳам фойдаланиш мумкин. Инвесторлар таваккал қилиб, сармоя беришдан аввал лойиҳанинг синчиклаб ишлаб чиқилганлигига ишонч ҳосил қилишлари ва унинг самарали эканлигидан хабардор булишлари керак. Бизнес режада асосий, муҳим масалалар ёритилган, унинг материали раво ва тушунарли қилиб баён этилган бўлиши керак. У ҳар хил тоифадаги одамларга, ҳатто маҳсулот ва бозор тўғрисидаги билимлари чекланган кишиларга ҳам тушунарли бўлмоғи лозим.

Бизнес режанинг ҳажми 7 бетдан 50 бетгача бўлиши мумкин, имкон қадар уни 50 бетдан ошмайдиган бўлишига ҳаракат қилиш керак. Бизнес режаларни тадбиркор, менежер, консалтинг ташкилоти тайёрлаши мумкин. Менежерда янги маҳсулот тайёрлашни ўзлаштириб олиш, янги хил хизмат кўрсатиш фикри пайдо бўлган бўлса ёки у ўз концепциясини мустақил равишда амалга оширишга аҳд қилган бўлса, у ўз бизнес режасини яратади.

Бизнесни режалаштиришнинг биринчи қадамларидан бири юқори малакали кадрларга асосланган ишчи гуруҳни ташкил этиш ҳисобланади.

Ушбу гуруҳга ўта масъулиятли вазифа юклатилиб, корхона учун бизнес режа ишлаб чиқиш ва бозор шароитида муваффақиятли ишлаш имконини яратиб беришдир. Бутун бир «Бизнес режа» ва унинг бўлимлари кенг ва ҳар томонлама муҳокама қилиниши зарур. Бизнес турига қараб ишчи гуруҳ таркибига маркетинглар, ҳуқуқшунослар, инженер-техник ходимлар, иқтисодчилар, социологлар жалб этилиб улар таркибидан майда ишчи гуруҳлар ташкил этилиши мумкин. Ҳар бир гуруҳга маъсулиятли шахс ёки раҳбар тайинланади. Бизнес моҳиятидан келиб чиқиб аниқ топшириқлар берилали ва уларни бажаришнинг аниқ муддати белгиланади. Агар бизнес режа ишлаб чиқишда маълум бир чегараланган шахслар иштирок этса, ушбу бизнес ўта юқори муваффақиятга эришмайди. Шу мақсадда бизнес режа ишлаб чиқишга корхонанинг барча асосий бўлимлари бошлиқлари (менеджерлари)ни жалб этилиши мақсадга мувофиқлир. Чунки улар доимий равишда раҳбарият олдида режа бажарилиши ҳақида ҳисобот бериб турадилар.

Бизнес режани яратишда унда иштирок этадиган концепция муаллифларидан ташқари кредит бозорининг хусусиятларини, қаерда бўш сармоялар борлигини, мазкур бизнесни таваккалчилик даражаси, ҳаттарли томонларини биладиган молия ходимлари ҳам фаоллик билан қатнашадилар. Бизнес режани ишлаб чиқадиған мутахассислар гуруҳининг асосини иқтисодчилар, маркетинг ва молиячилар ташкил этади.

3. Бизнес режанинг структураси ва мазмуни.

Бизнес режалар таркибий тузилиши (структураси) дейилганда биз унда ёритиладиган материаллар қисқача тавсифига эътибор берамиз. Агар корхона ўз фаолиятига четдан сармоя (капитал) жалб қилишни назарда тутса, банклар ва инвестицион компаниялар учун бизнес режа визит карточкаси вазифасини ўтайди. Унинг яна бир вазифаси имкониятли (потенциал) инвесторни корхона билан яқиндан таништириш ва ҳамкорликда ушбу лойиҳани жорий эттишга

ундаш хисобланади. Хар бир корхона ўз-ўзига бизнес режа тузади, уларнинг режа тузишдаги тутган йўллари, режанинг тузилиши бизнес характеридан, аниқ мақсадидан ва қарз берувчининг алоҳида талабларидан келиб чиқади. Масалан: саноат маҳсулоти ишлаб чиқарувчиларнинг бизнес режаси билан аҳолига сервис хизмат кўрсатувчилар режаси бир биридан тубдан фарқ қилади. Бизнес режага қўйилган талаблар ўзгариб туради: биринчидан; у инвестиция жалб этишга қаратилганми; иккинчидан; корхонага раҳбарлик қилишдаги ички хужжат вазифасини ўтайдими. Аммо бизнес режалар тузилиш шаклидан қатъий назар, шундай асосий саволлар борки, бизнес режа тузишда улар хар томонлама ўйланиши, баҳолиниши ва акс эттирилиши даркор.

Хозирги кунда жаҳон амалиётида бизнес режаларнинг 5 бўлимдан тортиб 18 бўлимгача тузиб чиқилган кўринишлари мавжуд. Бизнес режалар таркиби одатда бизнес мазмуни, моҳияти, доираси ва даражасидан келиб чиқиб белгиланади. Аниқ тасаввур хосил қилиш мақсадида айрим мисоллар келтираимиз.

Бизнес режалар тахминий тузилиши.

