

TADBIRKORLIK FAOLIYATIGA QO'YILADIGAN MUHIM IQTISODIY TALABLAR.

Raximov Shuxratdjon Shukurullayevich

Navoiy Davlat konchilik va texnologiyalar Universiteti

(Mustaqil tadqiqotchi PhD) s01993289@gmail.com

ANNOTATSIYA Mazkur maqolada, tadbirkorlik faoliyatining zamonaviy bozor iqtisodiyoti talablariga muvofiq faoliyati uchun zarur bo'lgan va talab etiladigan jihatlar ko'rsatib berilgan. Bozor talabi indeksi buyicha talabga muvofiqlashuv tadbirkorlardan bir qancha sifatlarni talab etilishi ko'rsatib berilgan. Tavakkalchilik xarakteri tadbirkorni bozorni qaynoq nuqtasiga kirib borishi, raqobatga kirishishi va barcha mas'uliyatni o'z zimmasiga olgan holda, foyda olishga xarakat qilishini ko'rsatib beradi. Tavakkalchilik orqali tadbirkor o'z bozor mavqeyini oshirishga ham erishadi. Innovatsion faoliyat bilan tadbirkor tomonidan ishlab chiqarishda yangilik kiritiladi, mahsulotda yangi iste'mol qiymatlarini kashf etiladi va yangi turdagi mahsulotlar yaratiladi. Bu esa, tadbirkor xo'jalik faoliyatining jadallashuviga xizmat qiladi. Maqolada tadbirkorlikka xos bo'lgan xususiyatlar bilan birga, unga qo'yiladigan muhim bozor talablari ham izohlab berilgan. Jumladan, tadbirkor tomonidan ishlab chiqarish omillarini samarali tarzda birlashtirish. Boshqacha aytganda, ishlab chiqarish omillaridan samarali foydalanish. Tadbirkor tomonidan to'g'ri qarorlar qabul qilish va uning tashabbuskorligi, tashkilotchiligi borasidagi talablar buyicha samarali ishlar olib borish mexanizmlari yoritib berilgan.

Kalit so'zlar: tadbirkorlik, innovatsiya, bozor, tavakkalchilik, mulkdor, tovarlar realizatsiyasi, talab indeksi, iste'mol, kapital.

Annotation This article shows the necessary and required aspects of entrepreneurial activity in accordance with the requirements of the modern market economy. Compliance with demand with the market demand index is shown to require a number of qualities from entrepreneurs. The nature of the risk indicates that the entrepreneur will be able to penetrate the market to its boiling point, enter into competition and, taking on all responsibility, make a profit. Through risk, the entrepreneur also achieves an increase in his market position. With innovative activities, innovation is introduced in production by the entrepreneur, new consumer values are discovered in the product and new types of products are created. This will serve to accelerate the business activity of the entrepreneur. Along with the characteristics inherent in entrepreneurship, the article also explains the important market requirements for it. In particular, the factors of production by the entrepreneur

Keywords: entrepreneurship, innovation, market, risk, owner, realisation of goods, demand index, consumption, capital.

KIRISH Prezidentimiz tomonidan olib borilayotgan ichki va tashqi siyosatning bosh maqsadi xalqimiz turmush darajasini yuksaltirish va aholi forovonligini ta'minlashga qaratilgan. Ushbu maqsadga erishishning asosiy omillaridan biri, bu -

tadbirkorlikni taraqqiy toptirish orqali iste'mol tovarlari ishlab chiqarishni ko'paytirishdan iborat. Mamlakatimizda tadbirkorlikni himoya qilish va taraqqiy toptirishning huquqiy asoslari yaratilgan. Yurtboshimiz o'z chiqishlarida "Tadbirkor – davlat himoyasida" ekanligini ta'kidlab turadilar. Tadbirkordan bozor talab etadigan xususiyatlar va ushbu xususiyatlarga ega bo'lish orqali tadbirkorning natijalari haqida maqolada zarur fikrlar ifodalangan. Tadbirkorlik haqida zarur iqtisodiy bilimlarga ega bo'lmasdan ijobiy natijalarga erishish murakkabdir. Quyida, tadbirkorlikning xarakterli belgilari va unga bozor iqtisodiyoti tomonidan belgilanadigan talablar haqida mazmunli bilimlar berilgan.

Jamiyat a'zolarining iste'mol tovarlari va xizmatlarga bo'lgan talablarining muntazam o'sib, o'zgarib borayotganligi bozordagi talablarda o'z aksini topadi. Bozor iqtisodiyoti tizimli iqtisodiyot ekanligi bois, bozor talablaridagi o'zgarishlar infrastrukturaviy o'zgarishlarni amalga oshiradi. Boshqacha aytganda, biror-bir tovarga bo'lgan talabning o'zgarishi, ushbu tovarni ishlab chiqarish va ularga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq sohalarga bo'lgan talabning xam o'zgarishiga olib keladi. Ushbu sohalar xam o'z faoliyatini bozor talabi asosida o'zgartirishlari lozim bo'ladi.