- 1 бўлим. Фирма имкониятлари (кириш).
- 2 бўлим. Товарлар (хизматлар) турлари.
- 3 бўлим. Товарларни (хизматлар)ни сотиш бозорлари.
- 4 бўлим. Сотиш бозорида рақобат ҳолати.
- 5 бўлим. Маркетинг режаси.
- 6 бўлим. Ишлаб чиқариш режаси.
- 7 бўлим. Ташкилий режа.
- 8 бўлим. Фирма фаолияти ҳуқуқий таъминоти.
9. бўлим. Таваккалчиликни баҳолаш ва суғурта.
- 10 бўлим. Молия бўлими.
- 11 бўлим. Молиялаштириш стратегияси.

Бизнес режалар таркибий тузилишини аниқ бир стандарти мавжуд эмас шу сабабдан хар бир тадбиркорлик субъекти ўзининг имкониятлари ва мақсадидан келиб чиқан ҳолда ўз режасини тайёрлайди. Юқорида келтирилган бўлимлар тахминий бўлиб, улар ўзгариши мумкин. Лекин шуни айтиш зарурки хар қандай бизнес режалар таркиби қуйидаги бўлимлар асосида ташкил этилади, яъни ушбу бўлимлар хар қандай бизнес режалар таркибида бўлади.

1. Титул рўйхати ва кириш.
2. Маркетинг режаси.
3. Ишлаб чиқариш режаси.
4. Ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва бошқариш режаси.
- 5 Молиявий режа.

Бизнес режа бўлимлари ўртасидаги ўзаро боғлиқликни таъминлаш мақсадида баъзи маълумотлар бир неча бўлимларда қайтарилиши мумкин. Бизнес режалар текст шаклида ёритилиши зарур, унда келтирилган хар бир жадвал маълумотлари тахлили келтирилиши керак.

Бизнес режа асосий бўлимлари тавсифи.

Бизнес режа мўлжалланаётган лойиҳанинг табиатидан келиб чиқиб, уни ўзига хос хусусиятларини акс эттирадиган бўлиши керак. Аммо бизнес режалар аксарият ҳолларда ҳужжатнинг мазмунидан қатъий назар бир қатор саволларга жавоб бериши керакки, кўппинча бу умумий кўринишни ҳосил қилади. Қуйида бизнес режа бўлимларининг мазмуни ва таркиби ҳақида қисқача тўхталамиз.

1 бўлим: Титул рўйхати ва кириш.

Бизнес режа титул рўйхатида қуйидаги маълумотлар акс этирилиши керак:

- ◆ корхона номи;
- ◆ манзили, телефон ва факс;
- ◆ мулк шакли;
- ◆ ташкилотчилар исми шарифи, фамилияси, манзили;
- ◆ корхона фаолияти ва бизнес характери;
- ◆ банк реквизитлари;
- ◆ лойиҳа қиймати;
- ◆ молиявий маблағларга бўлган эҳтиёж ва молиялаштириш манбалари, шартлари;
- ◆ бизнес режа тузилган кун;
- ◆ бизнес режа тузувчи исми ва фамилияси;

Бизнес режани кириш қисмида бизнеснинг мазмуни қисқа ва аниқ тасвирланган бўлиши керак. Бундан бизнеснинг мақсади ва стратегияси ёритилиши, маҳсулот ва кўрсатилган хизматнинг алоҳидалиги ифодаланиши керак. Бир сўз билан айтганда кириш қарз берувчи ва инвесторни бизнес режада ёритилган текст билан тўла танишишга мажбур этиши зарур.

Агар корхона бизнес режасининг кириш қисми инвесторни жалб қила олган бўлса, ишнинг ярми бажарилди деб ҳисоблаш мумкин. Чунки бу қисм инвестор учун етарли бўлади, белгиланган миқдорда қарз бериш учун бизнес режани тўла матни билан танишиши шарт эмас. Шундай қилиб бизнес режада асосий ҳолатлар, молиявий маблағга эҳтиёж, бозор имкониятлари ва бошқа ҳолатларга асосланган маълумотлар кўрсатилиши керак.

Одатда кириш резюме (хулоса) шаклида ёзилиб, у 2 - 4 бетни ўз ичига олади. У бизнес режанинг барча бўлимлари тузиб чиқилгандан сўнг ёзилади.

Кириш қисмини ёзишда тадбиркорлардан қуйидагиларга алоҳида эътибор бериш талаб этилади:

- корхона фаолият кўрсатиши учун кўзда тутилган технология ҳолати;
- ўтган фаолият даври ҳақида қисқача ҳисобот (таҳлил) маълумотлари;
- етарли даражада малакали ходимлар мавжудлиги ҳақида маълумотлар;
- кўзлаган мақсад ва молиявий нагизаларни қисқача мазмуни ва натижалари;
- зарурий маблағнинг ҳажми, шаклланиш механизми, муддати ва кредитни қайтариш

қобилияти ва хоказо.

2 бўлим: Корхона фаолияти ва уни келтусида ривожлантириш.

Бизнес режанинг ушбу бўлимида корхона фаолиятига кенг ва ҳар томонлама тавсифнома берилади. Тавсифномада ўтган даврда эришилган ютуқлари, бугунги кундаги ҳолати ва келгусида ривожланиши учун зарур ҳолатлар таҳлили кенг ёритилади. Бу бўлимни асосий элементлари қуйидагилардан иборат бўлади:

- корхонанинг ўтган даврдаги фаолияти, мулк шакли даражаси бугунги кундаги ва келгусидаги мақсади;
- фаолият тури (чакана савдо, ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш);
- корхонанинг тармоқда тутган ўрни (аниқ бир маҳсулот, бозор сегменти ва мавжуд рақобатчилар бўйича);
- корхонанинг асосий мақсадлари;
- бизнесни ташкилий шакли ва кутилаётган ўзгаришлар;
- ташкилотчилар, асосий инвесторлар ва раҳбарлар;
- ўтган даврдаги ютуқлари ва ҳозирги кундаги кучли томонлари;
- ўтган даврдаги муаммолари ва ҳозирги кундаги кучсиз томонларни;
- фойдаланилаётган технологиянинг ҳолати;
- корхонанинг жойлашган ўрни, афзаллиги, камчилиги.

Юқоридагилардан кўриниб турибдики, бу бўлимдаги маълумотларнинг кўпчилиги ўтган давр ва ҳақиқий ҳолатга асослангандир. Кам ҳолатларда келгуси даврда ривожланиш ҳақида маълумотлар берилади. Барча талаб этилган маълумотларнинг ёритилиши бизнес режа сифатини ошишини таъминлайди.

3 бўлим: Ишлаб чиқариладиган маҳсулот (кўрсатиладиган хизмат) турлари.

Ишлаб чиқариладиган маҳсулот (кўрсатилган хизмат) турлари корхона бизнес режасини асосий бўлимларидан биридир. Бу бўлимда асосий эътибор ишлаб чиқарилаётган маҳсулотга тўла тавсифнома бериш ёки маҳсулотнинг рақобатбардошлиши, афзалликлари ва камчиликларини ёритишга қаратилади, яъни:

- * маҳсулотга тавсифнома (товарнинг ижобий томонлари, алоҳидалиги ва бошқа маҳсулотлардан фарқ қилиши сабаблари);
- * маҳсулотлар (хизматлар) ассортименти;
- * маҳсулот ёки хизмат тури бўйича фойда ва реализация қилинган маҳсулотлар таннари;
- * харидор, яъни маҳсулотни охирги истеъмолчиси;
- * ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш ҳукуқи;

Айрим ҳолларда бўлимга қўшимча бўлинма киритилиши мумкин. Масалан: янги турдаги маҳсулотлар ишлаб чиқариш, янги технологияни жорий этиш кабиларни алоҳида бўлим сифатида

ёритилиши мақсадга мувофиқдир.

Ушбу бўлим кўп ҳолларда маркетинг таҳлили бўлими таркибига киритилади.

4 бўлим: Тармоқ фаолият таҳлили.

Тармоқ фаолияти таҳлили. Бизнес режанинг асосий бўлимларидан бири ҳисобланади. Бўлимнинг вазифаси корхона фаолият кўрсатаётган тармоқ ишини таҳлил этиш ҳисобланади. Бизнес режада тармоқда яратилган ва ишлаб чиқариш кўзда тутилаётган янги маҳсулотлар ҳақида ҳам маълумотлар бериб борилади. Бу бўлимнинг яна бир асосий қисми рақобатни (баҳолаш) таҳлил этишдир. Шунинг учун бизнес режада рақобатчилар, уларнинг кучли ва кучсиз томонларини ёритиш мақсадга мувофиқдир. Бундан ташқари асосий мол етказиб берувчилар ва харидорлар ҳақида ҳам тўла маълумотлар бериб борилишига эътибор қаратилиши лозимдир. Ушбу бўлимни ишлаб чиқишда қуйидаги саволларга жавоб беришимиз керак:

- * корхонани келгусида ривожланишига таъсир этувчи тўсиқлар, янги корхоналарни тармоқ таркибига қўшилиши ва тармоқ таркибидан чиқарилиши;
- * технологияни модернизация ва янгилашда тармоқнинг роли;
- * фаолиятни тартибга солишни ҳуқуқий асослари;
- * тармоқнинг режадаги ривожланиши;
- * сўнгги йилларда тармоқ таркибга кирган корхоналар сони;
- * тармоқда охириги йилларда юзага келган янги маҳсулотлар;
- * асосий рақиблар ва уларнинг бозордаги ўрни;
- * асосий рақибларнинг маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини ортиш суръатлари;
- * ҳар бир рақибнинг кучли ва кучсиз томонлари;
- * бош рақибнинг молиявий аҳволи;
- * асосий истеъмолчилар ҳақида маълумот;
- * рақиб маҳсулотларига нисбатан харидорларнинг асосий фикрлари ва хоказо.

Юқоридаги саволларни етарли даражада ёритилиши бизнес режа муваффақиятининг гаровидир.

5 бўлим: Маркетинг таҳлили.

Бизнес режанинг яна бир муҳим бўлими маркетинг таҳлили бўлиmidир. Бизнес режани ушбу бўлими жуда катта эътибор берилган ҳолда чуқур таҳлил этилиб тайёрланиши керак. Бозорни маркетинг таҳлили ўта аниқ, реал асосланган бўлиши шарт. Сабаби бозор ҳолати имкониятли инвестор билан тадбиркор ўртасидаги муносабатни шакллантиради. Айрим ҳолларда жуда яхши маҳсулот ҳам тижорат муваффақиятига эга бўлмаслиги мумкин. Чунки инвестор уни керакли деб ҳисобламайди. Яъни бозор имкониятларини тўла таҳлил эта олмайди ёки бир сўз билан айтганда маҳсулотни тўла баҳолай олмайди.