Tadbirkorlik bozordan tashqarida faoliyat yurita olmaydi. Tadbirkorning yashovchanligi bozor talabiga muvofiqlashuvdir, ya'ni talab o'zgarishining indeksi bo'yicha faoliyat yuritishdir. Rivojlangan bozor iqtisodiyotidagi to'yingan bozorlarda tadbirkorning xoxishi emas balki, aholi talabi birlamchi axamiyatga ega bo'ladi. Shunday ekan, bozorda yashovchanlik, tadbirkordan bir qancha sifatlarga ega bo'lishni talab etadi.

Tadbirkorlik faoliyatining tarixi uzoq o'tmishga borib taqaladi. Bozor iqtisodiyoti to'laqonli shakllanmagan davrda xam, tijorat ishlari bilan shug'ullanib muayyan darajadagi mol – mulkka ega bo'lganlarni "mulkdor" deb atashgan. Muayyan sifatlarga ega bo'lganlarga, mulkdorlik darajasidagi maqomga ega bo'lishgan.

XII – XIX asrlarda bozor iqtisodiyoti, uning elementlari va tadbirkorlik faoliyati xorijiy ilmiy nazariyotchilar tomonidan qizg'in o'rganilib, bugungi kungacha o'z ahamiyatini yo'qotmagan qimmatli va o'rinli xulosalar qo'lga kiritilgan edi. Jumladan, fransuz iqtisodchisi R.Kantilon tavakkalchilik, tadbirkorning muxim tavsifiy xususiyatlaridan biri ekanligini ta'kidlaydi. Tavakkalchilik xususiyatlariga ega bo'lish, bugungi kunda xam tadbirkorning muxim sifatlaridan biri ekanligini tan olishimiz kerak. Ushbu sifatga ko'ra, tadbirkor bozor konyunkturasini oldindan his etishi lozim bo'ladi. Tadbirkor barcha mas'uliyatni o'z zimmasiga olish orqali tavakkalchilikka qo'l urishga majbur. Tadbirkor avvalo foyda olishni ko'zlab xarakat qilsa-da, ammo foydaning to'la kafolati mavjud emas. Zarar ko'rish ehtimoli xam mavjud bo'lganligi bois, tadbirkorning faoliyatini tavakkalchilik bilan bog'liq faoliyat deb ataymiz. Tadbirkor bozordan tashqarida faoliyat yuritib bo'lmaganidek, tavakkalchiliksiz tadbirkorlik bo'lmaydi.

Yuqoridagilar asosida, bozor bilan tavakkalchilikning uzviy aloqadorligini anglashimiz mumkin. Bozorda doimiy xavf -xatar mavjud bo'lib, tavakkalchilik orqali tadbirkor ushbu xavflar bilan kurashga kirishadi. Bozor xavflariga quyidagilarni kiritishimiz mumkin bo'ladi:

1. Korxona maxsulotiga bo'lgan taklifning bozor talabidan xaddan tashqari ortib ketishi. Bunda ushbu turdagi tovarlar importi xajmining oshishi, qo'shni viloyat va tumanlardagi tadbirkorlar maxsulotlarining mahalliy bozorga kirib kelishi xisobiga yuz beradi. Oqibatda, tadbirkor tovarlari narxlarining qiymatiga nisbatan pasayib ketadi va bu tovar birligidan ko'riladigan zararni anglatadi. Zararni anglagan tadbirkor tovarlar sotuvini to'xtatsa, kapitalning aylanma xarakati sekinlashib, butunlay to'xtab qolishi va korxona inqirozi darajasidagi xavfni

2. Aholi real daromadlarining pasayishi bilan korxona tovarlarining realizatsiyasi kamayishi xavfi yuzaga keladi. Aholi daromadlari o'zgarmay turib, zarur iste'mol tovarlari narxlarining o'sishi, aholining real daromadlarini kamaytiradi va bu esa xarid qobiliyatlari pasayishiga olib keladi.

3. Tadbirkor bozor mavqeining tushib ketishi. Halollik, insofililik, oqibatlilik kabi ijobiy insoniy fazilatlardan bir oz chekinish xam tadbirkorning bozor mavqeiga salbiy ta'sir etadi. Bozor mavqeiga putur yetish bu, mijozlarning kamayishi, sotuv xajmining pasayishi degan ma'nolarni anglatadi.