Бу бўлимнинг бош вазифаси бозор имкониятларидан келиб чиқиб корхона кўзлаган

мақсадига эриша олишлигини кўрсата билишидир. Маҳсулотни бозорда муваффақиятли сотилиши, маҳсулотни ишлаб чиқаришдаги берилган эътиборга ҳам боғлиқдир. Бизнес режаларда маркетинг стратегиясини шакллантириш мақсадида куйидаги саволларни ёритилиши шартдир:

- * танланган бозор ҳақида маълумотлар;
- * танланган бозор сегментлари;
- * рақиблар: номи; ҳажми; бозордаги ҳиссаси; афзаллиги ва камчиликлари;
- * харидорлар, уларнинг маҳсулот тўғрисидаги фикрлари, сотиб олишнинг асосий сабаблари;
- * Корхонанинг ҳозирги кундаги ва келгусида кўзланган бозордаги ҳиссаси;
- * кафолат ва сотишдан кейинги хизматлар соҳасидаги сиёсати;
- * маркетингнинг тадқиқотлар ўтказишнинг аниқ усуллари;
- * баҳони шаклланиши, бозор таҳлилидан келиб чиқиб уни белгилаш ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ва кўрсатилган хизмат харажатларига асослаш;
- * товарлар ташқи кўриниши маҳсулотлар сифатга тавсифномаси;
- * маҳсулотни тақсимлаш усули ва йўллари;
- * сотиш стратегияси;
- * имкониятли харидорлар сони ва уларни қайерда жойлашганлиги;
- * қайси бозорлар тўғридан-тўғри сотиш бўйича қамраб олиш мумкин, қайсиларига товар хом ашё биржалари, брокерлар, диллерлар ва дистрибьюторлар оркали кирилади;
- * реклама қандай кўринишда танланган ва уни бозорга мослаштирилганлиги.

Юқоридаги маълумотлар илмий жихатдан асосланган бўлиши фойдадан холи эмас. Маркетинг режаси бизнес режанинг муҳим қисмидир. Унда маҳсулотлар тақсимланиши, баҳони ўрганиш, бозорда маҳсулот ҳаракати ҳақида маълумотлар доимо бериб турилади. Бундан ташқари айрим маҳсулотлар турлари бўйича фойдалилик ҳақида олдиндан маълумотлар берилиши мумкин. Потенциал инвесторлар маркетинг режани корхона иши муваффақиятининг критик шартлари деб қарайдилар.

6 бўлим: Корхона ишлаб чиқариш режаси.

Корхона ишлаб чиқариш режаси бўлими бизнес режанинг ядровий бўлимларидан бири ҳисобланади. Ишлаб чиқариш фаолиятини техник иқтисодий жихатдан асослари бизнес характерида келиб чиқиб белгиланади.

Бу ерда режада ишлаб чиқарилиши керак бўлган маҳсулот бўйича мавжуд кўзда тутилган жараёнлар ва активлар тасвирлаб берилади. Агар корхона қайта ишловчи ёки саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарадиган бўлса ишлаб чиқариш режаси зарур бўлади. Бу бўлимда ишлаб чиқариш ва технологик жараён тўла тасвирланган бўлиши керак. Режадаги тадбирлар босқичлар бўйича жуда аниқ шаклга эга бўлиши лозим. Масалан янги турдаги маҳсулотни ишлаб чиқиш, тайёрлаш муддати, истеъмол бозорини ташкил этиш, бозорга маҳсулотни олиб чиқиш даври ва хоказо. Бундан ташқари бу бўлимда ишлаб чиқариш куввати, ходимлар сони, хом ашё материаллар манбаи ва сотишдан кейинги хизматлар стратегияси кўрсатилган бўлиши керак. Корхона ишлаб

чиқариш режаси бўлимини ишлаб чиқишда қуйидаги саволларга тўла жавоб берилиши керак. Бу бўлимни ишлаб чиқишда қуйидаги саволлар ёритилиши шарт:

- ишлаб чиқариш харажати хажмини жорий ва режадаги миқдори;
- ишлаб чиқариш жараёнини назорат қилиш тартиби ва ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар сифати;
- хом ашёларни сотиб олиш билан боғлиқ бўлган харажатлар;
- хом-ашё ва материалларни асосий етказиб берувчилар: номи, жойлашган ўрни, маҳсулот етказиб бериш шarti, афзалликлари ва камчиликлари, кутилаётган ўзгаришлар;
- жой мавжудлиги, жойга бўлган тўла эҳтиёж, уни таъминлаш йўллари (хусусий ёки ижара);
- корхонада мавжуд ишлаб чиқариш қувватлари, шуларнинг қайси қисми корхонани ўзига қарашлилиги, афзаллиги, камчилиги, таклиф этилаётган ўзгаришлар;
- мавжуд технологияни ҳолати, уларни таъмирлаш ва модернизация қилиш тартиби;
- ишлаб чиқариш учун зарур бўлган қурилмалар рўйхати, келгусида қурилмалар сотиб олиш учун ажратилаётган капитал маблағлар;

Ташқи инвесторлар ишлаб чиқариш режасининг стратегик элементларига қизиқади, яъни ҳақиқий ва режадаги ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланиш даражаси, инфраструктура ҳолати, тармоқнинг меҳнат муносабатлари, стратегик иттифоқчилари (шериклари) технологик имкониятлари ва захира (манба)лари билан. Инвестор учун энг зарури янги капитални миқдоридир. Уни келгуси ишлаб чиқаришни ривожланишини таъминлашга, янги бозор ташкил этишга ишонч ҳосил қилдириши ва мавжуд бозорларни сақлаб қолишдан фойда кўришининг қафолати бўлиб хизмат қилади. Корхона учун эса ишлаб чиқариш режаси катта аҳамиятга эга. Ишлаб чиқариш ва молиявий манбаларни бошқаришни осонлаштиради. Айниқса, ишлаб чиқариш қувватини ишчи кучи, молия ва материал манбаларга бўлган эҳтиёжни аниқлайди. Ишлаб чиқариш режаси хом ашё ҳолати, сотиш ҳажми ва маркетинг таҳлилига асосланиши керак. Бу бўлимда ҳар бир маҳсулотлар тури бўйича меҳнат ва материалларни нисбий нормативи аниқланиши ва ёритилиши керак, шу билан бирга маҳсулот ишлаб чиқариш жараёни тўла кетма-кетликда берилиши зарур.

Меҳнат ресурси ва қурилмаларга, бўлган эҳтиёж ишлаб чиқариш ҳажмига асосланган ҳолда аниқланади. Улардан харажат сметаси, ишчи кучидан фойдаланиш режаси ишлаб чиқариш графигини тузишда фойдаланилади.

7 бўлим: Изланувчанлик ва янгиликларни жорий этиш режаси.

Агар ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар ёки кўрсатиладиган хизматларни келгусида янада такомиллаштириш зарур бўлса, бизнесни доимий равишда илмий изланиш ва тажриба конструкторлик ишлари билан боғлиқ равишда олиб борилиши шартдир. Шу мақсадда асосий эътиборни изланувчанлик ва янгиликларни жорий этиш бўлимида қуйидаги масалаларни ёритишга

қаратмоғимиз лозим:

- ◆ технологияни жорий этиш ва ишлаб чиқариш жараёнининг ҳозирги ҳолати;
- ◆ иш ҳажми, жараёнини яқунлаш учун зарур бўлган ходим, моддий техник база, харажат ва молиялаштириш манбалари ҳамда кутилаётган муаммолар;
- ◆ кўзда тутилаётган ва ўтказилаётган янги илмий изланишлар: вазифа, маблағ, эҳтиёж, харажат ва молиялаштириш манбалари ҳамда ундан кутилаётган ютуқлар.

Бу бўлимда маҳсулотлар рақобатбардошлигини оширишдаги илмий изланиш ва тажриба конструктордик ишлари аҳамиятиши аниқ кўрсата билиш зарур. Бўлимни ёритишда маҳсулот афзаллигига, харажатларни қоплаш муддатини юқориликка алоҳида эътибор бериш керак. Янги турдаги маҳсулот ёки янги технологик жараёнлар яратилишини, мавжуд маҳсулотларни модернизация на модификация қилишни алоҳида ажратиб кўрсатиш лозимдир.

Шу жумладан корхонадан барча турдаги капитал маблағлар талаб қилувчи тадбирлар ҳам ушбу бўлимда кўрсатилиши мақсадга мувофиқдир.

Ушбу бўлим кўп ҳолларда ишлаб чиқариш режаси таркибида ёритилади.

8 бўлим: Корхонада меҳнатни ташкил қилиш ва бошқариш режаси.

Корхона (фирма)ларда меҳнатни ташкил қилиш ва бошқариш бизнес режаларнинг муҳим бўлимларидан биридир.

Бизнес режанинг ушбу бўлимида корхонанинг ташкилий бошқарув тузилиши (бошқарув структураси) ва асосий раҳбарларига тавсифнома берилади. Бошқарув тизмини расм кўринишида тасвирлаш мақсадга мувофиқдир. Бу ерда ҳар бир раҳбарнинг ҳуқуқи, бурчи ва жавобгарликлари кўрсатилиши керак. Бўлимда қуйидаги тартибда саволларга жавоб бериш керак:

- * ҳозирги ташкилий тузилиш ва кутилаётган ўзгаришлар;
- * корхона ташкилий ҳуқуқий даражаси ва мулк шакли;
- * агар ўртоқлик уюшмаси бўлса - шериклар ва уларнинг асосий шартлари;
- * агар хиссадорлик жамияти бўлса - ким асосий хиссадор, унинг акциядаги хиссаси (улуши);
- * чиқарилган акция тури, миқдори, овозга эга ва эга эмаслиги;
- * қарор қабул қилиш жараёни ва унинг умумий тартиби;
- * асосий раҳбарлар ва мулк эгалари: маълумоти, мутахассислиги, тажрибаси бурчи ва жавобгарлиги, тақдирланиши;
- * ҳар бир менежерлар ойлик иш ҳақлари, мукофотлар ва бошқа турдаги тақдирланишлари.

9 бўлим: Таваккалчиликни баҳолаш.

Ҳар қандай бизнес ўз фаолияти давомида маълум бир таваккалчилик билан боғлиқ бўлади. Ушбу таваккалчилик тармоқ хусусияти, рақобат шартлари, республика иқтисоди ва сиёсий ҳолатлардан келиб чиқади. Демак бизнес режада корхонанинг келгуси 2-3 йил ичида дуч келадиган муаммо ва қийинчиликларни ҳисобга олиниши керак. Бу ерда асосийси, раҳбарнинг таваккалчиликни аниқлаши ва у билан курашишнинг самарали йўлини танлашига боғлиқ.