Yuqoridagilardan tashqari yana bir qancha xavflar xam mavjud bo'lib, tavakkalchilikka qo'l urar ekan, tadbirkor xar qanday yo'qotishlarga xam tayyor bo'lishi talab etiladi.

Xavflarning bugungi kundagi mohiyatini chuqur o'rganib chiqib, ularni yengib chiqishning yangi strategiyalarini ishlab chiqishi zarur bo'ladi.

Tadbirkorlik faoliyati to'g'risidagi nazariyalar rivojiga salmoqli hissa qo'shgan avstriyalik iqtisodchi Yozef Shumpeterning fikricha, iqtisodiy o'sishning negizida tadbirkor tomonidan ishlab chiqarish vositalaridan nechog'li samarali foydalanishga intilishi va bu intilishning natijasi innovatsiya, yangiliklar kiritishga bo'lgan harakati hisoblanadi.

«Innovatsiya» so'zining negizida «novatsiya» so'zi yotadi. O'zbek tili lug'atiga bu so'zlar xorijiy tillardan kirib kelgan. Chunonchi, inglizcha «innovation», ruschasiga «innovatsiya» so'zi lug'atlarda «novovedeniye», «novatorstvo» sifatida talqin etilgan Rus tilida berilgan talqinga ko'ra, bu so'z o'zbek tiliga «yangilik kiritish», «yangi usul», «kiritilgan yangilik» kabi ma'nolarida izohlangan.

Y. Shumpeter innovatsion konyunktura siljishlari manbalarini tahlil qilish natijasida, ishlab chiqarishning yangi omillarini ajratdi va ularga quyidagilarni kiritdi: - yangi xususiyatlarga ega mahsulotni ishlab chiqarish;

- yangi ilmiy kashfiyot yoki tijoratlashtirish usuliga asoslangan ishlab chiqarishning yangi uslubini joriy etish;

- sanoatning mazkur tarmog'ida taqdim etilmagan, yangi savdo bozorlarini o'zlashtirish;

- xom - ashyoning yangi manbasidan foydalanish;

- ishlab chiqarishni tegishli tarzda qayta tashkil etilishini amalga oshirish, monopollikni ta'minlash.

Y.Shumpeter tomonidan XX asrda innovatsiya tushunchasi iste'mol tovarlarining yangi turlari ishlab chiqarish va texnik vositalar, bozorlar tashkiliy shakllarini sanoatga tatbiq etish va ulardan foydalanish maqsadidagi o'zgarish sifatida talqin etgan holda kiritilgan. Innovatsiyaning ushbu ta'rifi va Y.Shumpeterning ishlab chiqarish omillarining yangi kombinatsiyalari to'g'risidagi konsepsiyasi innovatsiyalar nazariyasiga ikkita eng ko'p tarqalgan yondashuvdan birining asosini tashkil etadi.

Birinchi yondashuv – yangi omillar to'g'risidagi tushunchaga asoslangan,

Ikkinchi yondashuv – yangi mahsulot yoki texnologiyaga asoslangan.

Tadbirkor bozor talabiga muvofiq faoliyat yuritishni maqsad qilar ekan, iqtisodiy faoliyatining barcha sohalarida innovatsion o'zgarishlarni amalga oshirishi lozim bo'ladi.

Tadbirkorlik nazariyalarining rivojlanishi bilan uning turli qirralari, xususiyatlari oydinlashib bordi. Bozor iqtisodiyotining rivojlanishi, o'zgarib borishi tadbirkordan turlicha sifatlarni talab qila boshladi. Amerikalik iqtisodchilar K.Makkonel va S.Bryu tadbirkorlikka alohida uzluksiz shartlar va talablar yotuvchi muhim faoliyat turi sifatida qaraydilar.

Birinchidan, tadbirkor tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish jarayonida ishlab chiqarish omillarini birlashtiradi. Ishlab chiqarish omillari ish kuchi, ishlab chiqarish vositalari, kapital, xom - ashyo rusurslari va tadbirkorlik qobiliyatlari kabi omillardan iborat bo'lib, ularni samarali birlashtirish, mexnat natijalarining samaradorligini belgilab beradi. Tadbirkorning tadbirkorlik mahorati aynan ushbu jarayonda o'z natijasini beradi.

Ikkinchidan, faoliyat jarayonida tadbirkor qarorlar qabul qilishdek mas'uliyatli vazifani o'z zimmasiga oladi. Qabul qilingan qarorlarning natijasi samarali yoki samarasiz bo'lishi mumkin. Vaziyatni chuqur tahlil etmasdan, shoshma-shosharlik bilan qabul qilingan qarorlarning samarasiz natija berishi tabiiy hol. Bu, tadbirkorning tajribasizligidan dalolat beradi. Qabul qilingan qarorning natijaviy samaradorligi, tadbirkorning malaka – mahorati, tajribasi, bozor muhitini oldindan ko'ra bilishdek qobiliyatlariga bog'liq bo'ladi.

Qarorlarning to'g'ri qabul qilinishi tadbirkorning faoliyatini belgilab berishdek, o'ta ahamiyatli holat hisoblanadi. Birgina qabul qilingan noto'g'ri qaror tadbirkor faoliyatini inqirozga olib kelishi mumkin. Rivojlangan bozor iqtisodiyotida marketing faoliyati orqali, bozor muhiti korxona maxsulotiga bo'lgan talab, ushbu turdagi maxsulotni taklif etishi kutilayotganlar, aholi daromadidagi o'zgarishlar, kelgusidagi talab va taklif xajmi va boshqalar obdan o'rganilib, tegishli qarorlar qabul qilinadi.

Uchinchidan, tadbirkor tashkilotchi shaxs bo'lib, yangi turdagi texnologiyalarni joriy etish orqali, yangi turdagi tovarlar ishlab chiqarishga intiladi. Ziddiyatli raqobatli iqtisodiy muhitda, maxsulotning individual qiymatini kamaytirish eng aktual vazifalardan hisoblanadi. Qiymat qonuniga ko'ra, individual mexnat sarflari ijtimoiy mexnat sarflaridan past bo'lgan ishlab chiqaruvchilar foyda olishga muvaqqat bo'lishadi. Ishlab chiqaruvchilar o'rtasida maxsulot birligini ishlab chiqarishdagi sarflarni kamaytirish borasida murosasiz kurash kechadi. Bunad samrali natijaga erishishning bosh omili, ishlab chiqarishga zamonaviy texnologiyalarni joriy etishdir.

Marketing faoliyati orqali aholining korxona maxsulotiga bo'lgan munosabati muntazam o'rganib boriladi. Shu asosida aholining kelajakdagi talablari o'rganilib, yangi turdagi maxsulot ishlab chiqarish yo'lga qo'yiladi. Marketing aholining o'zgarib borayotgan didi va ehtiyojlarini anglay ola bilishi zarur. Tajribalardan ma'lumki, aholi daromadlarining o'sib borishi bilan ularning didi noziklashib boradi. Shunday didga mos keladigan, ijtimoiy talablarga muvofiq bo'lgan yangi turdagi tovarlar ishlab chiqarish orqali ko'zlangan maqsadga erishish mumkin bo'ladi.

To'rtinchidan, tadbirkor – tahlikaga boruvchi insondir. U faqat o'zining mol – mulki emas, balki o'zining hamkorlari, aksiyadorlari mablag'lari bilan xam taxlikaga boradi. Ularning mablag'larini xavfga qo'yadi.

Tadbirkorlik faoliyati – shakli, turi, sohasidan qat'iy nazar foyda olish va uni ko'paytirish maqsadida eng zamonaviy fan – texnika yutuqlari, innovatsiya, yangi texnologiyalarni qo'llagan holda amalga oshiriladigan iqtisodiy faoliyatdir.

Tadbirkorlikni rivojlantirish, mamlakat iqtisodiy taraqqiyotining asosini tashkil etganligi bois, o'zining bilimi, iqtidori va qobiliyati asosida tadbirkorlik faoliyatidagi barcha xavflarni bartaraf etishga qodir bo'lgan salohiyatli yosh avlodni tarbiyalash bugungi kundagi eng dolzarb vazifamiz hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Albhirat, Muath Maqbool et al. "A Study on Strategic Entrepreneurship Orientations: Indicators, Differential Pathways, and Multiple Business Sustainability Outcomes." International Journal of Sustainable Development and Planning (2023): n. pag.
2. Tseng, C., & Tseng, C. (2019). Corporate entrepreneurship as a strategic approach for internal innovation performance. Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship.
3. Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M., & Sexton, D.L. (2001). Strategic entrepreneurship: entrepreneurial strategies for wealth creation. Southern Medical Journal, 22, 479-491. <https://doi.org/10.1002/SMJ.196>
4. Ireland, R.D., & Webb, J.W. (2007). Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage through streams of innovation. Business Horizons, 50, 49-59.
5. Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M., & Sexton, D.L. (2001). Strategic entrepreneurship: entrepreneurial strategies for wealth creation. Southern Medical Journal, 22, 479-491.
6. Ireland, R.D., & Webb, J.W. (2007). Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage through streams of innovation. Business Horizons, 50, 49-59.
7. <https://temurtuzuklari.uz/oz>
8. <https://president.uz/oz/lists/view/187>
9. Azimov B. F., Rakhimova D. D. The role of research and innovations in the modernization of the regional economy //Conferencea. – 2022. – C. 43-47.