Бизнес режани ушбу бўлимида мумкин бўлган таваккалчилик ҳолатларини имкониятли муаммоларини ёритиш керак. Чунки улар корхона стратегиясини амалга оширишда тўсқинлик қилиши мумкин. Бизнесда таваккалчилик рақибларни тўғри баҳолай олмасликда, ишлаб чиқариш, маркетинг ва бошқариш ходимларини малакаси пастлиги, техника соҳасида янги ютуқларни юзага келиши оқибатида юзага келади. Янги техникани юзага келиши ўз навбатида ишлаб чиқарилаётган маҳсулот маънавий эскиришга олиб келади.

Хар бир қўрилаётган таваккалчиликга унинг таъсирини камайтириш тадбирлар режаси берилиши керак. Бу режа ва стратегиялар мавжуд ҳолат юзага келганда тузилади ва потенциал инвесторга раҳбар таваккалчиликни асосий томонларини тушуниши ва тегишли қарор қабул қилишига тайёр эканлигини кўрсатади.

Бу бўлимнинг асосий кўрсаткичи раҳбарнинг корхона олдига қўйган мақсадига эришишига хавф туғдирадиган ҳолатни сезиши ва самарали йўл тутишига тайёр эканлиги ҳисобланади.

10 бўлим: Корхона молиявий режаси.

Молиявий режа ишлаб чиқариш, ташкил этиш ва маркетинг режалари каби бизнес режанинг асосий бўлимларидан биридир. У ишлаб чиқариш ва бизнес учун зарур бўлган имкониятли инвесторни аниқлайди ва шу билан бир қаторда бизнес режа иқтисодий жихатдан бажарилиши мумкин эканлигини кўрсатади.

Бизнес режа тузиш аввалида корхона фаолиятини фойдали эканлигига тўла баҳо берилиши керак. Бу баҳо биринчи навбатда имкониятли инвесторлар учун ҳам зарур. Бизнес фойдалими? Қанча маблағ зарур бўлади, бизнесни бошлаш ва қисқа муддатли молиявий эҳтиёжни қондиришда қай йўл билан бу пул олинishi мумкин? Юқоридаги муаммоларнинг барчаси бизнес режанинг молиявий режа бўлимида ҳал этилади.

Маҳсулот ишлаб чиқаришнинг қутилаётган ҳажми ва ўша даврга мос харажатлар уч йилга умумлаштирилган бўлиши керак: биринчи йилги кўрсаткичлар ойларга бўлиб кўрсатилиши шарт. Бу ерда маҳсулот таннари, умумий ва маъмурий харажатлар ҳисобланиши зарур. Шундан сўнг белгиланган солиқлар тартиби ва ставкалари асосида корхонанинг солиқ тўлангандан сўнгги соф фойдасини аниқлаш шарт. Қутилаётган маҳсулотларни сотиш ҳажми ва харажатлар суммаси биринчи ўн икки ойга ва кейинги йилларга аниқлашда бозор ҳақидаги маълумотларга таяниш керак. Молиявий соҳадаги ахборотнинг иккинчи асосий томони, бу икки уч йил ичидаги пул оқими ҳаракати яъни, биринчи йилга ойлар бўйича қутилаётган пул оқимларини баҳолаш ва таҳлил этиш корхонани харажатларини йилнинг тегишли муддатларида қоплай олишини билдиради. Пул оқимларини олдиндан билиш учун бошланғич нақд пул маблағларига қутилган дебиторлик қарз суммаси ва бошқа тушумларни аниқлаши шарт. Шу жумладан ойлар бўйича йил давомидаги барча тўловлар ёритилиши керак. Тўловлар йилнинг ҳар хил муддатларида амалга оширилар экан, нақд пулга бўлган эҳтиёж ойлар бўйича аниқланиши зарур, айиикса биринчи йилида бунга кўпроқ аҳамият берилади.

Бизнес режаларнинг молиявий режа бўлими ўз навбатида бир неча қисмларга бўлиниб,

биринчи қисмида қуйидаги молиявий режа ва ҳисоботлар киритилиши шарт:

- корхонанинг ўтган давр ҳолати бўйича молиявий маълумотнома;
- охирги уч йил бўйича фойда ёки зарар ҳисоботлари;
- корхонанинг охирги уч йилдаги баланслари;
- келгуси уч йилликка кутилаётган фойда ёки зарар ҳисоботи (ойлар ва кварталлар бўйича);
- келгуси уч йил бўйича кутилаётган мавжуд маблағлар ҳисоботи;
- келгуси уч йил бўйича кутилаётган баланслар;
- зарарсизлик нуқтаси таҳлили;
- ўтган ва кутилаётган молиявий коэффициентлар (ушбу тармоқ ўртача кўрсаткичига тақосланган ҳолда);
- молиявий ҳисоботларни олидиндан белгилашда фойдаланилган ҳужжатлар;
- барча ҳисобланган ҳисобот шакллари бўйича илова ва ҳисоблар;
- молиявий режа асосланган бухгалтерия ҳисоби схемаси;
- аудитор ҳулосаси;

Бўлимнинг кейинги қисмида молиялаштириш усуллари ва манбалари ёритилади, бунда корхонанинг мавжуд шахсий маблағлари билан бирга, бизнес режада фойдаланилишини кўзда тутилаётган қўшимча маблағлар манбаи ҳам келтирилади. Қуйидаги маълумотлар ушбу бўлимда ўз аксини топиши шарт.

- молиявий маблағга бўлган умумий эҳтиёж;
- молиялаштириш шартлари, корхонанинг қарз берувчи ва инвесторлардан молиявий ёрдам олишга интилиши, қанча миқдорда ва қандай шартларда;
- қарзни қайтариш графиги;
- инвестиция ҳисобига фойдани баҳолаш;
- зарурий маблағларни олиш манбалари.

Бизнес режаларнинг молиявий режа бўлими тадбиркорлик фаолиятини келгусида қай даражада истиқболли эканлигини белгилаб берувчи асосий бўлимлардан ҳисобланиб унинг қай даражада сифатли тузилиши режа тузувчилар маҳоратига ҳам боғлиқдир.

11 бўлим: Сезгирлик таҳлили.

Бизнес режалар тузишдан аввал ҳар бир тадбиркор ўзи амалга оширишни кўзлаётган бизнесни моҳиятини тўла тушиниб олиши керак. Ушбу масалада сезгирлик таҳлили ўтказилиши катта ёрдам беради. Асосан сезгирлик таҳлили тегишли бизнесга боғлиқ бўлган муаммоларни, таваккалчиликни ўрганиш асосида истиқболли молиявий ҳисоботлардан фойдаланилган ҳолда ўтказилали.

Сезгирлик таҳлили ўтказишда олдинги бўлимларда айтиб ўтилган учта асосий молиявий ҳисобот натижаларидан фойдаланиш тавсия этилади.

Сезгирлик таҳлили ўтказишда қуйидагиларга алоҳида эътибор бериш зарур:

- воқеани ривожланишининг энг яхши вариантыни танлаш;
- мақсадга якин ҳолатни тўғри баҳолаш;
- мақсадга мувофиқ бўлмаган ҳолат (ёмон)ни аниқлаш.

Бу бўлимда ҳар бир сезгирлик тахлилига тушунча бериш керак. Бунда лойиҳани нимага асосланиши, унинг йўналиши ва корхонага фойдали ва зарарли томонлари ёритилиши керак.

Айрим ҳолларда ушбу бўлим молия режаси таркибига ҳам киритиб юборилиши мумкин. Масалан: кичик бизнес корхоналари учун бизнес режалар ишлаб чиқишда.

12 бўлим: Рақобатбардошликни баҳолаш.

Ҳозирги кунда рақобатбардошликни баҳолашни бизнес режанинг алоҳида бўлими сифатида тузиш, бизнесни муваффақиятли амалга ошишида катта аҳамиятга эгадир. Чунки ҳар қандай инвесторлар, ишбилармон шериклар ишлаб чиқарилаётган маҳсулот (кўрсатилаётган хизмат)ларга мавжуд бозордаги рақобат ҳолатини билишга қизиқади. Шундай экан ушбу саволга ҳам бизнес режада етарли жавоб берилиши шарт.

Барча турдаги бизнес режаларда рақобатбардошлик юзасидан қуйидаги саволлар тўлиқ ёритилиши лозим.

Бизнесмен (тадбиркор)ларга рақобатбардошликни баҳолаш ўз бизнеси (тадбиркорлик фаолиятини) кучли ва кучсиз томонларини баҳолаш имконини беради. Ушбу таҳлил келажакда тадбиркорнинг стратегияси ва бизнесининг муваффақиятли амалга ошишини кафолати ҳам ҳисобланали.

Рақобатбардошликнинг иқтисодий мазмуни қуйидаги ҳолатларда аниқланади:

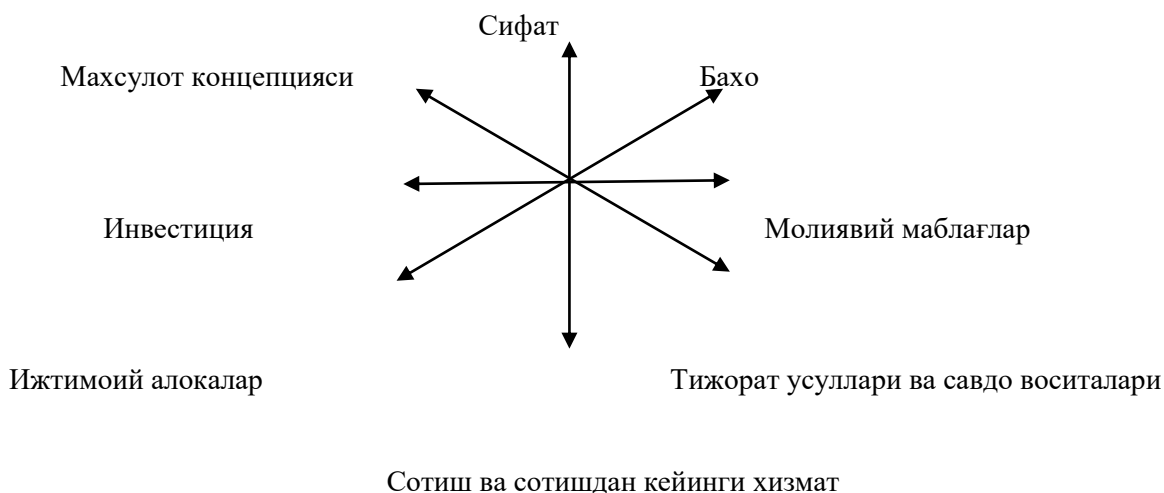
- мавжуд манбалар ҳажми ва сифати (ишчилар сони, асосий ишлаб чиқариш фондлари, материал захиралари, молиявий ва номатериал манбалар) патент, лицензия (рухсатнома), ахборот, технология ва хоказо;
- раҳбарнинг корхона имкониятларидан фойдаланиш қобилиятлари;
- инновация қобилиятлари, яъни фирманинг ишлаб чиқаришини янгилаш қобилияти, технология ва маҳсулот таркибини алмаштириш ва хоказо;
- ахборот (информация) қобилиятлари яъни ишлаб чиқариш мақсадларида ахборотларни тўплаш ва қайта ишлаш қобилиятлари;
- молиявий қобилиятлар, яъни молиявий турғунлик, кредит бериш имконияти мавжудлиги ва хоказо.

Юқорилагиларнинг барчаси йиғиндиси корхонанинг, башқа бир корхона билан таққослаганда унинг рақобатбардошлигини характерлайди.

Корхонанинг рақобатбардошлиги имкониятларига қиёсий тавсифнома дейилганда бошқа корхоналар, давлат андозаларига нисбатан ўзининг асосий ўлчамлари (кўрсаткичлари)га баҳо беришидир. Шу жумладан миллий ва жаҳон андозалари. Рақобатбардошликни баҳолашнинг бир қатор усуллари бўлиб, улардан асосийси кўп қиррали усулдир.

Бу усул мохияти рақобатбардошликни баҳолашда корхона ўзининг кучли ва кучсиз томонларини рақибга нисбатан таққослайди.

Бу ерда савол туғилади, қайси имкониятларни тан олиш ва улардан хозирда фойдаланиш. Ушбу ёндашувнинг асоси кўп қиррали ҳисобланиб, корхоналарнинг имкониятлар даражаси асосий 8 та қирра (йўналиши) бўйича баҳоланади. У қуйидаги 2- чизмада яккол акс эттирилган.



3-чизма. Рақобатбардошлик қирралари.

Бу ерда асосий эътибор кўп бурчакли рақобатбардошликга қаратилади, унда корхона имкониятлар даражаси юқоридаги асосий саккизта йўналиш бўйича баҳоланади. Умуман рақобатбардошликни баҳолашда қуйидагиларни ҳам ўрганиш муҳим аҳамият касб этади:

- * кўрсатилган хизмат ва товарлар концепцияси;
- * сифат, бозорда маҳсулотнинг юқори даражасини баҳоловчи кўрсаткич;
- * маҳсулот ва хизмат баҳоси;
- * молия ва тез жалб этилувчи молиявий маблағлар;
- * тижорат усуллари ва савдо воситалари;
- * сотиш ва сотишдан кейинги хизматлар;
- * ижтимоий алоқалар;
- * инвестиция ва ишчи кучи соҳасидаги сиёсат;
- * ички бозор тузилиши;
- * валюта курси;
- * банк фоизи даражаси;
- * савдо уюшмалар;
- * ташқи иқтисодий алоқалар.

Ушбу бўлим ҳам айрим ҳоларда молия режаси таркибига киритиб юборилиши мумкин.

13 бўлим: Лойиҳа рентабеллиги.

Ушбу бўлимда қуйидаги саволлар ёритилади:

- корхонани барпо этишда сарфланадиган инвестицион харажатларнинг турлари умумий ва маҳсулот бирлиги ҳисобга олинади, яъни қанча ва қанақа?;
- режалаштирилаётган корхонани ишга тушириш ва маҳсулот ёки хизматларни ўтказиш ишларини ташкил этиш қанчага тушади?;
- маҳсулот ёки хизматларни реализация қилишдан тушадиган умумий даромадлар қанча бўлиши мумкин?;
- режалаштирилаётган корхона қандай солиқларни тўлаши керак?;
- заём маблағларини қайси муддатларда ва қанақа хажмларда қайтариш режалаштирилмоқда?;
- ушбу корхонанинг умумий фойдаси қанча бўлиши мумкин унинг меъёри.

Кичик корхоналар фаолиятида бу бўлим ҳам молия режаси таркибида ёритилиши мумкин.

Фойдаланишга тавсия этиладиган адабиётлар

1. *Ўзбекистон Республикаси Конституцияси Тошкент 1992 йил.*
2. *Ўзбекистон Республикаси «Тадбиркорлик тўғрисида»ги Қонуни Тошкент 1991 йил.*
3. *Ўзбекистон Республикаси «Тадбиркорлик фаолияти эркинлигини кафолатлари тўғрисида»ги Қонун. Тошкент Адолат 2000 йил.*
4. *Ўзбекистон Республикаси «Хусусий корхона тўғрисида»ги Қонун 2004 йил.*
5. *Ўзбекистон Республикасининг «Кадрлар тайёрлаш миллий дастури» Тошкент 1997 йил.*
6. *Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг Қарори «Лицензиялашни бекор қилиш ҳамда истеъмол товарларини олиб келиш ва Ўзбекистон Республикасининг ички бозорида сотишни такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида» Халқ сўзи 21.08.2002 йил.*
7. *И.А.Каримов “Ўзбекистон ўз истиқлол ва тараққиёт йўли” Тошкент Ўзбекистон 1997 йил.*
8. *И.А.Каримов “Ўзбекистон XXI асрга интилмоқда” Тошкент Ўзбекистон 1999 йил.*
9. *И.А.Каримов “Иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йўлида” Тошкент Ўзбекистон 1997 йил.*
10. *И.А.Каримов “Ўзбекистон XXI аср бўсағасида хавфсизликка таҳдид барқарорлик шартлари ва тараққиёт кафолатлари” Тошкент «Ўзбекистон» 1997 йил.*